

2007

RELATÓRIO E CONTAS / ANNUAL REPORT



GRUPO MÉDIA CAPITAL, SGPS, S.A.



O sector da comunicação social e do entretenimento, onde se enquadra a actividade do Grupo Media Capital, é por sua natureza e características, estimulante e dinâmico como talvez nenhum outro.

The media and entertainment sector, in which the Media Capital Group operates, is by its nature and characteristics, possibly more stimulating and dynamic than any other sector.



É com muita honra e satisfação pessoal que me vos dirijo pela primeira vez na qualidade de Presidente do Conselho de Administração do Grupo Media Capital. Integrar os órgãos sociais de uma empresa como esta tem sido uma experiência pessoal e profissional marcante e a todos os títulos gratificante.

O sector da comunicação social e do entretenimento, onde se enquadra a actividade do Grupo Media Capital, é por sua natureza e características, estimulante e dinâmico como talvez nenhum outro. Mas a sua importância é acrescida pelo impacto e presença diária na vida de todos e, sobretudo, papel fundamental que o sector tem para a sociedade, na defesa e promoção da identidade, cultura e língua portuguesa e pela garantia de pluralismo e espaço para o exercício de cidadania que proporciona a todos os portugueses.

Na minha opinião, nenhuma outra empresa do sector soube concretizar tão bem estes princípios como o Grupo Media Capital, com a aposta vencedora que fez, corporizada pela NBP, na produção audiovisual em português, em Portugal e com actores e técnicos portugueses. Ou com o investimento efectuado numa rádio como o Rádio Clube – “marca” de grande tradição e prestígio – que acredito que a prazo irá mudar a forma como os portugueses sentem e ouvem a rádio e mesmo o seu próprio papel na sociedade. Ou mesmo pela divulgação e apoio dados aos artistas portugueses pela editora discográfica Farol Música. Estes são apenas alguns exemplos uma vez que

tenho registado com orgulho esta atitude em todas as empresas e áreas de actuação do Grupo Media Capital.

A somar a estas características, devo também referir o agrado em trabalhar numa empresa cujos padrões de actuação, transparência, e de boas práticas estão ao nível do que de melhor existe entre nós.

Este também é um sector, que pela natureza muito específica da sua actividade e do impacto que esta tem, e pela intensidade da regulação a que está sujeito, precisa de um enquadramento aberto e flexível que permita dar novas respostas e soluções aos novos problemas e às condições da concorrência. Sobretudo num contexto em que, a somar à exiguidade do nosso mercado publicitário e aos desafios colocados pelos novos meios e plataformas tecnológicas e pela mudança dos hábitos das pessoas, podemos antever outras preocupações decorrentes da situação económica internacional, que não deixarão de afectar a economia em Portugal e colocarão desafios adicionais e riscos acrescidos às empresas de comunicação social.

Mas, como disse no início, reitero o prazer e orgulho em integrar uma equipa tão profissional e dedicada como a que encontrei na Media Capital, cujas capacidades e qualidades constituem a principal garantia de que saberemos fazer frente e superar com sucesso estes desafios.

Joaquim Pina Moura
Queluz de Baixo, 6 de Fevereiro de 2008

It is for me a great honour and with strong personal satisfaction that I address you for the first time as Chairman of the Board of Directors of Grupo Media Capital. Being part of the governing bodies of such a company has been a remarkable personal and professional experience which has been rewarding to me in all aspects.

The media and entertainment sector, in which the Media Capital Group operates, is by its nature and characteristics, possibly more stimulating and dynamic than any other sector. But its importance is enhanced by the impact on and the daily presence in has on the lives of everybody. This is even truer due to the critical role of this sector for the whole society in the preservation and promotion of the Portuguese identity, culture and language, and because it ensures the pluralism of opinion and provides a space for civic intervention to all Portuguese.

In my opinion, no other company in the sector was able to defend these principles as well as Grupo Media Capital, with its strong commitment, through NBP, in the audiovisual production in Portuguese, in Portugal and with Portuguese actors and technicians. Or with the investment made in a radio such as Rádio Clube – a long lasting tradition and prestige

“brand” – which I believe will very soon change the way in which the Portuguese feel about and listen to the radio and even about its role in society. Or even through the promotion and support provided to Portuguese artists and performers by the record label company Farol Música. These are just a few examples, since I can proudly say that I have seen this attitude in all the companies and business units of Grupo Media Capital.

Added to these characteristics, I would also like to mention how pleasant it is to work in a company whose standards of business conduct, transparency and good practices are at the level of the very best we have.

Moreover, this is also a sector, which the very specific nature of its activity and due to the impact it has and its highly regulation level, needs an open and flexible regulatory framework that enables to provide new answers and new solutions to the new problems and the competitive conditions. Particularly in a context in which, added to the small dimension of our advertising market and the upcoming challenges brought by the new technologies and by the change in peoples’ habits, it is possible to foresee other concerns resulting from the international economic situation, which

will most likely affect the Portuguese economy and will confront the media companies with additional challenges and increased risks.

But, as I said at the beginning, I would like to restate my pleasure and pride in being part of such a professional and dedicated team as the one I found at Media Capital, whose skills and qualities are the main guarantee that we will know how to face and successfully overcome these challenges.

Joaquim Pina Moura
Queluz de Baixo, 6 February 2008

CARTA DO ADMINISTRADOR DELEGADO

A construção de um projecto empresarial com vocação de liderança é uma tarefa permanente a que todos no Grupo Media Capital nos entregamos, tanto na empresa holding como em cada uma das nossas áreas de negócio e empresas.



A nova etapa da vida do Grupo Media Capital a que tive oportunidade de me referir na minha carta aos accionistas do ano passado, teve ao longo dos meses que entretanto decorreram uma intensa e importante tradução em decisões que combinaram o rigor e a atenção da gestão com uma nova configuração accionista e societária do negócio.

A construção de um projecto empresarial com vocação de liderança é uma tarefa permanente a que todos no Grupo Media Capital nos entregamos, tanto na empresa holding como em cada uma das nossas áreas de negócio e empresas. O sector dos meios de comunicação e do entretenimento vive tempos de mudança que exigem de todos quantos nele trabalhamos, dedicação, criatividade, capacidade de adaptação e agilidade na aplicação das decisões tomadas e das opções adoptadas.

A reorganização societária empreendida no Grupo Media Capital teve a sua expressão mais significativa com a conclusão da segunda Oferta Publica de Aquisição lançada pelo Grupo Prisa sobre a totalidade do capital da nossa empresa e que levou a que, no final do processo, a participação da Prisa alcançasse os 94,4% das acções. Como consequência da nova estrutura accionista, foi também modificada a composição do Conselho de Administração e, para suprir os lugares deixados vagos foram nomeados Joaquim Pina Moura, como Presidente, e José Lemos e Tirso Olazabal como Administradores, e Juan Herrero como Administrador Executivo.

Em paralelo e no cumprimento das obrigações legais derivadas do processo de OPA referido antes, o Grupo Media Capital lançou também uma Oferta de Aquisição sobre o capital que ainda não detinha na TVI – Televisão Independente S.A. Este processo, seguido pela compra de um pequeno lote de acções, permitirá retirar à TVI a condição de sociedade aberta.

Em algumas das unidades de negócio ocorreram também alterações nas participações sociais, designadamente na produtora audiovisual NBP, onde a Media Capital aumentou a sua participação para os 100% bem como na empresa de distribuição de cinema e de vídeo, CLMC, onde a nossa participação ascendeu a 90%. Em ambos os casos trata-se de empresas de referência nos seus sectores de actividade e com um grande potencial de crescimento. Por outro lado, nos últimos dias do ano passado finalizaram as negociações mantidas com o fundo de investimento Explorer para a venda da nossa empresa de publicidade exterior, MCO. Os resultados positivos obtidos pela MCO permitiram obter umas condições de venda favoráveis para o Grupo e assim sair de uma forma planeada e preservando os interesses dos nossos accionistas, de um sector estranho ao núcleo fundamental da nossa actividades.

No ano passado, as nossas unidades de negócio conseguiram uns excelentes resultados, que no caso da TVI permitiram revalidar pelo terceiro ano consecutivo a sua posição de liderança nas audiências de televisão em Portugal. No seu 15º aniversário, que irá celebrar em Fevereiro, a TVI surge como uma referência no panorama da televisão em Portugal, feito de que podem sentir-se legitimamente orgulhosos todos quantos, com o seu talento e o seu trabalho, o fizeram possível.

A maturidade alcançada pela NBP enquanto produtora de ficção reflectiu-se no êxito constante e consistente das suas produções. O profissionalismo das suas equipas conseguiu construir em Portugal uma estrutura operativa moderna e competitiva. Hoje, a NBP é uma realidade que pode enfrentar com confiança e ambição o desafio da internacionalização da produção audiovisual portuguesa. Esta que é para nós uma opção empresarial, pode muito bem converter-se no catalisador de uma possível especialização de Portugal no sector do entretenimento, e um valor acrescentado com grande potencial económico e cultural para todo o país.

A nossa empresa de rádio soube gerir o difícil desafio da redefinição de formatos e na reorganização dos nossos produtos, chegando ao final de 2007 com bons resultados de audiência e com uma eficácia comercial que superou as difíceis condições deste mercado. Apesar das limitações que ainda coloca o entorno regulatório do sector, a aposta num modelo de rádio falada veio mexer com o panorama da radiodifusão em Portugal, e favoreceu uma forma diferente de fazer e de ouvir a rádio. As fórmulas musicais devidamente orientadas para os públicos-alvo mais atractivos em termos comerciais souberam também chegar cada vez melhor a segmentos cada vez mais amplos de ouvintes.

Na distribuição de música, cinema e vídeo, tanto a Farol Música como a CLMC souberam fazer frente a um contexto pouco favorável, dada a alteração profunda dos hábitos de compra dos consumidores e o impacto dos downloads ilegais e da pirataria. A qualidade da nossa oferta, o empenho das nossas equipas e a optimização da distribuição e das vendas dos respectivos catálogos foram as bases para alcançar a posição de destaque que hoje ocupa cada uma destas empresas nos seus respectivos segmentos do mercado.

As nossas publicações fecharam um ano em que conseguiram aumentar a sua circulação e audiências, para além do bom desempenho registado pela área de publicações empresariais. As dificuldades e as incertezas generalizadas num segmento fortemente penalizado foram ultrapassadas graças ao profissionalismo e ao espírito inovador dos nossos colaboradores.

Finalmente, a Internet, após a venda, também no final do ano passado, do negócio de prestação de acesso à Internet (ISP), permitiu a saída do sector das telecomunicações e concentrar todas as energias desta unidade de negócios na área dos conteúdos, aonde os nossos diversos sites editoriais e serviços próprios asseguraram importantes ritmos de crescimento e permitiram

consolidar uma base sólida para desenvolver projectos maiores e obter ainda melhores desempenhos comerciais.

Os principais indicadores económicos reflectem este bom desempenho em 2007: os proveitos consolidados ascenderam a €222,4 milhões (um crescimento de 4%); a margem EBITDA atingiu os 20,7%; o resultado operacional (EBIT) cresceu 5% para os €34,4 milhões e o resultado líquido foi de €30,2 milhões, incluindo o ganho com a alienação do seu negócio de publicidade em Outdoors.

Mas a importância do que foi realizado é sobretudo relevante para o desenvolvimento dos projectos que temos no futuro imediato. A conclusão do concurso da Televisão Digital Terrestre abre novos cenários e cria novas expectativas para todo o negócio da televisão em Portugal. A decisão governamental de adjudicar uma nova licença para um novo canal de televisão em aberto, suscita algumas dúvidas que o mercado e as preferências dos espectadores se encarregarão de resolver. O investimento publicitário deu provas ao longo dos últimos anos da sua reduzida elasticidade para admitir a entrada de um novo operador sem produzir graves perturbações para o conjunto do sector. Publicamente temos defendido a oportunidade de apoiar a aposta tecnológica na alta definição como motor para a rápida implantação da TDT. A adesão do consumo de massas à incorporação de novas tecnologias tem mais a ver com o acerto na criação da oferta e no estímulo apropriado da procura que com decisões administrativas ou governamentais.

Pela nossa parte esperamos que prevaleça o bom senso, se tenha em conta a experiência acumulada pelos operadores de televisão, se actue com realismo e se saiba, em prol da sociedade portuguesa, extrair o valor que têm as infra-estruturas já existentes para a transmissão do sinal como é o caso da rede da nossa empresa RETI, com que nos propomos concorrer ao concurso da TDT.

Os conteúdos no seu conjunto têm que olhar de forma mais activa para a nova realidade digital, e é até esta realidade que queremos evoluir encontrando os modelos de negócio mais adequados. Na Media Capital temos a matéria-prima necessária e contamos com a aceitação diariamente comprovada dos nossos utilizadores, a que, através das mais modernas plataformas tecnológicas, queremos chegar com as melhores e mais atractivas ofertas de informação, lazer e entretenimento.

O ano de 2008 apresenta algumas sombras derivadas da conjuntura económica internacional incerta e do seu efeito sobre a economia portuguesa. Isto faz-nos ser mais prudentes e evitar projecções demasiado optimistas. Mas a cautela não nos pode fazer perder de vista o fundamental, isto é, que temos uma grande empresa, que conta com boa parte dos melhores profissionais existentes em Portugal. Contamos com equipas altamente qualificadas que aportam, junto com o impulso e a força próprios da sua juventude, também um comportamento, rigoroso, maduro e à altura das responsabilidades contraídas. São o nosso principal activo e a nossa mais importante garantia do futuro. A todos eles deixo o meu reconhecimento por tudo o conseguido. E aos nossos espectadores, ouvintes, leitores, utilizadores, anunciantes e clientes em geral, deixo também o meu agradecimento pela confiança que diariamente depositam em nós a que continuaremos a responder com dedicação e espírito de superação.

Manuel Polanco
Queluz de Baixo, 6 de Fevereiro de 2008

The development of a company project aimed at leadership is a continuous task to which all of us at the Grupo Media Capital are totally devoted, both in the corporate center as well as in each one of our business units and company.

The new stage in the life of Grupo Media Capital which I mentioned in my letter to the shareholders from last year, has led, during the months passed in the meantime, to intense and important decisions that combined the rigour and attention of the management team with the new shareholding and organizational structures for the business.

The development of a company project aimed at leadership is a continuous task to which all of us at the Grupo Media Capital are totally devoted, both in the corporate center as well as in each one of our business units and company. The media and entertainment sector is currently going through times of change, which requires from all the people who works in it, dedication, creativity, capacity to adapt and flexibility in the application of the decisions taken and the options made.

The organizational reorganisation undertaken by the Grupo Media Capital was mostly reflected in the conclusion of the second Tender Offer launched by Grupo Prisa on the whole capital of our company, and which resulted that, by the end of the process, Prisa reached 94.4% of the stock shares. As a consequence of the new shareholder structure, the composition of the Board of Directors was also changed and, in order to fill the vacant places, Mr. Joaquim Pina Moura was appointed President of the Board of Directors, Mr. José Lemos and Mr. Tirso Olazabal were appointed Directors and Mr. Juan Herrero was appointed as Executive Board Member.

Simultaneously and in compliance with the legal obligations derived from the Tender

Offer process mentioned above, the Grupo Media Capital also launched a Tender Offer over the remaining shares which it did not yet hold on TVI – Televisão Independente S.A. This process, followed by the purchase of a small lot of shares, will enable that TVI is no longer a public company.

In some of the business units there were also some changes in the Group's shareholdings, namely in the audiovisual production company NBP, where Media Capital increased its shareholding position to 100% as well as in the cinema and video distribution company, CLMC, in which our shareholding position increased to 90%. In both cases, these are leading companies in their sectors of activity, with strong growth potential. On the other hand, during the final days of last year, the negotiations in place with the investment fund Explorer were finalised, ending in the sale of our outdoor advertising company, MCO. The good results obtained by MCO enabled the Group to obtain favourable selling terms and therefore to leave a sector outside the core business of our activities in a planned way and preserving the interests of our shareholders.

Last year our business units achieved excellent results, which in the case of TVI enabled the revalidation, for the third consecutive year, of its leadership position in television audiences in Portugal. On its 15th anniversary, to be celebrated in February 2008, TVI emerges as a reference company in the Portuguese television landscape, an achievement which all the people that made it possible, with their talent and work, can feel legitimately proud of.

The maturity level reached by NBP as a producer of television fiction was reflected in the continuous and consistent success of its productions. The professionalism of its teams has enabled the development of a modern and competitive operational structure in Portugal. Nowadays, NBP is a reality which can confidently and ambitiously face the challenge of the internationalisation of Portuguese audiovisual production. This position, which for us is a company choice, may very well become the catalyst for a possible specialisation of Portugal in the entertainment sector, and an added value with strong economic and cultural potential for the entire country.

Our radio company was able to manage the difficult challenge of redefining its formats and reorganising its products, ending 2007 with good audience results and with a commercial effectiveness that managed to overcome the difficult market conditions in radio. In spite of the limitations from the regulatory framework of the radio sector, the Group's investment in a talk radio format has affected the radio landscape in Portugal, and has encouraged a different way to produce and to listen to radio. The musical formulas well developed towards target audiences that are commercially more attractive were able to reach an increasingly number of listeners.

In music, cinema and video distribution, both Farol Música and CLMC showed the capacity to face an unfavourable market context, given the profound change in consumer purchasing habits and the impact of illegal downloads and content piracy. The quality of our products and services, the effort of our teams and the optimisation of



our distribution and sales of our catalogues were the foundations for the achievement of the leading position which, nowadays, each one of these companies holds in their respective market segment.

Our publications have closed a year in which their circulation and audiences both increased, in addition to the good performance showed by the corporate publications area. The difficulties and uncertainties that affected most players in a strongly penalised segment were overcome thanks to the professionalism and innovative spirit of our employees.

Finally, regarding the Internet, after the sale, also in the end of last year, of the ISP (Internet Service Provider) business, was able to leave the telecommunications sector and to focus all the energy of this business unit in the content business, where our own several editorial sites and services ensure good growth paces and enable to consolidate a solid foundation for the development of larger projects and to obtain increasingly better commercial results.

The main financial and economic indicators of the company reflect this strong performance in 2007: consolidated revenue was up to €222.4 million (a 4% growth); EBITDA margin grew to 20.7%; operational result (EBIT) increased 5% to €34.4 million and the Net Result was €30.2 million, including the capital gain with the sale of the outdoor business.

But the importance of what was achieved is especially relevant to the development of our projects for the near future. The conclusion of the Digital Terrestrial

Television public tender opens new scenarios and creates new opportunities for the entire television business in Portugal. The government decision to award a new license for a new free-to-air TV channel, has raised some question marks which ultimately, the market and the viewer preferences will end up solving. Over the last few years, the advertising expenditure has showed a low elasticity to support the entrance of a new television player without seriously affecting the whole sector. We have always publicly defended the opportunity of supporting the technological investment in high definition as a motor for the rapid implantation of DTT. The mass adoption of new technologies is more related with developing the right products and services to offer and to the adequate stimulation of the demand than to any administrative or governmental decisions.

From our side, we hope that common sense will prevail in the end, that the accumulated experience of the existing television players will be taken into account, that the approach will be realistic and that we will be able to extract, on behalf of all the Portuguese, the value of the infrastructures which already exist for signal broadcasting, as is the case of the network owned by our company RETI, which we plan to use to enter into the TDT process.

Overall, the contents must look more actively towards the new digital challenge, and this is the reality we want to evolve towards, through finding the most appropriate business models.

At Media Capital we have the raw material needed and we count on the proven daily acceptance of our users, to whom we want to reach with the best and most attractive offers on news, leisure and entertainment, using the most modern technological platforms.

Some shadows lurk over 2008, derived from the uncertain international economic outlook and its effect on the Portuguese economy. This has made us to be more prudent and to avoid overly optimistic projections. But this caution cannot make us lose sight of the fundamental, in other words, that we have a great company that counts with a good part of the best existing professionals in Portugal. We have highly qualified teams which bring, in addition to the energy and strength natural of their youth, also a rigorous, mature and responsible attitude. They are our main assets and our most important guarantee for the future. To all of them, I leave my recognition for all that was achieved. And to our viewers, listeners, readers, users, advertisers and clients in general, I also thank their daily trust on us, and we will continue to do our best to respond to it with dedication and a spirit to always do better.

Manuel Polanco
Queluz de Baixo, 6 February 2008

GRUPO MÉDIA CAPITAL, SGPS, S. A.



Includes 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 na Notas 4, 5 e 6

do anexo às demonstrações financeiras consolidadas em 31 de Dezembro de 2007.

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

Em 2007, a economia portuguesa continuou a crescer abaixo do ritmo da União Europeia, e – ainda mais preocupante para o mercado publicitário – a procura privada continuou a registar uma variação muito abaixo da taxa de crescimento do Produto Interno Bruto e a mostrar sinais de abrandamento, no seguimento de uma deterioração das expectativas dos agentes económicos (e sobretudo das famílias). Estes dois indicadores, o fraco crescimento do consumo privado e o clima de pessimismo instalado nas famílias portuguesas – decorrente do seu elevado endividamento, do aumento sustentado dos preços do petróleo e da crise que assolou as bolsas mundiais no final do ano – revelam-se também no menor

dispêndio das famílias em bens de consumo e serviços de entretenimento comercializados pelas empresas de media como as publicações e seus produtos associados ou CD’s musicais.

Neste contexto, o crescimento do mercado publicitário em 2007 – estimado em cerca de 4,5% em termos líquidos – até pode considerar-se positivo, na medida em que, pela primeira vez desde 2004, a sua taxa de crescimento foi superior à taxa de inflação, tendo-se registado assim um crescimento real do investimento publicitário total das empresas. No que diz respeito ao mercado publicitário há ainda que considerar também alguns fenómenos puramente conjunturais que acaba-

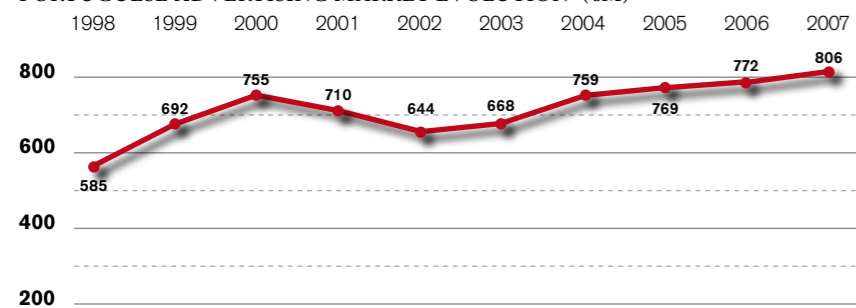
ram por afectar a sua evolução, como as duas OPA’s (e o seu impacto na actividade das empresas envolvidas e nos seus concorrentes) em sectores tão importantes como as telecomunicações e a banca.

O investimento publicitário líquido nos principais meios em Portugal em 2007, registou um crescimento face a 2006 de cerca de 4,5% em termos nominais ultrapassando assim os 800 milhões de euros e atingido o seu valor mais elevado de sempre em valor absoluto, segundo as estimativas de algumas agências de meios em Portugal. Porém, se levarmos em conta a inflação, o investimento publicitário em termos reais no final de 2007 não tinha ainda atingido o verificado em 2001.

Apesar de terem registado taxas de variação consideravelmente diferentes, o peso de cada meio não se alterou de forma significativa no mix utilizado. A televisão (sobretudo os canais generalistas em aberto) continuou a atrair quase metade do investimento publicitário total e a crescer acima da inflação (3,5% acima do valor em 2006), enquanto meios como a rádio e a imprensa (sobretudo no caso dos jornais) continuaram a perder investimento e peso no total.

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: OPerá / OMG Portugal
Note: values in “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” or “GMC”) has as its only investment, a 100% share of MEGLO – Media Global, SGPS, S.A. (“MEDIA GLOBAL”). Through this investment the Company holds, indirectly, participations in the companies mentioned in notes 4, 5 and 6 of the

Notes to the Consolidated Financial Statements on December 31, 2007.

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 2007, the Portuguese economy continued to grow at a lower rate than the European Union, and – even more worrying for the advertising market – private demand continued to show a variation far below that of the GDP growth rate and even started to show some signs of slowdown, following a deterioration of the expectations from the economic agents (particularly of the families). These two indicators, the weak growth of private consumption and the pessimistic economic outlook of Portuguese families – resulting from their high indebtedness, the continuous increase in oil prices and the crisis that hit worldwide stock markets – were also reflected in less spending by families on consumption goods and entertainment services commercialized by media companies, such as publications and its associated products or music CD’s.

In this context, the growth of the net advertising market in 2007 – an estimated growth of 4.5% – can actually be considered positive, to the extent that, for the first time since 2004, its growth rate was higher than the inflation rate, thus translating into a real increase in the advertising expenditure from companies. Regarding the advertising market, one should also consider some specific events that affected its performance,

such as the two tender offers (and their impact on the activity of the companies involved and on their competitors) in the key telecom and banking sectors.

The net adspend in the main Portuguese media in 2007 showed a nominal increase vs. 2006 of approximately 4.5%, meaning that the 800 million euro was passed for the first time and thus reaching its highest ever value in absolute terms, according to the estimates of some media agencies and media buyers in Portugal. However, if inflation is taken into account, adspend in real terms at the end of 2007 still remained below 2001 levels.

In spite of considerably different variation rates, there was no significant change in the share of each segment within the total media mix. Television (particularly Free-to-Air generalist channels) continued to attract almost half of the total adspend and to grow above inflation (3.5% vs. 2006), while radio and press (particularly the newspapers) continued to show a decrease in advertising income and in their share of the total advertising market pie. On the contrary, thematic channels (grew between 10% and 20%, according to several estimates) and outdoor advertising registered significant increases. However,

er, the highest growth sector in 2007 was clearly the Internet, which almost doubled its advertising revenues between 2006 and 2007 (from 10 to 19 million euro). This fact is worth mentioning since this value does not include advertising on international search engines (which is estimated to be similar to the value of traditional on-line advertising) and because the Internet is expected to maintain this kind of growth rate over the next few years, possibly with its revenues overtaking the ones captured by radio and thematic channels already in 2009.

In spite of the weak signs of economic growth and of the families’ consumption, we believe that the advertising market in Portugal will once again grow in real terms in 2008, with some media agencies and buyers forecasting growth rates above those occurred in 2007 – in other words, a growth of over 5%, in nominal terms, for the advertising market in 2008. This feeling probably results from the positive close of the year in 2007 and from some campaigns expected for 2008, due to the rebranding of some important companies and the increasing competition in sectors such as the telecoms or direct insurance companies – where several new players are expected.

Ao invés, os canais temáticos cresceram a bom ritmo (entre 10% e 20% segundo as diversas estimativas) o mesmo sucedendo à publicidade exterior (outdoor). No entanto, o sector que mais evoluiu em 2007 foi, sem sombra de dúvidas, a Internet, que quase viu duplicar o investimento publicitário captado entre 2006 e 2007 (de 10 para 19 milhões de euros). Este facto merece ser realçado porque o valor indicado não inclui a publicidade em motores de busca internacionais (que se estima seja da mesma ordem de grandeza da publicidade online tradicional) e porque se espera que a Internet mantenha um ritmo de crescimento semelhante nos próximos anos, podendo vir a ultrapassar a rádio e a televisão temática como meio vendedor de publicidade já em 2009.

Apesar dos débeis sinais de evolução da economia e do consumo das famílias, acreditamos que o mercado publicitário em Portugal voltará a crescer acima da inflação em 2008, havendo estimativas de algumas agências de meios que apontam para valores acima dos registados este ano – ou seja para que o mercado publicitário em 2008 cresça mais de 5% em termos nominais. Este sentimento provavelmente decorre da forma positiva como finalizou 2007 e de algumas campanhas previstas para 2008, com a mudança de imagem de algumas importantes empresas e o aumento da concorrência em sectores como as telecomunicações ou os seguros por telefone – onde se espera mesmo a entrada de vários novos operadores.

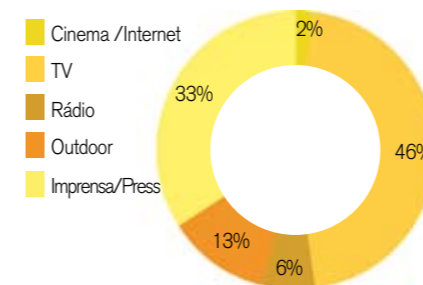
Porém, estas previsões, ainda que decorrentes dos planos já anunciados pelas empresas para 2008, devem ser encaradas como meramente indicativas e, acima de tudo, não são suficientes para esperar que o mercado publicitário português – apesar do seu relativo subdesenvolvimento quando comparado com o da maior parte dos principais países da zona euro – consiga crescer para os seus níveis per capita. Na verdade, subsistem factores estruturais que explicam a pequena dimensão – em termos absolutos e relativos – do mercado publicitário em Portugal, designadamente um excesso de oferta em alguns meios como a televisão, a rádio ou a imprensa, o que tem como consequência a prática de descontos elevadíssimos e de preços praticados demasiado reduzidos.

PRINCIPAIS FACTOS EM 2007

- A Media Capital apresenta para o exercício de 2007, um total de proveitos consolidados de €222.4 milhões, 4% acima de igual período do ano anterior, com as receitas publicitárias do Grupo a registarem um evolução positiva de 1% para os €165.2 milhões.
- A margem EBITDA do Grupo Media Capital (GMC) atingiu os 20.7%, um crescimento de 0.5 p.p. face aos 20.2% obtidos no ano de 2006.
- O resultado operacional (EBIT) verificou um crescimento de 5% para os €34.4 milhões.
- O resultado líquido consolidado do ano de 2007 foi de €30.2 milhões, montante que inclui o ganho com a alienação do seu negócio de publicidade em Outdoors.
- No decorrer do mês de Outubro o GMC adquiriu a posição minoritária restante de 30% no Grupo NBP por um montante de €13.5 milhões, passando desta forma a deter a totalidade do capital do principal grupo de produção de conteúdos audiovisuais em Portugal.
- Em Dezembro, o GMC concluiu o processo de venda da sua área de negócio de publicidade em Outdoor, ao Fundo de Investimento Explorer II por um montante global de €47 milhões.
- A TVI liderou pelo terceiro ano consecutivo as audiências de televisão em Portugal, quer no total do dia quer no horário nobre, com shares acumulados médios no universo dos canais de sinal em aberto, de 34.3% e 37.9% respectivamente.
- Em 2007 e a partir do terceiro trimestre, a Media Capital passou a reportar o segmento Entretenimento, o qual apresenta em 2007 um total de receitas de €24 milhões

DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM PORTUGAL EM 2007 (%)

ADVERTISING SPEND SPLIT BY MEDIA IN PORTUGAL IN 2007 (%)



Fonte/Source: Media Capital (estimativas/estimates)

However, these forecasts, despite being based on the marketing plans and budgets already announced by advertisers for 2008, must be seen as merely indicative and, above all, are not enough to believe that the Portuguese advertising market – in spite of its relative underdevelopment, when compared with the majority of the main Euro zone countries – to be able to grow to the adspend per cap-

ita levels of those countries. In fact, there are still some structural factors that explain the small size – in absolute and relative terms – of the Portuguese advertising market, namely an excess of supply in some media (such as television, radio or press), which end up translating into the practice of massive discounts and the maintenance of extremely low media prices.

MAIN FACTS IN 2007

- For the full year of 2007, Media Capital posted total consolidated revenues of € 222.4 million, up 4% year on year, with advertising revenues up 1% to € 165.2 million.
- The EBITDA margin of the Grupo Media Capital (GMC) reached 20.7%, up 0.5 p.p. in relation to the 20.2% obtained in 2006.
- Operating income (EBIT) grew 5% to €34.4 million.
- Consolidated net profit for the full year of 2007 came to € 30.2 million, which includes € 16.9 million related with the gain from the sale of its Outdoor advertising business.
- During the month of October, GMC acquired the remaining 30% minority stake in the NBP Group for €13.5 million, becoming the sole owner of the entire share capital of the main audiovisual content producer group in Portugal.
- In December, GMC finalized the process for the sale of its Outdoor advertising business unit to the Investment Fund Explorer II for a total amount of € 47 million.
- For the third year in a row, TVI led the television audiences both in all day and in the prime time, with average accumulated shares within the FTA channels of 34.3% and 37.9% respectively.
- In 2007, from the third quarter onwards, Media Capital began to report the Entertainment segment separately, which in 2007 posted total revenues of € 24 million.

EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE EM 2007

As Demonstrações Financeiras Consolidadas da sociedade Grupo Média Capital, SGPS, S.A. (GMC), foram preparadas de acordo com as Normas Internacionais de Relato Financeiro (IFRS), tal como adoptadas na União Europeia.

Na sequência do comunicado de Informação Privilegiada divulgado em 13 de Julho de 2007, relativo ao desenvolvimento em curso de negociações que poderiam resultar na alienação da sua área de negócios de Outdoors, prosseguida pela sociedade por si dominada Media Capital Outdoors – Publicidade, S.A. (MCO), o segmento de negócio de Publicidade Exterior, foi desde essa data considerado para efeitos de reporte financeiro, como uma operação detida para venda ou em descontinuação.

Este processo de negociação teve a sua conclusão em 19 de Dezembro de 2007, com a alienação da MCO ao Fundo de Investimento Explorer II, por um monte global de €47 milhões, sendo o resultado da actividade da MCO, apresentado separadamente como resultado das operações descontinuadas.

Em 13 de Setembro de 2007, a Media Capital comunicou a aquisição do controlo exclusivo da sociedade CLMC – Multimédia, SA (CLMC), aumentando a sua participação para 90% do capital desta sociedade, que se dedica à distribuição cinematográfica e de videogramas. Na sequência deste processo, e dado que esta actividade passou a ser consolidada integralmente nas contas do Grupo, foi decidida a revisão dos segmentos reportáveis pelo Grupo Media Capital e criado um novo segmento com a designação “Entretenimento”. Este novo segmento passou a incluir a CLMC bem como a actividade de edição e distribuição discográfica, anteriormente incluída no segmento Televisão. É de referir que o novo segmento apenas inclui a actividade da CLMC a partir do mês de Setembro de 2007. Com esta revisão, o segmento de Televisão passou a incluir exclusivamente as actividades de emissão, difusão e produção de conteúdos audiovisuais.

Estas operações (incluindo a alienação da MCO) reflectem uma reorientação estratégica do Grupo Media Capital, afirmando-se como uma empresa de produção

de conteúdos audiovisuais para exploração em todo o tipo de plataformas, e não já apenas como um grupo de media com actividade em vários segmentos.

Em 9 de Outubro, a Media Capital comunicou a aquisição pelo valor global de €13,5 milhões, da posição minoritária de 30% do capital do Grupo NBP, a principal empresa de produção de conteúdos audiovisuais em Portugal, passando a deter a totalidade do seu capital. Em 26 de Março a Media Capital havia já reforçado a sua posição accionista no Grupo NBP para 70%.

Tendo em conta a actividade desenvolvida pela empresa mãe, Grupo Media Capital, SGPS, S.A., como gestora de participações sociais, a qual resulta num constante estabelecimento de relações intra-grupo de carácter operacional e/ou financeiro entre esta e as suas participadas, a GMC adoptou pela primeira vez neste último trimestre do exercício de 2007, um procedimento contínuo de remuneração da sua prestação de serviços às diversas participadas, designada por *management fees*.

ACTIVITY EVOLUTION IN 2007

The Consolidated Financial Statements of the company Grupo Média Capital, SGPS, S.A. (GMC), were prepared according to the IFRS accounting standards, as adopted by the European Union.

Following the communication of Privileged Information announced on 13 July 2007, regarding the ongoing negotiations that could result in the sale of its Outdoor business unit, undertaken by the company designated as Media Capital Outdoors – Publicidade, S.A. (MCO), the Outdoor business segment was, from that date onwards, considered as an operation held for sale or to be discontinued, for financial reporting purposes.

This negotiation process was concluded on 19 December 2007, with the sale of MCO to the Explorer II Investment Fund, for a total amount of € 47 million, with the result of MCO's activity being presented separately as a result of discontinued operations.

On 13 September 2007, Media Capital announced the attainment of the exclusive control of the company CLMC – Multimédia, SA (CLMC), increasing its interest to 90% of the capital of this company, which specializes in cinema and video distribution. Following this process, and since this activity is now fully consolidated in the Group's accounts, it was decided to review the segments reported by the Grupo Media Capital and a new segment, designated as “Entertainment”, was created. This new segment began including CLMC as well as the music edition and/or distribution activity, previously included in the Television segment. It is important to mention that the new segment only includes the activity of CLMC from the month of September 2007 onwards. With this review, the Television segment began to include, exclusively, the activities of emission, broadcasting and production of audiovisual contents.

These operations (including the sale of MCO) reflect a strategic reorientation of the Grupo Media Capital, positioning

itself as an audiovisual contents production company ready to be used across all types of platforms, and not anymore as just a media group with operations in several different segments.

On 9 October, Media Capital announced the acquisition, for a total value of € 13.5 million, of the 30% minority interest of the capital of the NBP Group, the main audiovisual contents production company in Portugal, becoming the only shareholder of the company.

Taking into account the activity developed by the parent company, the Grupo Media Capital, SGPS, S.A., as an investment holding company, which results in a constant establishment of intra-group relations of operational and/or financial nature between itself and its affiliated companies, GMC adopted for the first time, in the last quarter of 2007, a continuous process of remuneration of the services it provides to the several affiliated companies, designated as management fees.

BREVE ANÁLISE DOS RESULTADOS CONSOLIDADOS

No período findo em 31 de Dezembro de 2007, o Grupo Media Capital alcançou um total de proveitos consolidados de €222,4 milhões, 4% acima do registado no ano anterior e um EBITDA (resultados operacionais + amortizações) de €46,1 milhões que se traduz num crescimento de 7% face ao exercício de 2006, uma performance digna de registo, dadas as condições relativamente adversas do mercado.

O Resultado Operacional (EBIT) cresceu 5% para os €34,4 milhões, tendo o Resultado Líquido sido de €30,2 milhões. Refere-se no entanto que este valor engloba um ganho de €16,9 milhões, realizado com a venda da actividade de publicidade em Outdoor.

O total de proveitos consolidados registou um crescimento de 4% face ao anterior, com as receitas publicitárias a obterem um aumento de 1% para os €165,2 milhões, tendo por base o desempenho dos vários segmentos, em que a Televisão subiu 1%, a Rádio registou um aumento de 4% e o segmento Outros cresceu 6%. De notar o excelente desempenho do segmento de Rádio neste último trimestre de 2007, com um crescimento significativo de 25% nas suas receitas de publicidade, confirmando a tendência de recuperação desta unidade de negócio que se iniciou no segundo trimestre deste ano.

As vendas de revistas verificaram uma redução de 14%, a qual excluído o efeito da revista Grazia, encerrada no final de 2006, corresponderia a um crescimento de cerca de 4% face ao ano anterior. Os Outros proveitos operacionais cresceram 19% face ao ano anterior, impulsionados pelo expressivo aumento de 30% registado no terceiro trimestre, com a Televisão e o segmento de Entretenimento a compensarem largamente a redução verificada na venda de produtos associados

às publicações do Grupo e nos proveitos provenientes do fornecimento de acesso à Internet em banda estreita. É de referir que, neste período, o segmento de Entretenimento inclui um mês de consolidação da actividade de distribuição cinematográfica e de videogramas, resultante da aquisição do controlo exclusivo da sociedade CLMC – Multimédia, SA (CLMC) em Setembro de 2007.

Os custos operacionais registaram um crescimento de 1% face a 2006, resultante do aumento nos custos com programação no segmento de Televisão e do aumento dos custos no segmento de Entretenimento, parcialmente compensados pela redução dos custos associados à venda de produtos nas publicações do Grupo e dos custos variáveis na área de Internet. A variação registada nos custos operacionais em 2007, reflecte ainda o efeito da consolidação da actividade de distribuição cinematográfica, sem correspondência no montante total de custos de 2006.

Os custos e perdas financeiros registaram um aumento de 12% para os €8,8 milhões, acréscimo justificado principalmente pela variação significativa dos custos registados, com particular incidência neste terceiro trimestre, com instrumentos financeiros derivados, nomeadamente o contrato de Equity Swap sobre acções próprias contratado pelo Grupo. A contribuir para o aumento nesta rubrica esteve também o aumento verificado nos custos associados à dívida bancária do Grupo, na sequência da reestruturação da mesma e cujos impactos em sentido inverso são esperados já para o exercício de 2008. A compensar de forma parcial estes aumentos, registou-se uma melhoria na rubrica de resultados nas empresas associadas do Grupo.

O aumento verificado no imposto sobre

o rendimento do exercício, resulta na sua larga maioria da anulação de impostos diferidos activos num montante de cerca de €2,8 milhões, relativo a provisões constituídas em anos anteriores, bem como do reconhecimento de um montante de aproximadamente €0,5 milhões, resultante de liquidações adicionais determinadas pelos serviços de finanças e referentes a exercícios anteriores.

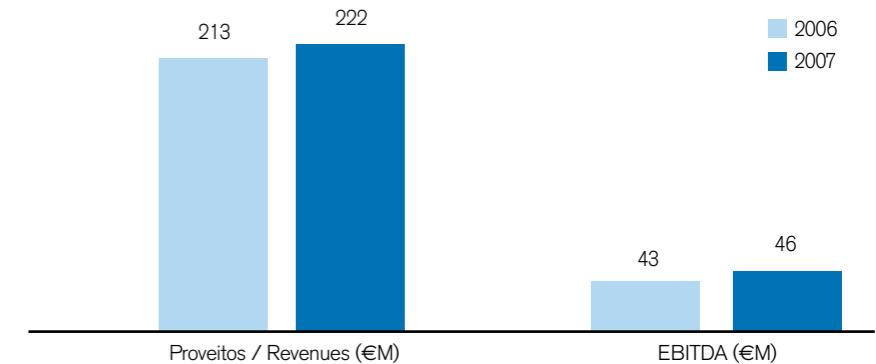
BRIEF OVERVIEW OF THE CONSOLIDATED RESULTS

For the period ended 31 December, 2007, Grupo Media Capital reported total consolidated revenues of €222.4 million, a 4% year on year increase and an EBITDA of € 46.1 million, up 7% over the previous year, a positive performance, given the relatively adverse conditions of the market.

Operating Income (EBIT) increased 5% to €34.4 million, while Net profit was € 30.2 million. It is important to mention, however, that this value includes a capital gain of € 16.9 million resulting from the sale of the Outdoor advertising activity.

Total consolidated revenues increased by 4% year on year, with advertising revenues increasing 1% to €165.2 million, based on the performance of the various segments, with Television up 1%, Radio up 4% and the segment Others up 6%. Worth mentioning the excellent performance of the Radio segment in the last quarter of 2007, achieving a strong 25% increase in advertising revenues, confirming the recovery trend of this business unit that started in the second quarter of the year.

Newsstand sales posted a 14% decline, which, excluding the effect of the magazine Grazia – discontinued at the end of 2006 – would translate into a 4% increase vs. year ago. Other operating revenues were up 19% year on year, boosted by the significant 30% increase in the third quarter, with Television and the Entertainment segment largely offsetting the decrease in add-on product sales from magazine operations, and the revenues coming from narrow band Internet access provision. It is important to mention that, over this period, the Entertainment segment only includes a month



of consolidation for the cinema and video distribution activity, as a result of the acquisition of sole control of the company CLMC – Multimédia, SA (CLMC) in September 2007.

Operating costs showed 1% increase vs. year ago, as a result of increasing programming costs in the Television segment and an increase in costs in the Entertainment segment, partially offset by the cost reduction in add-on product sales from magazine operations and in variable costs of the Internet area. The change of the operating costs in 2007 also reflects the effect of consolidation of the cinema distribution activity that has no comparable value in the total costs of 2006.

Net financial expenses were up 12% to € 8.8 million, mostly due to the significant increase in costs, particularly in the third quarter, of financial derivative instruments, namely the Equity Swap contract involving its own shares undertaken by the Group. The increase in the costs related with the Group's bank debt also contributed towards the increase in this caption, following the restructuring of the Group debt and whose impact is expected to have positive effects in 2008. The improvement in the Group's results from associated companies partially offset these increases.

The increase in income tax, results - to a great extent - from the reversal of deferred tax assets in an amount of approximately € 2.8 million, related to provisions constituted in previous years, as well as the recognition of approximately € 0.5 million, resulting from additional settlements from previous fiscal years determined by the Finance Office.

ESTRUTURA DO GRUPO MEDIA CAPITAL

O Grupo Media Capital é o principal e mais completo grupo de comunicação e entretenimento em Portugal, com uma forte presença em praticamente todos os segmentos dos media e na produção de conteúdos audiovisuais. A sua estrutura operacional reflecte esta abrangência e é por isso bastante horizontal, estando a sua actividade estruturada em oito áreas de negócio distintas – já considerando a alienação da actividade de outdoor – e numa Unidade de Serviços Partilhados interna (a “ONE”) que centraliza todas funções administrativas e servem as restantes empresas do Grupo (como os recursos humanos, contabilidade, gestão financeira e de tesouraria e compras).

Adicionalmente, faz ainda parte do Grupo Media Capital a empresa participada Publipartner, cuja missão é a de

promover parcerias com outras empresas, para utilizar as suas capacidades de criação e gestão de marcas e de media e assim captar receitas adicionais para o Grupo. A sua actividade iniciou-se em 2005 com a promoção de produtos financeiros sob a marca Capital Mais, tendo a sua actividade sido reformulada em 2007 e alargada com o lançamento de uma marca de seguros para automóveis no âmbito de outro projecto realizado com uma importante seguradora multinacional.

Em termos de reporte financeiro a estrutura adoptada é mais simples, com apenas três áreas de negócio principais: Televisão (que agrupa a TVI, as empresas de produção audiovisual do Grupo NBP e a RETI – detentora da rede de difusão de televisão); Entretenimento (que inclui a actividade de ci-

nema e de música do Grupo após o investimento realizado nestas empresas em 2007 para aumentar a sua posição accionista); e rádio; estando as restantes empresas e negócios agrupadas num segmento separado. Esta estrutura de reporte reflecte já as operações realizadas em 2007 – sobretudo a alienação da MCO e o controlo accionista da CLMC e da Farol Música – e tem como finalidade facilitar a avaliação e visibilidade das diferentes áreas de negócios onde a empresa está presente, levando em conta a dimensão e as relações e sinergias existentes entre as empresas de cada segmento.

GRUPO MEDIA CAPITAL'S STRUCTURE

Grupo Media Capital is the main and most complete media and entertainment group in Portugal, with a strong presence in almost all the segments of the media sector and in the production of audiovisual contents. Its operational structure reflects this broad business scope and is very horizontal, organized into eight different business units – which already excludes the outdoor activity, following its sale – and an internal Shared Services Unit (named “One”) that centralizes all the administrative functions and serves the other Group companies in areas such as human resources, accounting, financial management, treasury and purchases. Grupo Media Capital also owns an affiliated company, Publipartner whose mission is to develop partnerships with external companies so that by using its marketing and and media management

skills can capture additional revenues for the Group. It started operations in 2005, with the promotion of financial products under the Capital Mais brand name, underwent a restructuring and extension of its activity in 2007, with the launch of a car insurance brand Sempre Seguros under another project, carried out in association with an important multinational insurance company.

In terms of financial reporting, the structure adopted by Media Capital is much simpler, with only three main business units: Television (which includes TVI, the audiovisual production companies of the NBP Group and RETI – that operates its own television broadcasting network); Entertainment (which includes the Group's cinema and music activities, following the investment made in these

companies to increase its shareholding position); and radio. The remaining companies and business units are grouped in a separate segment called Other. This reporting structure already reflects the operations carried out in 2007 – in particular, the sale of MCO and the shareholding control of CLMC and Farol Música. The purpose of this structure is to simplify the evaluation and visibility of the different business units where the company operates, taking into account the dimension and the existing relations and synergies between the companies of each business segment.

PRINCIPAIS NEGÓCIOS DO GRUPO MEDIA CAPITAL

MAIN BUSINESS UNITS OF GRUPO MEDIA CAPITAL

Posição no segmento
Rank in segment



EVOLUÇÃO ESPERADA DA ACTIVIDADE EM 2008

As últimas estimativas do Banco de Portugal antevêm um cenário semelhante ao verificado em 2007 com o PIB a crescer 2% mas com o consumo privado a variar apenas 1,1%, mantendo-se a tendência verificada desde 2006 de o crescimento económico ser sobretudo derivado do aumento das exportações. Neste contexto, as previsões para a evolução do mercado publicitário também apontam para valores de crescimento semelhantes aos verificados em 2007 (entre os 4 e os 5%) e a mesma tendência entre os diferentes meios (com a Internet a ganhar peso e a rádio e a imprensa a perderem quota de investimento publicitário captado).

2008 será também um ano onde se concentrarão vários eventos fortemente mediáticos como o Rock in Rio em Lisboa, os Jogos Olímpicos e o campeonato europeu de futebol, mas não é certo que tenham como resultado um aumento significativo do investimento publicitário na medida em que – salvo algumas marcas internacionais que os patrocinam – acabam por captar sobretudo patrocínios e actividades de contacto directo com os consumidores, podendo inclusive a desviar uma parte do orçamento de marketing das marcas envolvidas que de outro modo poderia ser canalizado para publicidade tradicional.

2008 será também um ano importante na definição do futuro de todo o sector audiovisual e multimédia em Portugal como consequência da realização do concurso para o lançamento da televisão digital terrestre, que será seguido do concurso para a atribuição de uma licença para um novo canal de televisão generalista em aberto, e com o previsível aumento da concorrência entre os principais operadores de telecomunicações, que, com a separação da actividade da Portugal Telecom, irão provavelmente tentar diferenciar a sua oferta não apenas através do preço dos seus serviços, mas também através do desenvolvimento de ofertas “Triple Play” (Voz,

Internet e Televisão por subscrição) onde os conteúdos audiovisuais (sobretudo os mais populares, exclusivos e locais), terão um papel decisivo a desempenhar.

É neste contexto que devemos avaliar a reorientação estratégica da actividade do Grupo Media Capital e o maior enfoque na sua afirmação como empresa produtora de conteúdos audiovisuais para difusão e venda em múltiplas plataformas. Sendo a empresa detentora do principal canal de televisão, da maior produtora de televisão em Portugal, tendo uma rede de difusão própria e uma presença significativa em outras áreas de produção de conteúdos de informação e entretenimento, o Grupo Media Capital está estrategicamente posicionado para, qualquer que seja a evolução regulatória e tecnológica do sector, se afirmar como empresa líder e que pode desempenhar um importante papel na definição do futuro do sector e das suas empresas.

É também neste enquadramento que devemos considerar as principais apostas estratégicas do Grupo Media Capital para 2008:

- Participação no concurso para atribuição das licenças de TDT
- Início da emissão de canais temáticos da TVI na plataforma da TV Cabo
- Aprofundamento da relação da TVI com a NBP e destas com empresas congéneres do Grupo Prisa como a Sogecable, a Cuatro e a Plural
- Investimento na criação de uma das maiores empresas de produção audiovisual no mundo Ibero-americano abrangendo a NBP e a Plural
- Afirmação do Rádio Clube enquanto rádio de referência em termos de opinião pública, num ano pré-eleitoral
- Diversificação das receitas das empresas do Grupo, com a procura de receitas não publicitárias, como sejam a gestão de direitos, carreiras e eventos na música, a venda de DVD's no cinema e a produção de publicações empresariais e institucionais na área de imprensa.

Após esta reorientação redefinição do seu âmbito de actuação, e dependendo das condições dos mercados financeiros mundiais e do clima económico global, o Grupo Media Capital pretende também voltar a dispersar em bolsa uma parte do seu capital para financiar os investimentos referidos.

EXPECTED EVOLUTION IN ACTIVITY FOR 2008

The latest estimates of the Bank of Portugal for 2008 forecast a similar scenario as in 2007, with an expected GDP growth of 2% but with private consumption only increasing by 1.1%. This continues the trend that began in 2006, with economic growth being mainly driven by an increase in exports. In this context, the evolution of the advertising market is also expected to grow at similar levels to those of 2007 (between 4% and 5%) and the same trend is also expected to continue across the different media (with the Internet gaining market share while radio and press will probably lose their share of the total advertising spending).

2008 will also benefit from several highly mediated events that will take place, such as the Rock in Rio Festival in Lisbon, the Olympic Games and the European Football Championship. However, it is not clear as to whether these events will lead to a significant increase in ad-spend, given that they end up capturing mostly sponsorships and activities of direct contact with consumers – with the exception of some international brands that sponsor these events – and in fact may actually end up diverting a part of the marketing budget of the companies involved that would otherwise be invested in traditional advertising.

2008 will also be a decisive year for the definition of the future for the entire audiovisual and multimedia sector in Portugal as a result of the start of the process to launch the Digital Terrestrial Television, which will be soon followed by the attribution of a licence for a new FTA generalist television channel. In addition, the expected increase of competition between the main telecom players (that resulted from the spin-off of the local telecom incumbent, Portugal Telecom) will translate into a need to differentiate their offer, not only through pricing but also by developing of a Triple Play service (Voice, Internet and pay

TV) in which audiovisual contents (in particular, the most popular, exclusive and local) will play a decisive role.

It is within this context that we must assess the strategic reorientation of the activity from Grupo Media Capital and the greater focus on its positioning as an audiovisual contents producer for broadcasting and sale on multiple platforms. Given that the company owns the main television channel, the largest television production company in Portugal, has its own broadcasting network and a significant presence in the production of other news and entertainment contents, Grupo Media Capital is strategically positioned to, whatever the regulatory and technological evolution of the sector will be, stand out as a leading company that can play an important role in the definition of the future for the sector and for its companies.

It is also within this framework that we should evaluate the main strategic priorities of Grupo Media Capital in 2008:

- Participation in the invitation to tender for the attribution of DTT licences
- Start of the broadcast of TVI's thematic channels on TV Cabo's cable platform
- Strengthening of the relationship between TVI and NBP, and of those companies with their counterparts from Grupo Prisa, such as Sogecable, Cuatro and Plural
- Investment in the creation of one of the largest audiovisual production companies in the Ibero-American world, which combines NBP and Plural
- Establishing Rádio Clube as a reference radio in terms of public opinion, in a pre-election year
- Diversification of the Group's revenues, with an increased focus on non-advertising revenues, coming from the management of music rights, careers and events, the sale of DVD's in the cinema business unit, and the production of corporate and corporate publications in the magazines operations.



TELEVISÃO TELEVISION

A TVI liderou as audiências da televisão em Portugal pelo terceiro ano consecutivo

TVI was the preferred TV channel in Portugal for the third consecutive year

TELEVISÃO - DIFUSÃO E PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS

EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE EM 2007

O conjunto da actividade de televisão do Grupo Media Capital – que engloba, para além da TVI e suas participadas, também o Grupo NBP – foi este ano reconfigurado, destacando-se o negócio de conteúdos musicais para uma nova área de negócio (a de Entretenimento, em conjunto com a actividade de cinema da CLMC) e apresentou em 2007 um crescimento dos proveitos consolidados de cerca de 3,4%, passando de €159 milhões para cerca de €164 milhões. O EBITDA caiu ligeiramente -3,1% de quase €50 milhões em 2006 para pouco mais de €48 milhões em 2007, o que fez com que a margem global deste negócio se mantivesse ainda assim perto dos 30%.

Estes resultados foram obtidos num contexto de redobrada concorrência por parte das outras estações de televisão e de um crescimento pouco acima da inflação do investimento publicitário em televisão.

Num ano em que a RTP celebrou o seu 50º aniversário e a SIC iniciou o desenvolvimento de conteúdos próprios de ficção nacional, a dificuldade de adquirir novos conteúdos e a pressão sobre os custos foram também muito forte. A TVI manteve-se como o canal de televisão líder em 2007, pelo terceiro ano consecutivo e consequentemente, logrou manter uma elevada quota do investimento publicitário em televisão – quase €147 milhões equivalentes a mais de 46% do mercado de televisão. As receitas não publicitárias da TVI registaram também um aumento de mais de 20% face a 2006 e a NBP continuou a ser determinante para estes resultados com as suas produções de ficção nacional a constituírem a espinha dorsal da programação da TVI, sobretudo no horário nobre.



TELEVISION - BROADCASTING AND CONTENT PRODUCTION

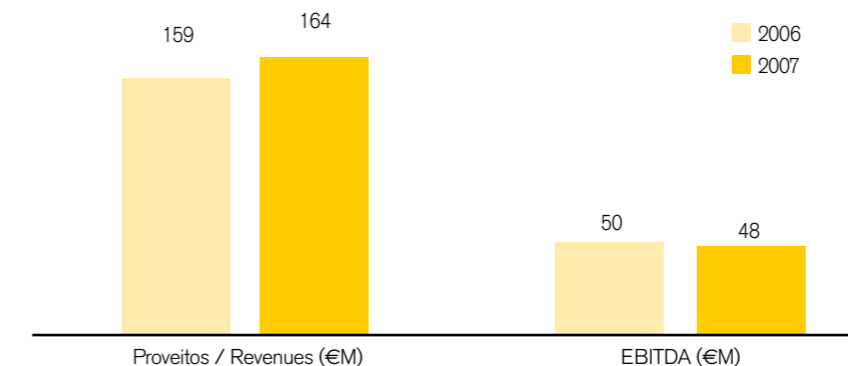
ACTIVITY EVOLUTION IN 2007

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, was redefined this year, with the move of the music contents business into a new business unit (“Entertainment”, which also includes CLMC’s cinema business activity) and posted in 2007 an increase in total revenues of approximately 3.4%, up from €159 million to €164 million. EBITDA fell 3.1% from almost €50 million in 2006 to just above €48 million in 2007, still enabling the EBITDA margin of the total television business to remain close to 30%.

These results were achieved within a context of increased competition from other television channels and a slightly above inflation growth of the television adspend. In the year where RTP celebrated its 50th anniversary and SIC started

the development of its own national fiction contents for television, it was more difficult to acquire new contents and the pressures over costs was also very strong. TVI maintained its position as the leading television channel in 2007, for the third consecutive year, and, as a result, succeeded in maintaining a very high market share of the television adspend – almost €147 million of advertising revenues, which corresponds to more than 46% of the FTA television market. TVI’s non-advertising revenues also showed growth above 20% vs. the year ago and NBP continued to be decisive in obtaining these results with its national fiction productions being the backbone of TVI programming, particularly during the prime time critical period.

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



EVOLUÇÃO ESPERADA DA ACTIVIDADE EM 2008

No seguimento do que sucedeu em 2007, com o arranque das consultas públicas relativas ao concurso para o lançamento da Televisão Digital Terrestre (TDT) e com o anúncio pelo Governo da abertura num futuro próximo a um novo canal de televisão generalista em aberto, o ano de 2008 afigura-se como um ano decisivo para o sector, na medida em que a concorrência vai ser mais acentuada do que nunca mas, por outro lado, também se abrem novas oportunidades, se bem que ainda com fortes incertezas no horizonte, para o sector como um todo, e principalmente, para a TVI – o operador líder.

No sector da televisão, a recente mudança da direcção dos principais concorrentes (RTP e SIC) deixa antever uma concorrência acrescida para a TVI. E Mesmo tendo esta o exclusivo em sinal aberto para os jogos do Campeonato Europeu de Futebol, 2008 vai ser um ano que mais uma vez vai por à prova a capacidade de a TVI conseguir manter uma estratégia consistente e vencedora em termos de conteúdos, a par de um apertado controlo dos seus custos. O lançamento, finalmente em vias de ser concretizado e esperado para o final de 2008, de novos canais da TVI na rede de televisão paga, vai permitir afirmar a TVI como mais do que o canal de televisão líder mas também como o principal operador multi-plataforma no panorama audiovisual português.

Na produção de televisão, o principal desafio da NBP em 2008 será o de estreitar ainda mais os laços e as sinergias quer com a TVI – seu principal cliente – quer com a actividade similar das empresas do Grupo Prisa. Na realidade, este desafio consiste em muito mais do que apenas explorar sinergias, estando em vista a centralização em Portugal de toda a actividade de produção audiovisual do Grupo Prisa na Península Ibérica, a ser localizada em novas instalações que concentrariam todas as empresas e instalações dispersas na região da Grande Lisboa. Com esta renovada capacidade de produção, a NBP pretende também alargar o seu âmbito de actuação – produzindo para mais mercados, para mais clientes, e mais produtos e diferentes géneros.

Finalmente, quanto ao sector audiovisual como um todo, são ainda muitas as incertezas, mas alguns factores parecem ganhar corpo. Desde logo uma expectativa de crescimento do mercado publicitário em linha ou acima do que sucedeu em 2007, mas sobretudo, com o arranque previsto do concurso para a Televisão Digital Terrestre – em que o Grupo Media Capital se destaca como parceiro incontornável para a definição do futuro do sector, uma vez que detém o principal canal de televisão, a principal produtora de conteúdos audiovisuais em Portugal e uma das duas redes de difusão exis-

tentes com capacidade de serem aproveitadas para emissão digital. Ainda sem estarem claros os contornos do caderno de encargos para o concurso da TDT e apesar de algumas decisões já tomadas não terem levado em conta a realidade do sector (como por exemplo a decisão de emitir uma licença para um novo canal de televisão apesar da escassez do mercado publicitário local), o Grupo Media Capital aguarda serenamente pelo desenrolar do processo, consciente da sua importância para o futuro do sector e para a sobrevivência das suas empresas a médio e longo prazo.



EXPECTED EVOLUTION IN ACTIVITY FOR 2008

In line with what happened in 2007, with the start of the public consultations regarding to the tender process of the Digital Terrestrial Television (DTT) and with the announcement by the Government of another license for a new FTA generalist television channel in the future, 2008 will likely be a decisive year for the sector, since competition will be stronger than ever, but, on the other hand, new opportunities will also arise, despite the strong level of uncertainty in the horizon, for the sector as a whole and particularly for TVI – its leading player.

In the television broadcasting sector, the recent change in the senior management of TVI's main competitors (RTP and SIC) foresees increased competition. Even though TVI has exclusive FTA rights for the football matches of the European Football Championship, 2008 is going to once again put to the test TVI's competence in maintaining a consistent and effective programming strategy combined with a tight control of its costs. The launch of the new TVI channels in the pay TV (this process is being finalized and they are expected to be on air by the end of 2008), will enable TVI to consolidate its position as the leading television channel and also as the main multi-platform player in the Portuguese audiovisual landscape.

In television production, NBP's main challenge in 2008 will be the strengthening of its relations and synergies with TVI – its main client – as well as with the companies of Prisa Group operating in the same activity. In fact, this challenge requires much more than simply exploiting synergies, with the possibility of centralizing in Portugal of all of the audiovisual production activity from Grupo Prisa in the Iberian Peninsula, to be located in new facilities that would concentrate all the different offices and companies spread throughout the Greater Lisbon region. With this renewed production capacity, NBP also intends to extend its scope of activity – producing for more markets, more clients, more products and different genres.

Finally, regarding the audiovisual sector as a whole, there are still many uncertainties, but some factors seem to emerge, such as the growth forecasts for the advertising market in line or above the levels of 2007, but mostly due to the expected start of invitation to tender for the Digital Terrestrial Television – in which the Grupo Media Capital stands out as the unquestionably main player for the definition of the future of the sector, given it owns the main television channel, the main audiovisual contents producer in Portugal and one of two existing broadcast networks with the capability

of being used for digital broadcasting. Even without a clear definition of specific details and despite some decisions already taken have not taken into account the reality of the sector (as it was the case with the decision to issue a licence for a new television channel in spite of the small size of the local advertising market), the Grupo Media Capital awaits calmly for the unfolding of the project, conscious of its importance for the future of the whole sector and for the survival of its companies in the medium and long term.



EVOLUÇÃO DAS AUDIÊNCIAS EM 2007

Consolidação da Liderança

Em 2007, e pelo terceiro ano consecutivo, a TVI voltou a assegurar o primeiro lugar entre os canais mais vistos da televisão portuguesa, com um share de audiência média diária de 34.3%. Em segundo lugar, ficou a RTP1 com um share de 29.8%, tendo a SIC registado uma quota de audiências de 29.7%. Analisando as audiências ao longo do ano, a TVI revela uma grande consistência na sua oferta e nos resultados obtidos, tendo liderado a totalidade dos 12 meses em 2007 e mais de 90% das suas semanas. No ano em análise, a TVI foi contactada com regularidade diária por mais de 6,2 milhões de indivíduos (num universo máximo de 9,5 milhões com quatro ou mais anos de idade) e no horário nobre a programação da TVI atraiu, em média, 4,7 milhões de indivíduos por dia.

No horário nobre (entre as 20H e as 24H), e pelo sétimo ano consecutivo, a TVI foi também o canal preferido dos portugueses, obtendo uma quota de audiência de 37,9%, seguida pela SIC com 28,6% e pela RTP1 com 28,0%, estações que

trocaram de posição relativa em relação ao que registaram no total do dia.

Também na análise global do consumo de televisão, incluindo não apenas os canais com emissão em sinal aberto mas também os canais (generalistas e temáticos) apenas emitidos em televisão paga (com emissão por rede de cabo ou por satélite e representando assim a totalidade do mercado de televisão), a TVI mantém uma posição clara de liderança, obtendo uma quota de audiência de 29% no total dia e representando cerca de um terço das audiências totais de televisão no período de prime-time – praticamente o dobro registado pelo conjunto de todos os canais de cabo com 15.4% de share de audiências.

O perfil de audiências da TVI é predominantemente feminino (60% do total), com forte implantação urbana, preferida pelas classes médias (62,3%) e por indivíduos com idades até aos 54 anos (62,3% no perfil da estação), estando assim em linha com a estratégia definida pela estação de

dirigir a sua programação para os públicos-alvo mais geradores de investimento publicitário – as donas de casa activas e as famílias jovens. Estes bons resultados verificam-se também durante o período do prime-time, em que a TVI regista shares de audiência acima dos 38% na população feminina e uma média de 37,4% em Donas de Casa, bem como valores acima dos 40% de share nos indivíduos com idades até aos 44 anos.

In 2007, and for the third consecutive year, TVI was the preferred television channel in Portugal, with an average all-day audience share of 34.3%. RTP1 came in second place with an audience share of 29.8%, with SIC having an audience share of 29.7%. Analysing the audiences throughout the year, TVI shows a significant consistency in its offer and in the results obtained, having led all 12 months of 2007 and more than 90% of the total weeks. In this year, TVI reached over 6.2 million people on a daily basis (within a total universe of 9.5 million people aged four or more years old) and during prime time, TVI programming attracted an average audience of 4.7 million individuals every day.

During the prime time (between 8pm and midnight), and for the seventh consecutive year, TVI was also the preferred television channel with an average audience share of 37.9%, followed by SIC with 28.6% and by RTP1 with 28.0%, channels that exchanged their positions when compared with the all-day audience shares.

AUDIENCE EVOLUTION - 2007

Consolidating TVI leadership

Moreover, within the global analysis of all television consumption, including not only the Free-to-Air TV channels but also the generalist and thematic pay-TV channels (broadcast through cable or satellite network and thus representing the total television market), TVI maintained a clear leadership position, with a 29% all-day audience share that represented about a third of total television audiences in the prime time period – almost double of what was accomplished by the combination of all cable channels that had a combined 15.4% audience share.

The audience profile of TVI is predominantly feminine (60% of the total), concentrated in urban areas, preferred by the middle classes (62.3%) and by individuals up to 54 years old (62.3% of its profile), thus being in line with the strategy defined by the channel to direct its programming towards the target-audiences that generate more adspend – active housewives and young families. These good results

also occur during the prime time period, where TVI obtains audience shares above 38% of the feminine population and an average of 37.4% within the Housewives target, as well as audience share values above 40% within the individuals aged up to 44 years old.



HORÁRIO NOBRE 2007/2006

PRIME TIME 2007/2006

Share prime time	2006	2007	Var p.p.
RTP1	25,2	28,0	2,8
RTP2	5,5	5,5	0,0
SIC	30,1	28,6	-1,5
TVI	39,2	37,9	-1,3

TOTAL DIA 2007/2006

ALL DAY 2007/2006

Share all day	2006	2007	Var p.p.
RTP1	28,5	29,8	1,3
RTP2	6,2	6,2	0,0
SIC	30,4	29,7	-0,7
TVI	34,8	34,3	-0,5

Fonte / Source: Marktest

SHARE 2007 - Mercado Generalistas e Temáticos

SHARE 2007 - Generalist and Thematic Channels

Share prime time	All-Day	P. Time
RTP1	25,3	24,4
RTP2	5,2	4,8
SIC	25,1	24,9
TVI	29,0	33,0
Cabo/outros	15,4	12,9
Cable Channels/Others		



CONSUMO DE TELEVISÃO

Na sua globalidade, em 2007, o meio Televisão manteve uma penetração em linha com os seus valores habituais, tendo apresentado apenas ligeiras variações relativamente ao ano anterior (considerando toda a oferta incluindo canais emitidos em sinal aberto e canais pagos). A cobertura média diária de 2007 foi de 81,9% (traduzido num contacto diário de 7,7 milhões de indivíduos) e o tempo médio de permanência em frente ao televisor de cada português foi de 209 minutos no total do dia e de 86 minutos no prime-time, representando respectivamente um pequeno decréscimo e um ligeiro crescimento em relação a 2006.

PROGRAMAÇÃO

No período em análise, a TVI manteve e reforçou as suas principais linhas de actuação estratégica na área da programação, com base numa oferta relevante de todos os géneros de ficção, complementada por reality-shows e formatos de grande entretenimento, futebol e serviços noticiosos, privilegiando a programação em língua portuguesa e assegurando a diversidade própria de um canal generalista.

Na análise dos géneros televisivos emitidos pela TVI em 2007 é possível verificar que a ficção (nacional e internacional) dominou a sua grelha com 42% do seu tempo de emissão, na sua maioria constituído por produções nacionais. Em segundo lugar em termos de importância, o entretenimento ocupou 22% do tempo total de emissão, seguido de perto pela informação com 19%. A emissão de programas desportivos ocupou menos de 3% do total. Mantendo uma forte convicção na necessidade de manter a proximidade com os espectadores portugueses, a TVI continuou a usar predominantemente a privilegiar a emissão em língua portuguesa com 70% do seu tempo total de emissão.

FIÇÃO NACIONAL E INTERNACIONAL

Em 2007, a TVI manteve a sua posição de dinamizadora do sector audiovisual nacional com produtos de grande qualidade claramente reflectida nos resultados de audiência obtidos.

Em 31 de Março terminou a exibição da novela Tempo de Viver, um original de Rui Vilhena emitida no prime-time e que liderou com uma média de 1,2 milhões de espectadores diários e um share médio de 43%. Em sua substituição entrou aquele que pode ser considerado como o produto regular da televisão com melhor performance em 2007: a novela A Ilha do Amores, um original de Maria João Mira, que obteve uma audiência média diária de 1,4 milhões de espectadores, correspondente a um share de 46%. Ainda dentro da ficção nacional, outra obra que também deixou uma marca histórica em termos de resultados foi Doce Fugitiva – série emitida no horário nobre entre 2006 e 2007 que registou uma quota média de 40% e que popularizou a personagem “Estrelinha”. No horário mais tardio da noite, destacaram-se as novelas Tu e



Eu e Deixa-me Amar, que registaram shares médios de audiência de 42,7% e 44,6%, respectivamente. Na parte final do ano, em Novembro, estreou a novela Fascínios, um original de António Barreira, que liderou as emissões no seu horário desde o seu início.

Na programação de ficção dirigida aos mais jovens, a TVI estreou em Outubro a série infanto-juvenil Detective Maravilhas, baseado na obra literária homónima de autoria de João Aguiar, e exibida aos sábados de manhã, que nos 13 episódios emitidos obteve um share médio de 48,7% no segmento dos 4 aos 14 anos de idade.

Ao final da tarde dos dias úteis, a TVI continuou a exibir a série Morangos com Açúcar, o programa de ficção original portuguesa com maior longevidade na televisão em Portugal, já no seu quinto ano de emissão e sempre com valores médios diários de penetração acima dos 60% no segmento etário entre os 4 e os 15 anos de idade. No final do ano 2007, a série Morangos com Açúcar foi distinguida com o Prémio Internacional de Televisão “Ondas” da emissora espanhola Cadena SER, num total de 696 candidaturas oriundas de 24 países em todo o mundo, a série ganhou na categoria de Melhor Programa Profissional para Rádio e Televisão.

Apesar de, no âmbito de uma estratégia focada na programação e produção de programas em português, o número de horas dedicadas à emissão de programas internacionais ser mais reduzido, a TVI tem mantido uma elevada qualidade dos títulos de cinema exibidos e séries internacionais exibidas – sobretudo no final do horário nobre e nas tardes de fim-de-semana – incluindo algumas estreias absolutas em televisão, o que lhe tem proporcionado boas audiências, como o atestam os 32,6% de share médio obtidos nas tardes de fim de semana.

TELEVISION CONSUMPTION

Considering the sum of all free-to-air and pay-TV channels, the television consumption remained in line with previous years, presenting only slight changes vs. the previous year (considering the entire offer including open TV channels and pay-TV channels). The average daily reach in 2007 was 81.9% (or 7.7 million viewers per day – a small decrease vs. 2006) and the average total television viewing time for each Portuguese was 86 minutes during prime time, a slight increase vs. the year ago.

PROGRAMMING

In the period under analysis, TVI maintained and reinforced its main programming strategy guidelines, based on a significant offer of all fiction genres, complemented by reality shows and successful entertainment formats, football and news services, giving a strong focus on Portuguese language programs and ensuring the diversity that is characteristic of a generalist television channel.

Analyzing the range of programs broadcasted by TVI in 2007, one can conclude that national and international fiction dominated its programming grid with 42% of the total broadcast time, mainly made up of national productions. Secondly, in terms of importance, entertainment occupied 22% of the total broadcasting time, followed closely by news with 19%. The broadcasting of sport programs represented less than 3% of the total airing time. TVI kept a strong link and proximity with the Portuguese viewers and continued to privilege Portuguese speaking programs, corresponding to 70% of its total broadcast time.

NATIONAL AND INTERNATIONAL FICTION

In 2007, TVI maintained its position as main driver of the national audiovisual sector with high quality products, which were clearly reflected in the audience results achieved.

On 31 March, the soap opera Tempo de Viver, originally written by Rui Vilhena



and aired on prime-time, came to a close and during its exhibition period, it attracted an average daily audience of 1.2 million viewers and an average audience share of 43%. It was replaced by what may be considered as the regular television product with the best audience performance in 2007: the A Ilha dos Amores soap opera, originally written by Maria João Mira, which obtained an average daily audience of 1.4 million viewers, corresponding to a 46% audience share. Still within national fiction, another remarkable success was achieved by the long term series Doce Fugitiva – aired during the prime time between 2006 and 2007, showed an average audience share of 40% and its main character “Estrelinha” became popular. In the last prime time slot, the soap operas Tu e Eu and Deixa-me Amar stood out, showing average audience shares of 42.7% and 44.6%, respectively. At the end of the year, in November, the soap opera Fascínios, originally written by António Barreira, debuted and led its time slot from the moment it started being aired.

In the fiction programming targeted to youngsters, TVI started to air in last October the Detective Maravilhas youth series, based on the homonymous literary work by João Aguiar, and its 13 episodes broadcasted every Saturday morning, obtained an average audience share of 48.7% within the people aged between 4 to 14 years old.

At the end of the afternoon on weekdays, TVI continued to broadcast the Morangos com Açúcar series, the original Portuguese fiction program that has lasted for the longest period on air in the Portuguese television and is currently in its fifth year, always with average audience daily share values above 60% in the 4 to 15 years old segment. At the end of 2007, the Morangos com Açúcar series was distinguished with the “Ondas” International Television Award from the Spanish radio broadcasting company Cadena SER, picked up from a total of 696 applications coming from 24 different countries all over the world. The series won the category of Best Professional Program for Radio and Television.

Despite of a strategy focused on the programming and production of programs spoken in Portuguese, and consequently, with a lower the number of hours dedicated to the broadcast of international programs being less, TVI has maintained a high quality of its movie pictures aired and also on its international series. This was particularly evident in the final slot of the prime time period and on weekend afternoons, where TVI aired some absolute television cinema premieres, which attracted good audiences, as confirmed by the 32.6% average audience share obtained on weekend afternoons.

INFORMAÇÃO E DESPORTO

Na componente informativa, a TVI continuou a manter a sua oferta de três espaços noticiosos diários, com o Diário da Manhã entre as 7 e as 10 da manhã, o Jornal da Uma à hora do almoço e, no início do prime-time, com a emissão do seu serviço noticioso principal, o Jornal Nacional. Em 2007 é de registar a melhoria significativa da audiência do jornal da hora de almoço, que obteve um share médio de 29,1%, e à noite, os resultados obtidos pelo Jornal Nacional com uma quota de audiência diária média de 31% e com um milhão de espectadores em média por emissão. A TVI fez também diversas emissões especiais relativas a grandes acontecimentos políticos do ano como o referendo sobre a interrupção voluntária da gravidez em Fevereiro ou as eleições autárquicas para a cidade de Lisboa em Julho.

No desporto, o destaque continuou a ser a transmissão semanal regular dos jogos da BwinLiga em exclusivo entre os canais generalistas. Durante 2007, este campeonato continuou a proporcionar audiências ímpares, com quotas de audiência de 57% entre os indivíduos Masculinos e de 47% no total da população, equivalentes a 1,5 milhões de espectadores em média por jogo. Na

**EM 2007, A TVI CONSEGUIU CAPTURAR QUASE METADE DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM TELEVISÃO EM PORTUGAL**

parte final do ano, a TVI iniciou o seu "caminho" para o Euro 2008, com a emissão directa do respectivo sorteio e a emissão regular de programação específica relativa a este evento, que terá em exclusivo para os canais em aberto em 2008, com o Magazine Euro 2008.

ENTRETENIMENTO

Ao longo de 2007 a TVI continuou a oferecer ao espectador português muita programação na área do entretenimento, o segundo género dominante na oferta da estação. Neste ano, a TVI procurou consolidar a sua oferta das tardes dos dias de semana com o novo talk-show As Tardes da Júlia. Esta programa, protagonizado por Júlia Pinheiro, estreou em Abril e rapidamente se converteu no programa do género mais visto neste período horário, obtendo até ao final do ano um share médio de 33,2%. Durante as manhãs, manteve-se a emissão do talk-show Você na TV apresentado por Cristina Ferreira e por

Manuel Luís Goucha, que apresentou um share médio de 30,7%, um valor ligeiramente acima do obtido no ano anterior.

Ao longo do ano a estação manteve igualmente uma variada e bem sucedida oferta de reality-shows, tendo passado no primeiro semestre o formato A Bela e o Mestre e no segundo semestre o programa Cantando e Dançando por um Casamento de Sonho. Estes dois programas obtiveram na sua emissão de Grande directo ao Domingo, um share médio de 39,8% e 36,3%, respectivamente.

O ano de 2007 ficou também marcado na área do entretenimento por alguns eventos que tiveram forte impacto junto dos espectadores. Ao longo de vários meses a TVI dinamizou junto dos espectadores a proposta de eleição das Novas 7 Maravilhas do Mundo e também das 7 Maravilhas de Portugal. O ponto alto desta iniciativa ocorreu em Julho, em que no mesmo dia foram feitas duas emissões especiais para o encerramento deste tema: no dia 7/7/2007 o mundo ficou a conhecer as 7 Novas Maravilhas do Mundo através de um programa especial emitido pela TVI a partir do Estádio da Luz para todo o mundo, que obteve valores recorde para uma emissão do género: 71,4% de share e uma audiência média acima dos 2 milhões de espectadores. Neste mesmo dia a emissão dedicada às 7 Maravilhas de Portugal registou também valores significativos de audiência com um share de 59,6% e mais de 1,6 milhões de espectadores em média.

NEWS AND SPORTS

In the news programming area, TVI maintained an offer of three daily news services, with Diário da Manhã between 7am and 10am, the Jornal da Uma at lunch time and, at the start of prime time, its main news service, the Jornal Nacional. In 2007 it is worth noting the significant improvement in the audience share of the lunchtime news service with 29.1%, as well as in the evening, with the good results from the Jornal Nacional, with an average daily audience share of 31% equivalent to an average of one million viewers every day. TVI also made several special editions related to several of the main political events of the year, such as the referendum on the voluntary interruption of pregnancy in February or the municipal elections for the city of Lisbon in last July.

In sports, the focus continued to be the regular weekly transmission of the BwinLiga football matches in exclusive among generalist channels. During 2007, this competition continued to provide unrivalled audiences, achieving audience share levels of 57% among men and of 47% among the total population (equivalent to an average of 1.5 million viewers per game). In the end of the year, TVI initiated its "road towards the Euro 2008", with the live broadcast of its drawing and a regular edition of specific programs related with this event (the Magazine Euro 2008), which TVI will have the exclusive for FTA channels.

ENTERTAINMENT

Throughout 2007, TVI continued to offer to the Portuguese viewers a wide range of entertainment programming, the channel's second dominant genre. In 2007, TVI sought to consolidate its weekday afternoon audiences with the new talk show



As Tardes da Júlia. This program, presented by Júlia Pinheiro, debuted in April and quickly became the most viewed program of this genre in this time slot, obtaining an average share audience of 33.2% until the end of the year. In the morning period, the broadcast of the Você na TV talk show, presented by Cristina Ferreira and Manuel Luís Goucha, continued with an average audience share of 30.7%, slightly above its level in 2006.

During the year, TVI also broadcasted a diverse and successful range of reality shows, with the A Bela e o Mestre format during the first half of the year and Cantando e Dançando por um Casamento de Sonho in the second semester. These two programs obtained, in their live, spe-

IN 2007, TVI WAS ABLE TO ABSORB NEARLY HALF OF THE TOTAL ADVERTISING SPEND IN THE FTA TV IN PORTUGAL

cial Sunday editions, an average audience share of 39.8% and 36.3%, respectively.

2007 was also a year where some events in the entertainment sector had a strong impact across the viewers. Over several months, TVI promoted among the Portuguese population two key initiatives: The New 7 Wonders of the World and the election of the 7 Wonders of Portugal. The highest moment of this initiative took place in July 7th, when two special emissions in that day were broadcasted for the final election results presentation: on 7/7/2007 the world became acquainted with the New 7 Wonders of the World through a special edition aired by TVI live from the Estádio da Luz to the world, which scored record high audience values for such a program: a share of 71.4% and an average of over 2 million viewers. On this same day, the emission dedicated to the 7 Wonders of Portugal also showed a strong audience share of 59.6% behind an average of more than 1.6 million viewers.

Como tem sido habitual nos últimos anos, no mês de Dezembro a TVI emitiu também um conjunto de programas especiais de acção de solidariedade social. Em Dezembro foram emitidos três programas especiais comemorativos dos cinco anos da Missão Sorriso, que patrocinou os programas Há Festa no Hospital (com transmissões a partir do Hospital de Dona Estefânia e de Santo António e uma Gala especial de Natal intitulada Estrelas de Natal). Merece ainda destaque dentro deste género de programas, a emissão em 22 de Setembro do programa Heróis por uma Causa – uma iniciativa destinada a reconhecer o esforço dos Bombeiros Portugueses na sua missão voluntária de ajudar os que mais precisam.

OUTRAS FONTES DE RECEITA

Tendo em consideração o perfil das suas audiências e espectadores, e aproveitando o potencial dos seus programas e respectivas marcas, a TVI tem vindo a consolidar as suas receitas dos projectos de licensing e merchandising, através do desenvolvimento de produtos e promoções inovadores e de qualidade associados às suas marcas. A TVI tem explorado novos conceitos e segmentos de mercado, antecipando novas práticas e tendências de mercado e tendo em 2007 trabalhado um portfolio de 15 marcas. De entre estas, destacam-se os projectos associados à série infanto-juvenil Morangos com Açúcar (MCA, D'ZRT, FF, 4TASTE e JUST GIRLS), e também os projectos das marcas de novelas, onde se distinguiram os produtos relacionados com a série Doce Fugitiva. Com o objectivo de reforçar os laços com os seus espectadores, acompanhando-os para além da televisão, as marcas TVI estiveram presentes em mais de 20 categorias de produtos, com mais de 200 produtos a que correspondem cerca de 300 referências comercializadas, desenvolvidos em parceria e colaboração com grandes marcas nacionais e internacionais.



Os projectos na área multimédia constituíram novamente um importante contributo para o negócio global do canal, reforçando o contacto e a interactividade com os seus espectadores. Em 2007 a TVI consolidou o desenvolvimento destes negócios, com o desenvolvimento de novos projectos e a aposta em novas formas de interacção e em novas plataformas multimédia. O IVR (Interactive Voice Response) foi uma vez mais o seu principal produto multimédia, apresentando uma forte dinâmica nos seus programas e passatempos enquanto o chat de Teletexto se destacou entre os formatos associados ao envio de SMS. A TVI iniciou também um conjunto de parcerias com novas plataformas, designadamente IPTV e Mobile TV, alargando a sua base de contactos e possibilitando o acesso ao canal em qualquer lugar e a qualquer hora.

PROJECTOS DE ÂMBITO SECTORIAL

Durante o ano de 2007, a TVI continuou a participar activamente na definição das políticas e medidas governamentais ou regulatórias com impacto sobre o seu sector de actividade, quer através das respostas dadas às diversas consultas públicas que tiveram lugar no seguimento de iniciativas das entidades reguladoras independentes ou do próprio Governo.

Em algumas delas, a TVI prestou o seu contributo à Confederação Portuguesa de Meios de Comunicação Social (CPMCS) e à Associação Europeia de Televisões Comerciais (ACT), entidades de natureza associativa às quais pertence, e que representam, respectivamente, os interesses da indústria dos meios de comunicação em Portugal e as empresas de televisão comercial europeias, e que são prévia e regularmente ouvidas acerca da adopção de quaisquer actos normativos ou comunicações públicas. Em antecipação e preparação da Presidência Portuguesa da União Europeia, decorreu em Portugal organizado pela TVI entre 10 e 15 de Junho de 2007, o Encontro de Quadros Executivos da ACT. Da agenda fizeram parte um encontro com um membro da ERC (Entidade Reguladora da Comunicação Social), um encontro com a Presidente do Gabinete dos Meios de Comunicação Social (anteriormente designado por Instituto da Comunicação Social) e uma audiência com Sua Excelência o Ministro dos Assuntos Parlamentares, que detém a tutela da Comunicação Social.

Em 2007 a TVI deu o seu contributo às seguintes consultas públicas por considerar as matérias em causa como significativas para a sua actividade: i) resposta à Consulta Pública do ICP-ANACOM sobre qualificação de serviços suportados no serviço telefónico fixo e móvel, através da utilização de números de telefone com o indicativo 760 a 04/01/2007; ii) resposta à Consulta Pública do ICP-ANACOM sobre criação de códigos específicos no Plano Nacional de Numeração para a prestação do serviço de tarifa única por chamada e definição das condições a aplicar a 09/02/2007; e iii) resposta à Consulta Pública do ICP-ANACOM sobre o chamado Mercado 18 (Mercado grossista de serviços de radiodifusão para a entrega de conteúdos difundidos a utilizadores finais) a 10/04/2007.

Similarly to what happened in previous years, in December TVI also aired a number of special social solidarity programs. Of those, three were aired to commemorate the five years of the Missão Sorriso, which sponsored the Há Festa no Hospital program series (including life broadcastings from the Hospital de Dona Estefânia and the Hospital Geral de Santo António and a special Christmas Gala called Estrelas de Natal). Within this genre, it is also worth mentioning the special edition on 22 September of Heróis por uma Causa – an initiative aiming to recognize the effort of the Portuguese Firemen in their voluntary mission of helping those most in need.

OTHER REVENUE STREAMS

Bearing in mind the profile of its audiences and viewers, and taking advantage of the potential from its programs and respective brands, TVI has been developing the revenues coming from its licensing and merchandising projects, through the development of innovative and quality products and promotions associated with its brands. TVI has exploited new market concepts and segments, anticipating new market practices and trends, and having worked on a portfolio of 15 brands during 2007. Among them, the projects related with the Morangos com Açúcar youth series deserve a spotlight (MCA, D'ZRT, FF, 4TASTE and JUST GIRLS), as well as the soap opera's brand projects, in which



the products associated with the Doce Fugitiva series stood out. With an objective to reinforce the connection with its viewers, and staying with them beyond the television, TVI brands were present in more than 20 product categories, through more than 200 products and 300 sku's developed in partnership and collaboration with several well-known national and international brands.

The projects in the multimedia area proved once more to be an important contribution for the overall television business results while reinforcing the contact and the interactivity with TVI viewers. In 2007, TVI consolidated the development of these businesses, with the development of new projects and a commitment towards new forms of interaction and new multimedia platforms. The IVR (Interactive Voice Response) was once again the main multimedia product, providing a strong dynamic to some programs and competitions whilst the Teletext chat stood out among the formats based on sending of SMS. TVI also initiated a number of partnerships with new platforms, namely IPTV and Mobile TV, extending its contact base and enabling access to the channel anywhere and anytime.

INSTITUTIONAL PROJECTS

During 2007, TVI continued to participate actively in the definition of

governmental and regulatory policies and measures with an impact on its sector, through responses given to several public consultations that took place following initiatives from independent regulatory authorities or even the Government.

In some of those, TVI contributed to the Confederação Portuguesa de Meios de Comunicação Social (CPMCS) and to the Association of Commercial Television in Europe (ACT), associations to which it belongs, and which represent, respectively, the interests of the media industry in Portugal and the TV broadcasters in Europe. Both institutions are previously and regularly asked for an opinion about the potential adoption of any normative acts or public communications of decisions. In anticipation and preparation for the Portuguese Presidency of the European Union, TVI organized in Portugal, from 10 to 15 June 2007, the Meeting of Senior Managers of ACT. Its agenda included a meeting with the member of the ERC (Media Regulatory Authority), a meeting with the Chairman of the Media Office (previously designated as the Social Communication Institute) and an audience with His Excellency, the Minister of Parliamentary Affairs, who oversees the media sector.

In 2007, TVI contributed towards the following public consultations because considered the respective subject-matters at stake important for its activity: i) response to the Public Consultation of ICP-ANACOM on the qualification of supported services on the fixed and mobile telephone services, through the use of telephone numbers with the code 760 on 04/01/2007; ii) response to Public Consultation of ICP-ANACOM on the creation of specific codes in the National Numbering Plan for the provision of a flat rate per call service and definition of the conditions to be applied on 09/02/2007; and iii) response to the Public Consultation of ICP-ANACOM on Market 18 (wholesale market of broadcasting services for the delivery of content transmitted to final users) on 10/04/2007.

Em Julho de 2007 foi celebrado um contrato de investimento plurianual com o Ministério da Cultura, na sequência da publicação da Portaria n.º 227/2007 de 14 de Março, que regulamentou o Fundo de Investimento para o Cinema e Audiovisual (FICA), criado pelo Decreto-Lei 227/2006 de 15 de Novembro, que desenvolve a Lei n.º 42/2004 de 18 de Agosto. Este diploma estabeleceu a obrigatoriedade de os operadores de televisão participarem na produção cinematográfica e audiovisual através de contratos de investimento plurianual a efectuar no referido Fundo de investimento. Trata-se de um Fundo de Investimento Cinematográfico e Audiovisual de natureza fechada, sob a forma de esquema particular de investimento colectivo estabelecido contratualmente entre os seus participantes, entre os quais as três televisões generalistas de cobertura nacional, a PT Multimédia e o IAPMEI, estando-lhe vedada a recolha de capitais junto do público.



manifestando a sua preocupação pelos efeitos potencialmente negativos para o sector dos meios de comunicação social e pelo sinal contrário em relação às mais modernas tendências de promoção do pluralismo e da diversidade cultural e da liberdade de expressão.

Em Outubro, a TVI participou activamente na resposta do Grupo Media Capital à Consulta Pública relativa ao Concurso para acesso à plataforma de Televisão Digital Terrestre. A TVI, quer na sua qualidade de operadora de radiodifusão televisiva licenciada pela ERC, quer como operadora de redes públicas igualmente licenciada pelo ICP-ANACOM, definiu-se como particularmente empenhada no sucesso da transição para a nova tecnologia de transmissão de televisão, esperan-

do naturalmente que o Governo e os reguladores reconheçam nos actuais operadores de televisão em aberto um papel fundamental na implementação com êxito da nova tecnologia, considerando que é deles, essencialmente, que dependem os investimentos e as alterações aos processos produtivos e aos modelos de negócio necessários para a sua implementação.

Também em Novembro de 2007 a TVI enviou ao Governo a sua resposta à consulta pública sobre o projecto de contrato de concessão a celebrar entre o Estado e a RTP, e finalizou os termos de um acordo de auto-regulação na matéria de menções ao patrocínio, o qual se destina a regular as menções admissíveis no âmbito de uma identificação do patrocinador de uma emissão televisiva, bem como as possibilidades de inserção de tais menções, no respeito pela legislação europeia e nacional, e bem assim consagrando normativamente vários usos comerciais que o mercado há muito vinha reconhecendo como compatíveis com a lei, seguindo o exemplo das melhores práticas europeias.

A SÉRIE MORANGOS COM AÇUCAR VAI JÁ NO SEU QUINTO ANO DE DURAÇÃO E CONTINUA A DOMINAR AS AUDIÊNCIAS ENTRE OS MAIS JOVENS

MORANGOS COM AÇUCAR LONG SERIES IS ALREADY ON AIR FOR THE 5TH YEAR AND STILL MANTAINS A VERY HIGH AUDIENCE SHARE AMONG YOUNGER PEOPLE

On July 2007, a multi-year long term investment contract was celebrated with the Ministry of Culture, following the publication of the Ministerial Order no. 227/2007 of 14 March, which regulated the Investment Fund for Cinema and Audiovisual Works (FICA), created by Decree-Law 227/2006 of 15 November, which elaborates upon Law no. 42/2004 of 18 August. This diploma establishes the requirements for television operators to participate in the funding of cinema and audiovisual production through multi-year long investment contracts to be included in the mentioned Investment Fund. It is a closed-end Cinema and Audiovisual Investment Fund, in the form of a private collective investment scheme established contractually between its participants, among which are included the three generalist television players with national coverage, PT Multimédia (owner of the main cable company) and IAPMEI, with no fund raising allowed from the overall public.

On 30 July 2007 the new Television Law was published (Law no. 27/2007) which encompasses the essential legal frame-

work of the activity undertaken by TVI. Naturally, TVI participated actively in the previous consultation process that the Government decided to launch and contributed significantly towards the public position that came to be defined by the Confederação Portuguesa de Meios de Comunicação Social (Portuguese Media Confederation).

In September 2007, TVI participated actively in the public position stated by the CPMCS regarding the Draft for a new Concentration Law for the media sector, expressing its concern for its potentially negative effects for the whole media sector and for the wrong signal it gives towards the more modern trends of defending more pluralism, cultural diversity and freedom of expression.

In October, TVI participated actively in the response of the Grupo Media Capital to the Public Consultation process about the Invitation to Tender for access to the Digital Terrestrial Television platform. TVI, in its quality as a television broadcasting operator licensed by the ERC, and as a public networks operator also licensed by ICP-ANACOM, defined itself as specially committed to the success of the transition towards the new television transmission technology, and naturally expects that the Government and the regulatory authorities will recognize in the current FTA television operators a fundamental role to the success of the switch-off process and the implementation of this new technology, considering that both the investments and the changes to the productive processes and business models necessary for their implementation essentially depend upon and affect mostly them.

In November 2007, TVI also sent to the Government its response to the public consultation on the project regarding the concession contract to be celebrated between the State and RTP, and finalized the terms of a self-regulating agreement regarding sponsorship references, which aims to regulate the all the admissible references and mentions that fall within the scope of the identification of the sponsor of a television broadcast, as well as all the possibilities of inserting such references, in compliance with European and national legislation, and also legalizing several commercial uses that the market has for a long time recognized as compatible with the law, following the example of the best European practices in other countries.





TELEVISÃO
PRODUÇÃO
TELEVISION
PRODUCTION

As produções
de ficção
nacional
da NBP
continuam a
ser a espinha
dorsal da
programação
líder da TVI no
horário nobre

NBP Portuguese
fiction programs
continues to be
the cornerstone
for TVI
leadership in
the prime time
period

PRODUÇÃO DE FICÇÃO PARA TELEVISÃO

A NBP afirma-se cada vez mais como a empresa líder na oferta de conteúdos de ficção falados em português. Em 2007 deu continuidade à sua bem sucedida estratégia de produção de telenovelas genuinamente nacionais, que apelam ao imaginário de todos os portugueses, diversificando a sua carteira com produtos gravados de acordo com os mais elevados padrões de qualidade que a colocam na linha da frente na produção de telenovelas competitivas e de forte apelo popular. Apesar das exigências de um mercado cada vez mais competitivo, a NBP soube aliar a qualidade à quantidade, mantendo os seus elevados índices de produtividade, tendo a sua capacidade de produção ultrapassado uma vez mais os 53.000 minutos produzidos anualmente.

Com investimentos significativos não só nos conteúdos mas também em

A NOVELA “ILHA DOS AMORES” REGISTOU UM SHARE MÉDIO DE AUDIÊNCIAS ACIMA DOS 40% NOS SEUS MAIS DE 200 EPISÓDIOS EMITIDOS

outras áreas como a realização, a cenografia ou o guarda-roupa, a NBP tem dado passos seguros em relação ao futuro, antecipando tendências e diversificando os seus produtos. Para o êxito da sua actividade têm igualmente contribuído dois factores: os locais de gravação e as melhorias substanciais a nível dos standards de imagem. Com efeito, a maior diversidade das cenas de exteriores em que as telenovelas são gravadas – os exemplos mais recentes incluem filmagens em lugares de características tão diversas como a Índia, os Açores ou Andorra – e a mudança para a tecnologia digital de alta definição (HD) com o dobro da resolução, associados a um sistema de cores que evita a distorção de imagem e cor, são razões complementares que garantem o sucesso dos produtos da NBP em termos de audiências.



PRODUCTION OF FICTION PROGRAMS FOR TELEVISION

NBP is increasingly establishing itself as the leading company in the offer of Portuguese spoken fiction contents. In 2007 it continued its well-succeeded, genuinely national soap opera production strategy, which appeals to the imagination of all the Portuguese, diversifying its portfolio with products recorded in accordance with the highest quality standards, which places it in the forefront of soap opera production that is competitive and of strong popular appeal. In spite of the demands of an increasingly competitive market, NBP managed to associate quality with quantity, maintaining its high productivity levels, with its production capacity having once more overtaken the 53,000 minutes produced annually.

With significant investments not only in terms of contents but also in other areas such as direction, scenography or wardrobe, NBP has taken secure steps towards the future, anticipating trends and diversifying its products. For the success of its activity, two factors have contributed: filming sites and the substantial improvements at the level of image standards. In effect, the greater diversity of exterior scenes in which soap operas are filmed – the most recent examples include filming in places with extremely different characteristics such as India, the Azores or Andorra – and the change towards high definition (HD) digital technology with double the resolution, associated to a system of colours that avoids distortion of image and colour, are complementary reasons that guarantee the success of NBP products in terms of audiences.

The Casa da Criação, a space where the various authors of the NBP productions socialize, has become an indispensable forum for the discussion of ideas and the creation of new audiovisual formats. EPC and EMVA, companies that operate in areas such as scenographic conception and assemblage and lighting, conjugate in



harmonious fashion several materials, forms, colours and textures with the aim of transmitting the most adequate environment to the content of each scene and are today reference companies that guarantee an adequate response not only to domestic needs but also to the most diverse requests from the external market.

The results achieved throughout 2007 validate NBP's main strategic guidelines initiated in the previous year, when it decided to advance towards a corporate restructuring, with the resulting gains from the rationalization of internal processes starting to become visible. The renovation of the image recording equipment park also allowed a more effective response to the new chal-

THE SOAP OPERA “ILHA DOS AMORES” ACHIEVED AN AVERAGE AUDIENCE SHARE ABOVE 40% ON ITS OVER 200 EPISODES BROADCASTED

lenges brought about by the onset of high definition, with the incorporation of the Surround 5.1 system in post-production audio (entirely remodelled), thus guaranteeing a digital architecture that confirms NBP as a leading-edge technological company, with the ability to improve even more its final product.

The sales of its products in international markets and the establishment of partnerships for the development of new products in the co-production area, are at this opening phase of new markets, such as that of Eastern Europe, one of the most important factors for NBP's business expansion. NBP has been making contacts with a view towards creating base products oriented towards local specificities, such as the sale of some of its most successful formats (in which the Morangos com Açúcar youth series is worthy of mention). The creation of collective teams is still under discussion, which may in this way benefit from the know how and production capability of the company.



A NBP ESTÁ ACTUALMENTE TOTALMENTE EQUIPADA PARA PRODUZIR PROGRAMAÇÃO AUDIOVISUAL EM TECNOLOGIA DIGITAL DE ALTA DEFINIÇÃO

A Casa da Criação, espaço onde convivem os diversos autores das produções com a chancela NBP, tornou-se um fórum indispensável de discussão de ideias e criação de novos formatos audiovisuais. A EPC e a EMVA, empresas que actuam em áreas como a concepção e montagem cenográfica e iluminação, conjugam de forma harmoniosa diversos materiais, formas, cores e texturas visando transmitir o ambiente mais adequado ao conteúdo de cada cena e são hoje empresas com créditos bem firmados que garantem a resposta adequada não só às necessidades internas mas também às mais diversas solicitações do mercado externo.

Os resultados alcançados ao longo de 2007 validam as grandes linhas orientadoras da NBP iniciadas no ano anterior, quando avançou decididamente para uma reestruturação empresarial, começando já a serem visíveis os ganhos resultantes da racionalização de processos internos. A renovação do parque de equipamentos de captação de imagem permitiu também responder de forma mais eficaz aos novos desafios que se vêm colocando com a alta definição, ao dotar-se a pós-produção áudio (inteiramente remodelada) com o sistema Surround 5.1, garantindo assim

uma arquitectura digital que confirma a NBP como empresa de vanguarda em termos tecnológicos e com capacidade para melhorar ainda mais o seu produto final.

As vendas dos seus produtos em mercados internacionais e o estabelecimento de parcerias para o desenvolvimento de novos projectos na área da co-produção, são nesta fase de abertura de novos mercados como o do Leste Europeu, um dos imperativos da expansão de negócios da NBP. A NBP tem desenvolvido contactos com vista à criação de produtos de raiz orientados para as especificidades locais, como à venda de alguns dos seus formatos de maior êxito (de onde se destaca a série juvenil Morangos Com Açúcar), estando ainda em discussão a criação

de equipas conjuntas, que assim poderão beneficiar do know how e capacidade de produção da empresa

Em Portugal, onde a NBP conquistou por mérito próprio um espaço importante na programação da TVI, a aposta em formatos originais tem merecido um grande acolhimento por parte dos espectadores garantindo elevados índices de audiência. Em 2007, foram estreadas duas telenovelas em horário nobre, Ilha Dos Amores e posteriormente Fascínios que a veio substituir, uma telenovela em late prime-time (Deixa-me Amar, além de mais uma temporada da série juvenil de longa duração Morangos com Açúcar. Em simultâneo, chegaram ao seu fim outras três telenovelas: Doce Fugitiva, Tempo de Viver e Tu e Eu

NOVELAS QUE TERMINARAM EM 2007
PRODUCTIONS THAT FINISHED AIRING IN 2007

Título (nº de episódios total) Title	Episódios emitidos em 2007 Episodes delivered in 2007	Horário Time slot	Share médio de audiência Average audience share
Doce Fugitiva (279)	223	22H30	35,8%
Tempo de Viver (219)	70	22H30	37,9%
Tu e Eu (231)	190	23H30	36,5%

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



NBP IS ALREADY FULLY EQUIPED FOR AUDIOVISUAL PRODUCTION USING THE HIGH DEFINITION DIGITAL TECHNOLOGY

In Portugal, where NBP conquered, through its own merit, an important space in the programming of TVI, the commitment to original formats has been very well received by viewers, guaranteeing high audience indices. In 2007, two new soap operas in prime time, Ilha Dos Amores and subsequently Fascínios which substituted the former and a late prime-time soap opera Deixa-me Amar were debuted, in addition to another season of the long-lasting Morangos com Açúcar youth series. At the same time, three other soap operas finished airing: Doce Fugitiva, Tempo de Viver and Tu e Eu

The long-lasting Morangos com Açúcar youth series finished its fourth season, including the airing of its summer edition, and began its fifth season, having been continuously aired since August 2003 to a

demanding audience - which youth are - continuing to achieve audience shares close to 60% among its target-audience (58.1% for the 4 to 14 year old segment and 58.5% for the 15 to 24 year old segment).

It is with pride that NBP comes to the end

TELENOVELAS QUE TIVERAM O SEU INÍCIO EM 2007
PRODUCTIONS THAT STARTED AIRING IN 2007

Título Episódios emitidos Title	Episódios entregues em 2006 Episodes aired in 2007	Horário Start time (average)	Share médio de audiência Average audience share
Ilha dos Amores*	214	21H30	40,5%
Fascínios	28	21H30	38,6%
Deixa-me Amar	92	23H	37,3%

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

of 2007, having reinforced its status as a company of enormous production capacity that assumes excellence as paradigm. Reforms in working methodologies and organizational design continue at a steady pace. The adopted model has enabled the incorporation of best practices with a view to ensuring improvements in performance and competitive advantages. In this way, in the near future we will have all of our wardrobe and accessories stock, composed by more than 20,000 pieces, transferred to new installations. This will be followed by moving from the actual furniture and props warehouse, an essential support for the production of soap operas, to a wider and more functional space. All signs point towards a moment of tremendous vitality and dynamism, which NBP is currently going through. Everybody's strong commitment towards change and improvement allows us to look forward to 2008 as another year of strong performance.

CONTEÚDOS MUSICAIS MUSIC

A Farol Música,
em conjunto com
a Warner Music,
manteve a
liderança
do mercado
discográfico
português

Farol Música,
together with
Warner Music,
kept the
leadership of the
Portuguese music
edition market

Esta área de negócio engloba todas as actividades de exploração de conteúdos musicais, incluindo a edição de CDs e DVDs musicais, a produção e organização de eventos, e a gestão e agenciamento de artistas. A edição discográfica é realizada pela editora Farol Música, Lda, que, para além do seu catálogo, distribui também em Portugal o catálogo da Warner Music International, um dos principais detentores

de direitos musicais e de artistas do mundo. A partir de 2007, a promoção e produção de eventos e o agenciamento de artistas passou a estar a cargo da Eventos Spot, Lda – uma parceria entre a MC Entertainment e Agência Reunião, Lda.

A edição discográfica continua a ser a principal fonte de receitas desta unidade de negócios do Grupo Media Capi-

tal. Como resultado da parceria com a Agência Reunião, o agenciamento de artistas tem vindo a ganhar um peso importante no volume de negócios total, sendo actualmente a segunda maior fonte de receitas. Embora ainda tendo menor expressão, mas registando também um assinalável crescimento, seguem-se, em termos de importância, as receitas originadas pelos concertos e pelo publishing.

EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE EM 2007

O ano de 2007 ficou marcado pela renovação do contrato de distribuição exclusiva do catálogo da Warner Music em Portugal. Este catálogo, exclusivamente internacional, é perfeitamente complementar ao da Farol Música, essencialmente composto por artistas nacionais. O catálogo Warner inclui alguns dos principais artistas mundiais, de entre os quais se destacam Linkin Park, Red Hot Chilli Peppers, James Blunt, R.E.M., Seal e Michael Bublé. A distribuição do catálogo pela MC Entertainment envolve a execução de todas as actividades de marketing, promoção e comercialização dos produtos da Warner Music em Portugal.

Em 2007 o mercado discográfico nacional acompanhou a tendência de queda verificada a nível global, e terá caído cerca de 15% face ao ano anterior. Na origem desta tendência continua a estar o crescimento dos downloads ilegais e a pirataria dos suportes físicos. O crescimento das receitas provenientes de venda de conteúdos musicais em formato digital

voltou a não ser suficiente para compensar a queda das vendas de CDs e DVDs. A tendência de queda do mercado fez-se também acompanhar de uma alteração na sua composição, com a continuação da perda de peso relativo no conjunto das vendas do repertório internacional – mais exposto à pirataria – em detrimento dos artistas nacionais.

A Farol Música registou um volume de vendas de mais de €10 milhões – mais de 20% inferior face ao ano de 2006. Esta variação tem como principal causa a retracção do mercado no seu conjunto, mas resulta também de uma intensificação da concorrência, com a entrada de outros grupos de media na actividade. Apesar desta quebra nas receitas, a Farol Música, em conjunto com a Warner, manteve a liderança do mercado discográfico nacional. A nível individual, a editora Farol consolidou a sua posição de liderança em termos de catálogo nacional, graças ao desempenho dos trabalhos de artistas como André Sardet, Teresa Salgueiro, Rita

Guerra e Just Girls, mas também devido a uma boa performance das suas compilações em termos de vendas.

A liderança da Farol continua alicerçada na sua capacidade de utilizar eficazmente a capacidade de promoção dos meios do Grupo Media Capital, mas também no desenvolvimento e exploração conjunta de projectos musicais associados a outros conteúdos do Grupo, com sinergias óbvias e significativas para todos os envolvidos, como por exemplo, na associação às produções televisivas. A título de exemplo refira-se o lançamento em 2007 do álbum de originais das Just Girls, já a terceira banda oriunda da famosa série “Morangos com Açúcar”. O projecto, desenvolvido em conjunto pela TVI e pela NBP, conquistou logo no arranque a primeira posição da tabela de vendas e foi o disco mais vendido no Natal do ano passado.

A estratégia editorial da Farol Música continuou a pautar-se por um número criteriosamente calculado de lançamentos.

AS “JUST GIRLS” SÃO O MAIS RECENTE EXEMPLO DE SUCESSO DE UMA BANDA COM ORIGEM NOS MORANGOS COM AÇUCAR

This business area incorporates all of the activities involving the exploitation of music contents, including the editing of music CD's and DVD's, the production and organisation of large scale events, and the management of the rights, image and career of artists. Music edition is carried out by the editing company Farol Música, Lda., which besides its catalogue, distributes, in addition, Warner Music International's catalogue in Portugal, one of the main

holders of musical rights and artists in the world. From 2007 onwards, the promotion and production of large scale events and the management of the rights, image and career of some artists is now under the responsibility of Eventos Spot, Lda – a partnership between MC Entertainment and Agência Reunião, Lda.

Music edition continues to be the main source of revenues of this business unit

of the Media Capital Group. As a result of the partnership with Agência Reunião, the management of the artists' rights, image and career, has been gaining importance in the overall business volume, being currently the second largest source of revenues. This is followed by revenues from concerts and publishing which, in spite of being less significant, is displaying remarkable growth.

ACTIVITY EVOLUTION IN 2007

The year of 2007 was marked by the renewal of the sole distributorship agreement of Warner Music's catalogue in Portugal. This catalogue, which is exclusively international, is a perfect complement to the catalogue of Farol Música, essentially comprising national artists. The Warner catalogue includes some of the world's leading artists, among which names such as Linkin Park, Red Hot Chilli Peppers, James Blunt, R.E.M., Seal and Michael Bublé stand out. The catalogue's distribution by MC entertainment involves carrying out all the marketing activities, promotion and commercialisation of Warner Music's products in Portugal.

In 2007 the national music market followed the declining trend that occurred worldwide, and fell about 15% in connection with the previous year. The origin of this tendency continues to be the growth of illegal downloading and physical medium piracy. The growth in revenues from the sale of digital music contents has proven, once again, to be insufficient to offset the decline in the sales of CD's and DVD's. The declining trend of the market was also accompanied by a change in its composition, with an ongoing loss of relative weight in the overall sales of the international repertoire – more exposed to piracy – in contrast to national artists.

Farol Música posted sales volume of more than €11 million – about 20% less

than in 2006. The main cause of this variation is the overall market retraction, but also results from the intensification of competition, with the entry of other media groups in the business sector. In spite of this fall in revenues, Farol Música, together with Warner Music, has maintained the leadership position in the national music market, with a market share of records sold of about 33%. Individually, the editing company Farol Música reinforced its leadership position in terms of national catalogue, due to the performance of artists such as André Sardet, Teresa Salgueiro, Rita Guerra and Just Girls, but also due to a good performance of its compilations in terms of sales.

“JUST GIRLS” ARE THE MOST RECENT EXAMPLE OF A VERY SUCCESSFUL MUSIC BAND THAT EMERGED FROM THE MORANGOS COM AÇUCAR

Farol's leadership continues to be founded on its ability to effectively use the promotion capability provided by the media of the Grupo Media Capital, but also on the development and combined exploitation of musical projects associated with other contents of the Group, with clear and meaningful synergies for all those involved, such as for example, in the association with television productions. As an example, we should mention the release of Just Girl's album of originals in 2007, the third band arising from the famous “Morangos com Açúcar” soap opera. The project, developed in combination with TVI and NBP, immediately conquered the number one position on the sales charts and was last Christmas' most sold record.

The editorial strategy of Farol continues to focus on a carefully selected number of launches. The editing company has sought to approach the market in as rational a way as possible, identifying those market segments with the greatest potential and trying to develop music projects aimed at those very segments. In this respect, it is important to mention the release of the label Amar Música in 2007, directed at projects and artists of a popular and romantic nature – a market segment that continues to show signs of strong vitality.

A editora tem procurado abordar o mercado de uma forma tão racional quanto possível, identificando os segmentos de mercado com maior potencial e procurando desenvolver projectos musicais dirigidos a esses mesmos segmentos. A este respeito importa referir o lançamento em 2007 da etiqueta Amar Música, vocacionada para acolher projectos e artistas de cariz popular e romântico – um segmento de mercado que continua a dar mostras de forte vitalidade.

A repartição do reportório editado pelo conjunto das duas editoras (Farol Música e Warner) manteve uma distribuição semelhante à de 2006, com os artistas nacionais e as compilações a representarem sensivelmente metade das vendas, e o catálogo da Warner a representar cerca de um terço.

A Farol obteve em 2007 um total de 33 galardões atribuídos e 29 dos seus discos (20 dos quais discos de platina e 13 de ouro). Os discos provenientes do catálogo da Warner Music obtiveram 6 discos de platina e 6 discos de ouro.

A nível de Publishing e New Media (Gestão de direitos de autor e venda de conteúdos em formato digital, toques de telemóvel, etc), a MC Entertainment mais do que duplicou as suas receitas, fruto dos contratos



assinados com um conjunto importante de autores, e crescimento do mercado digital.

Em termos de produção e realização de eventos, o ano de 2007 ficou marcado pela produção do concerto do artista José Cid no Campo Pequeno, a segunda maior sala do país. A MC Entertainment espera continuar a desenvolver significativamente esta actividade – fundamental para compensar a queda do mercado de venda de música em suportes físicos. Não obstante esta tendência, o grupo desinvestiu da produção de peças de

teatro no antigo Cinema Mundial, pelas reduzidas sinergias que este tipo de espectáculos proporciona com os conteúdos musicais.

No que diz respeito ao agenciamento de artistas, a Spot afirmou-se como a agência de referência no mercado nacional. Para esse desempenho contribuíram de forma importante os artistas que transitaram da Agência Reunião como Rui Veloso, Jorge Palma, e Teresa Salgueiro, mas também os artistas oriundos da MC Entertainment, como por exemplo, os 4 Taste.

The division of the repertoire edited by both editing companies (Farol Música and Warner) maintained a similar distribution to that of 2006, with national artists and compilations representing approximately half of sales, and the Warner catalogue representing approximately one third.

In 2007, Farol was awarded a total of 33 prizes for 29 of its records (20 of which were platinum and 13 gold). The records from Warner Music's catalogue obtained 6 platinum records and 6 gold records.

In terms of Publishing and New Media



(copyright management and sales of contents in digital format, mobile ringtones, etc.), MC Entertainment more than doubled its revenues, as a result of contracts signed with an important number of authors, and growth of the digital market.

In terms of production and management of events, 2007 was marked by the production of the concert of the artist José Cid in Campo Pequeno, the second largest hall in the country. MC Entertainment expects to continue developing this activity considerably – fundamental to offset the decline of music sales in physical mediums. In spite of this tendency, the Group has withdrawn from the production of theatre plays held in the old Cinema Mundial, due to the reduced synergies provided by this type of shows in combination with musical contents.

With regard to the artists' management of rights, image and career, Spot has affirmed itself as the reference agency in the national market. Such performance was possible due to the important contribution of artists who came from Agência Reunião, such as Rui Veloso, Jorge Palma and Teresa Salgueiro, as well as artists that came from MC Entertainment, such as for example, 4Taste.

EVOLUÇÃO ESPERADA DA ACTIVIDADE EM 2008

Apesar da qualidade dos artistas e do reportório da Farol Música, e do seu esforço em promover os seus lançamentos, é provável que o declínio das vendas em suporte físico para o mercado como um todo se mantenha em 2008, o que poderá afectar novamente o volume de

vendas de CD's e DVD's esperado. Em todo o caso, a Farol conta com a exploração de receitas adicionais (como os eventos ou o agenciamento de artistas) para de alguma forma equilibrar as suas vendas e manter os bons resultados que tem obtido.

EXPECTED EVOLUTION IN ACTIVITY FOR 2008

Despite the strong quality of Farol Música artists and repertoire, and of its effort to promote its launches, is likely that the decline in sales of CD's for the market as a whole still continues in 2008, which may again affect the sales volume of CD's and DVD's expected. In any case, Farol relies

on the additional revenues (such as events or artist management) to somehow balance its sales and maintain the good results it has been posting.

ENTRETENIMENTO
CINEMA E VÍDEO
ENTERTAINMENT
CINEMA AND VIDEO

Em termos globais, a CLMC é já o segundo maior operador no sector de distribuição de cinema e vídeo em Portugal	Globally, CLMC is already the second largest player in the cinema and video distribution sectors in Portugal
--	---

Esta unidade de negócio inclui toda a actividade relacionada com a distribuição de cinema para as salas de espectáculos (concentrada na CLMC Multimédia) e na distribuição e venda de conteúdos cinematográficos e de televisão em

vídeo e DVD (através da Play Entertainment). Esta unidade de negócio resulta de uma parceria efectuada entre a Filmes Castello Lopes e o Grupo Media Capital em 2002, controlando o Grupo actualmente 90% da empresa.



EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE EM 2007

O mercado cinematográfico, ao contrário do que ocorreu em 2006 – em que tinha crescido cerca de 3% – viu a sua actividade em Portugal decrescer sensivelmente -3% em 2007 face ao ano anterior, apesar do elevado número de blockbusters estreados neste ano, incluindo títulos como Shrek, o Terceiro (da Dreamworks), Ratatui e Piratas das Caraíbas (da Disney), Mr. Bean em Férias (da Universal), Harry Potter (da Warner Brothers) ou o Homem-Aranha 3 (da Sony).

O mercado da venda de DVD através da grande distribuição, em sentido contrário ao que se verificou em 2006, cresceu uns expressivos 10% em unidades vendidas e 18% em valor face ao ano anterior. Este crescimento ficou-se a dever principalmente ao lançamento em DVD de várias conhecidas séries norte-americanas de televisão que têm vindo a ser exibidas na televisão em Portugal, e que em virtude da popularidade que alcançaram, acabaram por originar uma grande adesão por parte dos consumidores. Por outro lado, este crescimento é também o reflexo dos vários blockbusters estreados em cinema durante os anos de 2006 e 2007 com a posterior edição em DVD acompanhada de eficazes campanhas de marketing e de ponto de venda. No mercado de Aluguer, a tendência de decréscimo verificada em 2006, parece ter-se mantido, embora neste caso não exista informação fidedigna acerca do mercado total.

O ano de 2007 ficou ainda marcado pelos primeiros lançamentos nos novos formatos de Alta Definição (Blue-Ray e HDDVD) – a nova geração de DVD's. Finalmente, e a exemplo do que sucedeu em 2006, os principais grupos

editoriais continuaram a mostrar uma grande apetência para associar a venda de DVD's aos seus jornais e revistas, confirmando-se esta como uma oportunidade de negócio para as empresas distribuidoras de conteúdos como a CLMC.

Em 2007, a CLMC estreou 23 filmes em cinema, menos 2 do que em 2006 e menos 6 do que o previsto inicialmente, tendo ficado cerca de 32% abaixo das receitas do ano anterior. Esta performance advém, por um lado, da menor performance dos filmes estreados pela 20th Century Fox, tendo-se apenas destacado "Os Simpsons", "À Noite No Museu" e "Die Hard 4.0" entre os 20 filmes com melhores resultados na exibição, e, por outro lado, de um atraso na estreia de filmes independentes provocado pelo atraso na sua produção, tendo a CLMC apenas podido estrear 3 filmes durante todo o ano.

No que diz respeito ao vídeo, a CLMC teve um desempenho notável em 2007, com as receitas a atingirem praticamente o dobro do registado em 2006. Este crescimento ficou a dever-se, sobretudo, à excelente performance dos filmes do catálogo Fox, que cresceu 48% face ao ano anterior, assente num conjunto de edições que se destacaram (como os filmes "O Diabo Veste Prada", "Borat", "À Noite No Museu", "Eragon" ou "Os Simpsons"), de uma aposta igualmente forte na edição em DVD de séries de televisão com assinalável sucesso (como "24", "Prison Break" ou "X-Files") e na gestão criteriosa do catálogo a editar e promover.

O crescimento significativo registado no DVD resulta também do catálogo independente, área onde se conseguiu mais do que

compensar a falta de novos títulos com um esforço redobrado em acções especiais e na venda em quiosques, bem como com a série "Diz que é uma Espécie de Magazine" dos Gato Fedorento, tendo dessa forma logrado obter um crescimento das vendas de cerca de 46%. Finalmente, e em terceiro lugar, deve também como contributo decisivo para o crescimento verificado em 2007, a celebração por um período de três anos de um contrato de distribuição com a Warner Home Video, que teve o seu arranque em Setembro de 2007. No âmbito deste contrato, a CLMC lançou títulos como "300", "Ocean's 13", "Harry Potter e a Ordem de Fénix" e séries de assinalável qualidade e êxito como "Roma", "Os Sopranos" ou "Friends".

Como resultado de toda esta actividade, a CLMC teve um ano em que reforçou ainda mais a sua posição de segundo maior operador no mercado, tendo terminado o ano previsivelmente com uma quota de mercado da ordem dos 26% do total do negócio de distribuição de cinema e de produtos cinematográficos.

Com um volume total de negócios superior a €17 milhões, a CLMC viu as suas receitas crescer 47% face a 2006 e apresentou pela primeira vez resultados operacionais e resultados líquidos positivos, registando uma margem operacional de quase 10%. Para a melhoria do resultado contribuíram também, para além do aumento das receitas, algumas poupanças conseguidas na renegociação de royalties com as Majors que a CLMC representa e a renegociação do contrato de distribuição e logística de vídeo.

EVOLUÇÃO ESPERADA DA ACTIVIDADE EM 2008

Para o ano de 2008 prevê-se um crescimento da actividade e dos resultados como consequência de um ano completo de vendas do catálogo Warner, da recu-

peração que a empresa terá nas estreias de filmes independentes e de novas poupanças, nomeadamente na estrutura de custos de vídeo.



This business unit includes the whole activity related with the distribution of cinema to movie theatres (concentrated in CLMC Multimédia) and the distribution and sale of cinema and television contents on video and DVD (through Play

Entertainment). This business unit originated from a partnership established between Filmes Castello Lopes and the Grupo Media Capital in 2002, with the Group currently holding 90% of the company.

ACTIVITY EVOLUTION IN 2007

The cinema market, contrary to what occurred in 2006 – in which it grew around 3% – witnessed a significant contraction (approximately 3%) of its activity in Portugal vs. the previous year, despite the higher number of blockbusters that debuted this year, including titles such as "Shrek, the Third" (from DreamWorks), "Ratatui" and "Pirates of the Caribbean" (from Disney), "Mr. Bean in holidays" (from Universal), "Harry Potter" (from Warner Brothers) or "Spiderman 3" (from Sony).

The DVD sales market through retailers, as opposed to what happened in 2006, posted a significant growth of 10% in terms of units sold and 18% in value vs. the previous year. This growth is due mainly to the release of several well-known American series on DVD, which were also on air in the Portuguese television, and, due to the popularity they had, ended up generating a significant consumer response. On the other hand, this growth is also the consequence of several blockbusters, premiered during 2006 and 2007, with their subsequent edition on DVD combined with effective marketing campaigns and sales points. In the renting market, the declining trend witnessed in 2006 seems to have continued, although there is no reliable data about the total market to confirm it.

In 2007 a key milestone was also the launch of new High Definition formats (Blue Ray and HDDVD) – the new generation of DVD's. Finally, and similarly to what happened in 2006, the main press publishing groups continued to

associate the sale of DVD's with their newspapers and magazines, thus confirming this trend as a business opportunity for content distribution companies such as CLMC.

In 2007, CLMC premiered 23 movies in cinema, 2 less than in 2006 and 6 less than what had been initially foreseen, ending the year with a 32% drop vs. the previous year revenues. On one hand, this performance is the consequence of the underperformance of several premieres from 20th Century Fox in 2007, of which only "Simpsons – The Movie", "At night in the museum" and "Die Hard 4.0" appeared among the top 20 films with the best ticket sales results, and, on the other hand, due to a delay in the debut of independent movies, caused by a delay in its production that resulted in only 3 premieres of those movies for CLMC in the whole year.

Regarding video, CLMC showed a remarkable performance in 2007, with revenues almost doubling vs. the previous year. This growth was mainly due to the excellent performance of Fox's movie catalogue, which grew 48% vs. the previous year, based upon a set of editions that stood out (such as "Devil wears Prada", "Borat", "At night in the museum", "Eragon" or "Simpsons – The Movie"), of an equally strong focus on the DVD edition of extremely successful television series (such as "24", "Prison Break" or "X-Files") and on the thorough management of the catalogue to be released and promoted.

The significant growth of DVD is also the result of the independent catalogue, an area where

the lack of new titles was more than offset by the renewed effort in special actions and kiosk sales, as well as by the results achieved by series such as "Diz que é uma Espécie de Magazine" from Gato Fedorento, and thus succeed to increase sales by approximately 46%. Finally, the three-year distribution contract signed with Warner Home Video, which came into force in September 2007, should also be mentioned as a decisive contribution to the growth posted in 2007. Within the scope of this contract, CLMC released titles such as "300", "Ocean's 13", "Harry Potter and the Order of the Phenix" and series of significant quality and success such as "Rome", "Sopranos" or "Friends".

As a result of all of this activity, CLMC had a year where it reinforced even more its position as the second largest market player, and ended the year with an estimated market share of around 26% of the total cinema distribution and cinema products business.

With a total business volume of more than €17 million, CLMC posted a 47% increase in revenues vs. 2006 and, for the first time, showed positive operating and net results, with an operating margin of almost 10%. The improvement in net results was also the result of the increase in revenues and of some savings achieved through the renegotiation of royalties with the Majors which CLMC represents, as well as the renegotiation of the video distribution and logistics contract.

EXPECTED EVOLUTION IN ACTIVITY FOR 2008

For 2008, we expect an increase in activity and in results, as a consequence of a full year of selling Warner's catalogue, the re-

covery from more premieres of independent movies and from new savings, namely in terms of the video cost structure.



RÁDIO RADIO

A MCR renovou
com sucesso o seu
conjunto de rádios
em 2007, com
o novo Rádio Clube
e o lançamento da
M80 em lugar de
destaque

MCR
successfully
renew its radio
portfolio in
2007, with the
main focus on
the 'new' Rádio
Clube and the
launch of M80

EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE EM 2007

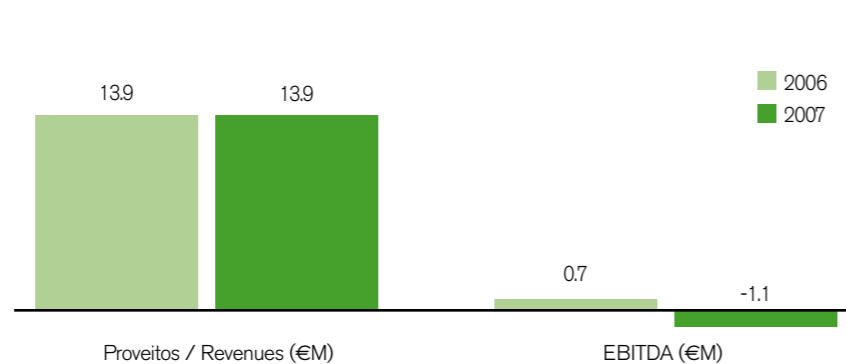
Apesar do ligeiro crescimento registado pelo mercado publicitário em 2007, o sector da rádio continuou a ser um dos mais Para fomentar o crescimento do mercado da rádio em Portugal, a MCR acredita que é preciso continuar a inovar os seus produtos. O facto de em Portugal a quota de mercado da rádio no total do investimento publicitário não ultrapassar os 6% – muito abaixo do valor verificado na maior parte dos países europeus (entre 8 e 9%) – indicia que existe potencial de crescimento por explorar.

Em 2007 a MCR consolidou o posicionamento da Rádio Comercial junto do seu público-alvo, com um formato musical "Adult Contemporary" personalizando a sua grelha de programação com locutores prometedores, e tendo registado melhorias no seu programa da manhã e no prime time.

O Rádio Clube iniciou no segundo semestre de 2006 o seu trabalho de reformatação, passando de uma rádio temática musical para uma estação generalista. Com esta mudança a MCR pretende alterar o panorama da rádio em Portugal, estabelecendo o Rádio Clube como uma



referência em áreas influentes como a política, economia, sociedade e a cultura. O lançamento deste novo formato de rádio ocorreu em Janeiro de 2007, tendo-se verificado uma quebra inicial das suas audiências – esperada como consequência da mudança radical do formato emitido – mas há também que registar que, no último trimestre já recuperou audiência e subiu quase um terço a sua AAV em relação à vaga anterior.



Fonte / Source: Marktest; Media Capital

ACTIVITY EVOLUTION IN 2007

In spite of the residual growth of the total advertising market in 2007, the radio sector continued to be one of the most penalized in terms of captured investment, having been one of the only sectors (including cinema) that actually registered a decline (between 2% and 5%, according to estimates from several sources) in the value invested in relation to 2006, which remained below €45 million euros, corresponding to 6% of the total advertising market in Portugal.

This performance was due to the fact that radio in Portugal continues to be considered essentially as a tactical and complementary media, and is therefore particularly dependant upon institutional campaigns from large advertisers, and thus suffered more in 2007 from the slow down in several key advertising sectors such as retail banking and telecom, which were affected in 2007 by exogenous market factors, which contributed towards the reduction in ad spending. In spite of this discouraging context, MCR sought to exploit growth opportunities in other advertising sectors,



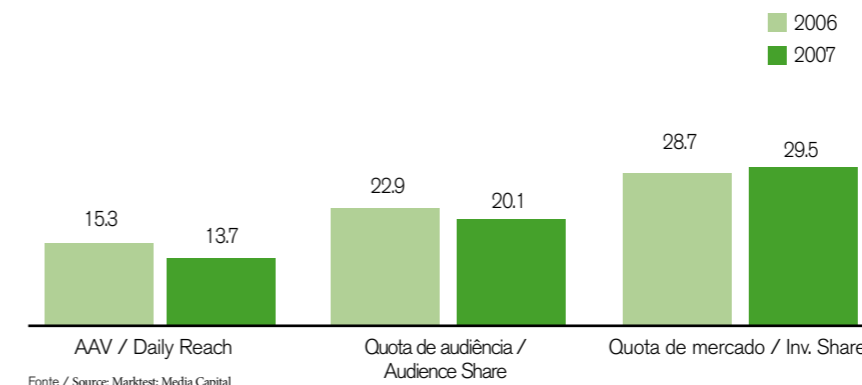
succeeding in maintaining its advertising revenues – and, as a result, slightly improving its market share – at the same levels of 2006.

In terms of audiences, the radio sector registered a slight decrease in listeners, since at the end of 2007 there were 60 thousand less total listeners of the radio media than last year. MCR attained an audience share of 21% at the end of 2007 (below the 23% registered at the end of 2006), while the average daily reach for its combined portfolio of radios came to 14% – also below the previous year's 15.3%. In any case, it is important to mention that in the last quarter of the year, MCR registered the largest

audience increase in relation to the previous wave.

To foment the growth of the radio market in Portugal, MCR believes that it is necessary to continue to innovate in terms of its products. The fact that in Portugal the radio market share of total adspending is below 6% – far below the value in other European countries (between 8 and 9%) – indicates that there is still untapped growth potential.

In 2007, MCR consolidated the positioning of Rádio Comercial among its target-audience, with an Adult Contemporary (AC) music format, customizing its programming grid with promising announcers, and having registered improvements in its morning and prime time programmes.



Fonte / Source: Marktest; Media Capital

A Cidade FM, estação musical de “Current Hits” dirigida aos jovens, registou no último trimestre de 2007 uma audiência nacional de 4,3% (AAV), abaixo do valor obtido no final de 2006 (4,7%) mas ainda assim com uma posição muito forte junto do seu público alvo – uma AAV de 33% entre os 15 e os 17 anos.

Em relação aos formatos complementares, a MCR relançou no primeiro semestre de 2007 a Best Rock, um formato musical ‘urban rock’, e a Romântica FM, um formato de música romântica Português e Latino, e lançou um terceiro formato complementar chamado M80 focado em música das décadas de ‘70, ‘80 e ‘90. A M80 foi aceite desde logo junto do seu público-alvo, tendo finalizado o ano de 2007 com uma AAV de 1,1% a nível nacional, apesar da sua ainda reduzida cobertura do território e da população portuguesa.

A MCR manteve também um enfoque na área dos conteúdos Multimédia que aumentou as suas receitas consolidadas em mais de 20% em relação a 2006.



Para fazer face ao novo formato do Rádio Clube, uma rádio de cariz mais informativo, a MCR aumentou os custos entre 10 a 15% para reforçar a sua equipa de jornalistas e comentadores (incluindo algumas personalidades de grande notoriedade e credibilidade em termos nacionais) o que penalizou as suas contas e levou a um resultado líquido inferior ao verificado em 2006.

EVOLUÇÃO ESPERADA DA ACTIVIDADE EM 2008

As expectativas para 2008 passam por consolidar e ampliar alguns dos produtos assim como as suas coberturas geográficas. A Rádio Clube Português é ainda um formato muito recente e inovador em Portugal e a chamada “rádio de palavra”, assente sobretudo em informação e entretenimento e não em música, não sendo um formato habitual no país, tem por isso pela frente uma árdua tarefa para conseguir implantar o formato e começar a ganhar ouvintes. Em 2008 vai ser decisivo para a estação consolidar o produto, fazer

uma rádio de referência, com impacto na opinião pública, para poder chegar a muitos mais ouvintes.

Em certa medida, o mesmo se poderá dizer dos outros formatos recentemente lançados ou renovados como a M80 ou a Romântica FM com a necessidade de afinar o produto e o dar a conhecer aos seus públicos-alvo. O mesmo não se passa com a Rádio Comercial ou com a Cidade FM, formatos já bem conhecidos e bem implantados, onde o principal desafio – passa sobretudo

por enfrentar a concorrência directa das rádios do Grupo Renascença.

Não podendo esperar crescimentos muito significativos do mercado publicitário e do investimento em rádio, a MCR terá de explorar outros segmentos, como por exemplo, os anunciantes locais, e inovar com os seus formatos de rádio aumentando as suas coberturas, prioridade essa para que em 2008 se possa atingir o crescimento esperado pelo Grupo Media Capital.

Rádio Clube iniciou a segunda metade de 2006 by changing its musical format, from a musical theme station to a generalist station. Based on this change in format, MCR hopes to change the Portuguese radio landscape, by establishing Rádio Clube as a reference in influential areas such as politics, economics, society and culture. The launch of this new radio format took place in January 2007 and was followed by an initial reduction in listeners - expected, as a consequence of the radical change in its format – but it is also important to note that, in the last quarter, it has recovered some of its listeners and its average daily reach has risen by a third in relation to the previous wave.

Cidade FM, a “Current Hits” musical radio station, which targets young people, attained a national audience share of 4.3% (average daily reach), below the value obtained at the end of 2006 (4.7%). But in spite of this decrease, it still holds a very strong position among its target-audience – an average daily reach of 33% among the 15 to 17 year olds.

In relation to complementary formats, in the first half of 2007 MCR relaunched Best Rock, an ‘urban rock’ musical format and Romântica FM, a Portuguese and Latin romantic musical format, and it also launched a third complementary format known as M80, focused on music from the 70’s, 80’s and 90’s. M80 was immediately accepted among its target-audi-

ence, having reached the end of 2007 with an average daily reach of 1.1% at a national level, in spite of its (still) reduced reach of the territory and of the Portuguese population.

MCR also remained focused on the Multimedia contents area, which resulted in a more than 20% increase in net revenues in relation to 2006.



EXPECTED EVOLUTION IN ACTIVITY FOR 2008

Expectations for 2008 include the consolidation and extension of some products, as well as their geographic coverage. Rádio Clube Português is still a very recent and innovative format in Portugal and the so-called “non-music radio”, based mainly on information and entertainment and not on music, not being a common format in our country, has therefore a difficult task ahead to try to implant the format and start conquering listeners. In 2008 it is imperative for the station to consolidate the product, establish a reference radio, with impact

in terms of public opinion to be able to reach many more listeners.

To a certain extent, the same may be said with respect to the other recently launched or renewed formats such as M80 or Romântica FM, with the need to fine-tune the product and present it to its target-audiences. The same is not true of Rádio Comercial or Cidade FM, which are well known and implanted formats, where the main challenge essentially involves taking on the direct competition of the Grupo Renascença radio stations.

Since a significant growth of the advertising market and investment in radio for 2008 is not very likely, MCR shall have to exploit other segments, such as for example, local advertisers, and innovate with its radio formats to thus reach a wider geographic area, so that in 2008 it may achieve the targeted growth expectations of the Grupo Media Capital.



IMPrensa PRESS

A actividade da MCF, iniciada em 2006, representa já quase 10% do total das receitas do negócio de imprensa	MCF activity, which started in 2006, already represents almost 10% of the total press revenues in Media Capital
---	---

EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE EM 2007

Dado o contexto do sector de imprensa – em que se estima que as suas receitas publicitárias tenham crescido novamente abaixo da média do mercado – as linhas estratégicas definidas para 2007 nesta área de negócios foram reforçar o portfolio de publicações existentes (em termos de posicionamento e qualidade editorial), otimizar a estrutura de custos da operação e diversificar as fontes de receitas com o desenvolvimento da MC Factory. Apesar de uma quebra nas suas receitas totais, sobretudo devida ao fecho em 2007 das revistas Grazia e AutoComércio, a MCE melhorou significativamente a sua margem operacional, num contexto de dificuldades do segmento de imprensa.

No que diz respeito às suas principais publicações, os principais factos que merecem ser destacados em 2007 são os seguintes:

A Lux aumentou a sua circulação paga em 2007 face a 2006 mercê da utilização de capas de maior impacto, do lançamento de várias edições especiais que permitiram alargar a oferta de produtos temáticos (oito em 2007 contra apenas um em 2006) e atrair anunciantes de sectores menos tradicionais, e a continuação da estratégia de venda integrada de produtos associados, que mesmo não se reflectindo significativamente num aumento de vendas da revista, acabam por aumentar a sua margem global. De referir também que a audiência média da Lux

no último trimestre foi a mais elevada dos últimos dois anos.

Em 2007 a Lux Woman foi também relançada, alterando o seu posicionamento para mais prática e próxima das leitoras, adequando o preço ao mercado (de €3,00 para €2,50) e lançando um formato mais prático (pocket) vendido por €1,50. Apesar de ser a única revista mensal de referência em banca que não ofereceu brinde de capa, a Lux Woman continuou a sua estratégia de manter de forma contínua a venda de produtos associados que alavancam as vendas em banca e libertam margem positiva para a operação.

A Maxmen teve também durante o ano de 2007 um período de renovação a todos os níveis. A revista passou a contar com novos colunistas e colaboradores, renovou o grafismo e procurou fazer capas com maior impacto, mantendo a liderança do seu segmento tanto em termos de circulação paga como em termos de audiência média – onde registou o valor mais alto dos últimos dois anos com 4,7%.

De entre as publicações mais de nicho, o destaque em 2007 deve ir para o jornal Briefing, que foi relançado com um reforço do serviço informativo através do seu site e da newsletter diária que têm vindo a obter uma boa receptividade por parte do público e dos anunciantes – o mesmo sucedendo às várias iniciativas que o Briefing continuou a promover no

sector dos media. A verdade é que todas estas publicações (incluindo a Casas de Portugal e a Revista de Vinhos que também viram as suas receitas e margens aumentar em 2007).

Em termos de custos, a principal redução adveio da parte industrial, com a centralização da compra de papel em Madrid através da central de compras para todo o grupo Prisa, com um esforço adicional de optimização das tiragens e da estrutura de cadernos das várias revistas e com a alteração do papel utilizado em algumas revistas, onde se conseguiu uma poupança expressiva. Com o crescimento da MC Factory, também foi possível à MCE obter melhores condições de impressão de todos os seus títulos.

O principal factor de crescimento da actividade da MC Factory – quer tentando disputar o mercado existente oferecendo propostas inovadoras e mais modernas para os seus clientes, quer tentando identificar novos sectores com potencial para a publicação de revistas próprias e assim desenvolver novos projectos. Este esforço trouxe como resultado em 2007 a conquista de mais de vinte clientes e uma facturação que foi de quase 10% do total do negócio de imprensa, abrangendo clientes como, entre outros, a Fima Lever, o El Corte Inglés, os supermercados Modelo, a Portugal Telecom e a TMN, os automóveis Peugeot, etc.

ACTIVITY EVOLUTION IN 2007

Given the context of the press sector – in which it is estimated that its advertising revenues grew once again less than the total market average – the strategic guidelines defined for 2007 for this business area were the reinforcement of its existing magazine portfolio (in terms of positioning and editorial quality), optimization of the operation's overhead costs and diversification of revenue streams with the development of MC Factory. In spite of a decrease in total revenues, mainly due to the discontinuation of the magazines Grazia and AutoComércio in 2007, MCE managed to significantly improve its operational margin, within a context of difficulties for the press segment.

With respect to its main publications, the following highlights are worth mentioning: In 2007, Lux increased its paid circulation in relation to 2006, due to the use of cover pages with greater impact, the launch of several special editions that extended the offer of thematic products (eight in 2007 vs. only one in 2006) and attracted advertisers from less traditional sectors, and the continuation of the integrated associated product sales strategy which, even if it has no significant impact on magazine sales, does result in an increase in the magazine's global margin. It is also important to mention that Lux's average audience in the last quarter was the highest of the previous two years.

In 2007, Lux Woman was also relaunched, having adopted a positioning that is more practical and of closer proximity to its clients, adapting its price to the market (from 3.00 € to 2.50 €) and launching a more practical



pocket format for 1.50 €. In spite of being the only monthly reference magazine sold at newsstands that did not offer front cover gifts, Lux Woman continued its strategy of maintaining a constant level of associated product sales that leverage newsstand sales, using the extra cash from the positive margin to finance the operation.

In 2007, Maxmen also underwent a complete renovation at every level. The magazine took on new columnists and employees, renewed its graphic design and sought to create magazine covers with greater impact, maintaining segment leadership in terms of paid circulation as well as in terms of average audience level – having registered the highest value in the last two years of 4.7%.

In 2007, among the more niche publications, the newspaper Briefing merits attention, having

been relaunched together with a reinforcement of its information service via its site and daily newsletter which have been very well received by the public and advertisers – the same being true of the various initiatives that Briefing continues to promote in the media sector. The truth is that all of these publications (including Casas de Portugal and Revista de Vinhos) registered increased revenues and higher margins in 2007.

In terms of costs, the main decrease came from the industrial area, with the centralization of the purchase of paper in Madrid through the purchase centre for the whole Prisa Group, an additional effort in the optimization of the circulation of its magazines and of the section structure of the various magazines and with the change in the paper used in some magazines, where significant savings were obtained. With the growth of MC Factory, MCE was also possible to obtain better printing conditions for all of its titles.

The main growth factor of MCE in 2007 was the evolution of MC Factory's activity – whether through its attempt to take on the existing market by offering innovative and more modern proposals to its clients, or by attempting to identify new potential sectors for the publication of own magazines and in this way develop new projects. This effort resulted in the conquest of more than 20 clients in 2007 and a turnover of almost 10% of the total press sector revenues, involving clients such as Fima, Lever, El Corte Inglés, the Modelo supermarkets, Portugal Telecom and TMN and Peugeot motor vehicles, among others.

EVOLUÇÃO ESPERADA DA ACTIVIDADE EM 2008

Para 2008 prevemos a manutenção da nossa estratégia empresarial, concentrando esforços no fortalecimento do portfolio de produtos existentes, tanto em circulação como em audiência, e continuar

o crescimento do negócio da MC Factory – com vários importantes novos clientes que têm vindo a ser trabalhados desde 2007 e que podem começar a gerar receitas já em 2008.



EXPECTED ACTIVITY EVOLUTION FOR 2008

For 2008 the maintenance of our corporate strategy is foreseen, which includes the concentration of efforts in the strengthening of the existing product portfolio, continuing to expand MC Factory's business

activity – with several important new clients that have been worked on since 2007 and that could start generating revenues in 2008.





INTERNET

O conjunto dos sites do IOL registou no último trimestre de 2007, um tráfego de mais de 100 milhões de page views

The IOL network of sites associated delivered over 100 millions of page views per month in the last quarter of 2007

EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE EM 2007

A evolução do sector na Internet em 2007 deu continuidade às três tendências registadas no ano precedente, designadamente: o aumento gradual da penetração da Internet nos lares; a migração dos utilizadores de serviços de acesso de banda estreita para serviços de acesso de banda larga e o crescimento gradual do peso do segmento da Internet no mercado publicitário Português.

A actividade da MCM e das suas associadas pode continuar a analisar-se em três áreas distintas:

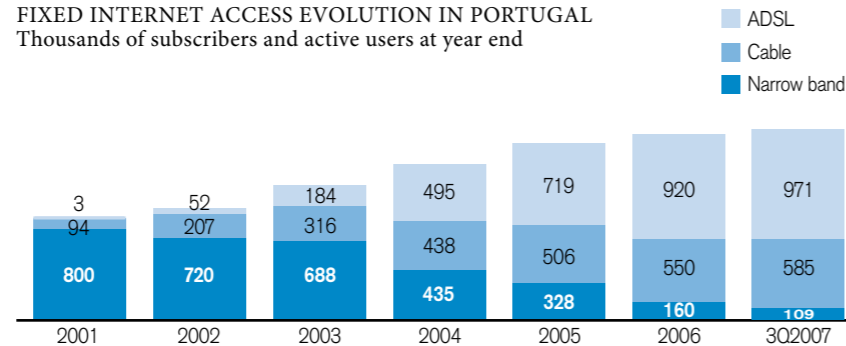
1. a de edição online, dentro da qual as empresas MCM, MC Internet, Ludicodrome e TVI disputaram o mercado de publicidade na Internet com os principais portais nacionais – o Sapo e o Clix – e, adicionalmente, prestaram serviços editoriais aos operadores de comunicações móveis e ao jornal Metro;

2. a de serviços ao consumidor, abrangendo a MC Telecom e a Unidivisa, empresas que geriram serviços destinados ao consumidor não profissional, nomeadamente, o acesso de banda estreita, o correio electrónico, os blogues e o alojamento de vídeos;

EVOLUÇÃO DO ACESSO À INTERNET EM PORTUGAL

Milhares de assinantes e utilizadores activos no final do ano

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



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

mento de vídeos; a venda de bilhetes para espectáculos e o cartão de crédito Valor; **3. a de serviços a empresas**, concentrada na empresa IOL Negócios (ex-Directório IOL), que no final de 2007, promovia a presença na Internet de cerca de 1.850 empresas para as quais gerava oportunidades de negócio – de venda de automóveis, de imóveis ou de serviços – atraindo tráfego quer a partir da rede de "sites" do IOL quer através do motor de pesquisa do Google.

Estas três áreas de negócio partilharam um conjunto de recursos centrais, a maior parte dos quais estiverem enquadrados na MCM (o desenvolvimento do negócio, o controle de gestão, e os serviços prestados pelo Grupo Media Capital), estando apenas a infra-estrutura técnica e a respectiva equipa de manutenção integrada na MC Telecom.

ACTIVIDADE DE EDIÇÃO ONLINE EM 2007

Em 2007, a presença no mercado Português dos concorrentes multinacionais Google e MSN (este último, agenciado pelo grupo internacional Hi-Media), bem como a representação da rede social Hi5 pela equipa comercial do Sapo, vieram intensificar a competitividade do mercado em que a equipa comercial do IOL actua. Neste contexto, e apesar de ter registado um crescimento das suas receitas publicitárias muito positivo em 2007, o IOL acabou por perder quota de mercado, sobretudo para o Sapo.

Os esforços para aumentar o tráfego e melhorar a qualidade das audiências da rede de sites do IOL foram concretizados pelo lançamento de oito novos projectos ao longo de 2007.



ACTIVITY EVOLUTION IN 2007

INCORPORAÇÃO DE NOVOS PROJECTOS NA REDE IOL DURANTE O ANO DE 2007

NEW PROJECT LAUNCHES ON IOL DURING 2007

Março / March	Futsal
Março / March	Pais & Filhos
Abril / April	Blogs IOL
Setembro / September	IOL Viagens
Novembro / November	IOL Natal
Dezembro / December	Dakar 2008
Dezembro / December	Melhores de 2007
Dezembro / December	Vídeos Belacena IOL

The evolution of the Internet sector in 2007 continued to follow the three main trends identified in the previous year, namely: the gradual increase of the Internet household penetration; the migration of users from narrow band Internet accesses to broadband providers and the growing Internet market share in the total advertising market in Portugal.

The activity of MCM and its affiliated companies may continue to be analysed around three specific business areas:

1. "Online editing", in which the companies MCM, MC Internet, Ludicodrome and TVI compete in the online advertising market with the main national content portals – Sapo and Clix – and also provide editorial services to mobile operators and to the Metro newspaper;

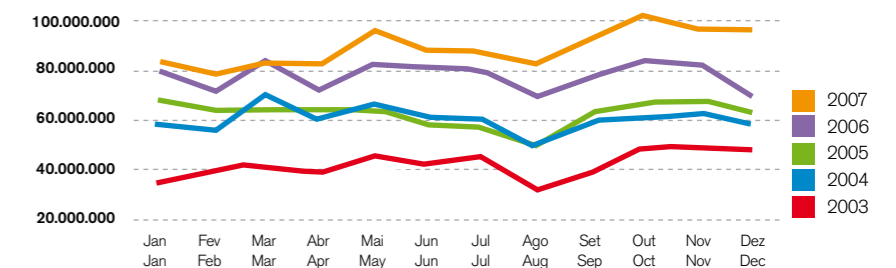
2. "Consumer services", which includes MC Telecom and Unidivisa, companies that provide non-professional consumer services, namely narrowband access, electronic mail, blogs and video hosting; the sale of show tickets and the Valor credit card;

3. "Corporate services", provided by the company IOL Negócios (previously Directório IOL), which by the end of 2007, hosted sites of around 1,850 businesses, providing them with business leads – sale of cars, houses or services – from the traffic generated by IOL's network of Internet sites as well as via the Google search engine.

These three business areas shared a central resources pool, the majority of which was included within MCM's scope of activity (development of the business, management control and the services provided

TRÁFEGO DOS SITES IOL EM BANNER (VIEWS POR MÊS)

IOL NETWORK TRAFFIC IN (BANNER VIEWS PER MONTH)



Fonte / Source: MCM

"EDITING" ACTIVITY HIGHLIGHTS IN 2007

by the Grupo Media Capital), with the technical infrastructure and the respective maintenance team included within MC Telecom's scope of activity.

Em 2007, the presence in the Portuguese market of the multinational competitors Google and MSN (the latter, managed by the international group Hi-Media), as well as the representation of the Hi5 social network by Sapo's commercial team, intensified competition in the market in which IOL's team also competes. In this context, and in spite of having registered a very positive increase in its advertising revenues in 2007, IOL lost market share, particularly in relation to Sapo.



A combinação destas acções e o dinamismo da equipa editorial permitiram à rede de "sites" do IOL registar um crescimento substancial do tráfego face a 2007, mais 15%, passando de uma média de 77 milhões de banner views mensais em 2006 para mais de 89 milhões em 2007, tendo a média do último trimestre do ano estado próxima dos 100 milhões de banner views mensais. É de destacar também o bom desempenho dos sites editoriais da MCM (Portugal Diário, Mais Futebol e Agência Financeira) que bateram sucessivos recordes de unique users e de page views ao longo de 2007 e que acabaram o ano todos eles a crescer as suas audiências mais de 30% em relação ao final de 2006, abrindo assim boas perspectivas para a transformação destas audiências em receitas publicitárias durante o ano de 2008.

ACTIVIDADE DE SERVIÇOS AO CONSUMIDOR EM 2007

Em 2007 o negócio de acesso de banda estreita continuou a ser vítima da migração dos clientes para os serviços de banda larga (que o IOL não disponibiliza), levando a uma redução total destas receitas de 55% face a 2006. Esta queda, inferior à registada no número de minutos graças à introdução de aumentos de preço a meio do ano, foi superior à verificada no ano anterior. Em reacção ao definhamento das receitas, foi necessário reduzir a base de custos fixos associados a este negócio, tendo culminado no seu encerramento definitivo a 31 de Dezembro de 2007, altura em que a MC Telecom cedeu os direitos de utilização dos seus números de acesso à empresa Nortenet, um ISP regional que actua no Centro e Norte do país, e que os adquiriu pelo valor da

marginem que se esperava que o negócio gerasse no ano de 2008. A cedência destes direitos levou ao reconhecimento de uma perda de imparidade do goodwill associado de €1.1 milhões.

ACTIVIDADE DE SERVIÇOS A EMPRESAS EM 2007

Em 2007 esta actividade voltou a ver crescer significativamente a sua base de clientes dos 1.852 aderentes a 31 de Dezembro de 2006 para cerca de 2.300 aderentes a 31 de Dezembro de 2007, em particular no Directório Geral, que representa actualmente mais de metade da base total de clientes.

MCM efforts to increase its traffic and to improve the audience quality in IOL's network of Internet sites were materialized through the launch of eight new content projects throughout 2007.

The combination of these launches and the drive of the editorial team enabled the network of sites from IOL to show a significant traffic increase in 2007, up 15% in relation to the previous year, from an average of 77 million banner views per month in 2006 to more than 89 million in 2007, with the average of the last quarter of 2007 approaching the 100 million banner views per month mark.

CONSUMER SERVICES ACTIVITY IN 2007

In 2007, the narrowband Internet Access continued to lose customers due to their migration to broadband service providers (which IOL did not provide), translating



into a 55% loss of revenues in relation to 2006. This decrease – less than that registered in number of minutes due to the introduction of price increases mid-year, was higher than the previous year. In response

to the decline in revenues, it became necessary to reduce the fixed cost structure associated with this service, culminating in its definitive closure on 31 December 2007, when MC Telecom ceded the rights to the usage of its access numbers to the company Nortenet, a regional ISP with operations in the Centre and North of the country, and which acquired them for the margin value that the business was expected to generate in 2008.

CORPORATE SERVICES ACTIVITY IN 2007

In 2007, this activity continued to register a significant increase in its client base, from 1,852 subscribers on 31 December 2006 to approximately 2,300 subscribers on 31 December 2007, particularly in the General Directory, which represents more than half of the total client base.

Maisfutebol

EVOLUÇÃO ESPERADA DA ACTIVIDADE EM 2008

Com uma perspectiva de continuação do consumo de Internet e, consequentemente, do investimento publicitário neste meio em 2008, a MCM prevê três grandes prioridades para a sua actividade e das suas associadas em 2008:

- A MCM irá promover a marca IOL, com o objectivo de lhe devolver uma notoriedade comparável com a das marcas Sapo e Clix e consolidar o seu papel

como principal marca do grupo Media Capital para a Internet. Nesta nova vaga de comunicação, será desenvolvido um novo conceito para a marca IOL para a afastar dos serviços de acesso à Internet e a posicionar nas áreas da informação, entretenimento e comunicação;

- A MCM irá identificar, avaliar e propor iniciativas para aumentar a sua quota de audiências na Internet em Portugal, sem

contudo voltar a equacionar a possibilidade de regresso ao negócio de acesso à Internet, que a MCT acabou de alienar;

- A MCM e as suas participadas procurarão colaborar com as restantes empresas do Grupo Media Capital para desenvolver a sua actividade na Internet, podendo mesmo vir a centralizar toda a organização da actividade de Internet no seio do grupo.

EXPECTED ACTIVITY EVOLUTION FOR 2008

Given the prospect of a continued increase in Internet consumption and, consequently, of adspending on this media in 2008, MCM foresees three main priorities for its activity and that of its associated companies in 2008:

- MCM will promote the IOL brand, with the aim of retrieving its notoriety - on a par with that of the Sapo and Clix brands - and consolidate its role as the main

brand of the Media Capital group for the Internet. Within this new wave of communication, a new concept will be developed for the IOL brand to distance it from the Internet Access services and position the brand in the information, entertainment and communication areas;

- MCM will identify, evaluate and propose initiatives to increase its Internet audience share in Portugal, without, nevertheless,

considering the possibility of returning to the Internet Access business, which MTM sold recently;

- MCM and its affiliated companies will seek to collaborate with the remaining Grupo Media Capital companies to develop its Internet activity, and may even centralize all of the organization's Internet activity within the Group.



OUTDOOR

A MCO acabou por
ser vendida
no final de 2007
e não integra
na actualidade
o Grupo Media
Capital

MCO was sold
to Explorer
in the end of 2007
and thus is not
part of the Media
Capital

EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE EM 2007

2007 foi novamente um ano positivo para o mercado de publicidade outdoor, pois segundo os principais indicadores, este aponta para um crescimento entre os três e os seis por cento, face a um crescimento total do mercado publicitário que deverá ter rondado, no máximo, os quatro e meio por cento.

O ano de 2007 foi também particularmente positivo para a Media Capital Outdoor (MCO) uma vez que, pese embora a pequena redução verificada nos seus proveitos, lhe permitiu aumentar de forma significativa a sua margem operacional como consequência da redução verificada nos seus custos de estrutura. O EBITDA mais do que duplicou face a 2006 (de 1,77M€ para 4M€) e a empresa cimentou a sua posição de segundo operador neste segmento, tendo também reforçado a qualidade e o valor percebido dos seus produtos por parte de anunciantes e agências.



- Constante melhoria das redes de 8x3 em termos de suporte e de distribuição geográfica.
- Início do estudo de audiências com a Marktest, para a MCOTV.

A nível da organização e forma de funcionamento da empresa:

- Finalização da reorganização operacional da empresa, no primeiro trimestre do ano, evoluindo para a chamada "estrutura básica necessária" e garantindo sempre o bom funcionamento da empresa;
- Aproveitamento de equipas internas para afixação e controlo de mupis e autocarros, reduzindo substancialmente os custos e, paralelamente, garantindo um nível de qualidade superior;
- Renegociação com praticamente todos os fornecedores da MCO, cujo resultado final foi um descida substancial dos custos contratados no exterior;

- Uma política financeira agressiva que permitiu realizar bons acordos com fornecedores, em termos de prontos pagamentos o que optimizou a gestão da tesouraria;
- Preparação de um novo sistema informático que verá colmatar as diversas lacunas do actual e, que será desenvolvido na óptica do utilizador;
- Enfoque total no core business da empresa – a comercialização publicitária, seja em termos de celebração de acordos anuais, seja em termos de acompanhamento e manutenção de clientes.

Em 19 de Dezembro de 2007, a Media Capital Outdoors – Publicidade, S.A. (MCO) foi alienada ao Fundo de Investimento Explorer II, por um monte global de €47 milhões, pelo que a área de negócio de Publicidade Exterior deixará de integrar as operações do Grupo Media Capital em 2008.

Os principais pontos a destacar no desempenho operacional da MCO em 2007 foram os seguintes:

A nível dos produtos e da oferta:

- Entrada em funcionamento de novo parque de espaço metro, tanto através da candidatura para o Metro do Porto como da reestruturação das posições no Metro de Lisboa;
- Continuação do alargamento do parque de mupis, com a entrada em funcionamento do Metro do Sul do Tejo e de novas estações do metropolitano de Lisboa (Santa Apolónia e Terreiro do Paço).

EVOLUÇÃO ESPERADA DA ACTIVIDADE EM 2008

Para 2008 as estimativas disponíveis sobre a evolução do mercado publicitário indiciam mais um ano de crescimento do investimento no outdoor em linha ou acima do esperado para o total do mercado, sobretudo devido à ocorrência de alguns eventos me-

diáticos (como os Jogos Olímpicos, o Campeonato Europeu de futebol ou o Rock in Rio) – que tipicamente trazem para este segmento campanhas institucionais dos seus patrocinadores. A nível dos custos, com a racionalização já concluída, e sendo na sua maior

parte custos fixos ou apenas variáveis com a receita (taxas, rendas, encargos com concedentes, etc) a empresa estima manter o actual nível, pelo que qualquer acréscimo de receita se deverá traduzir num possível aumento da margem operacional.

ACTIVITY EVOLUTION IN 2007

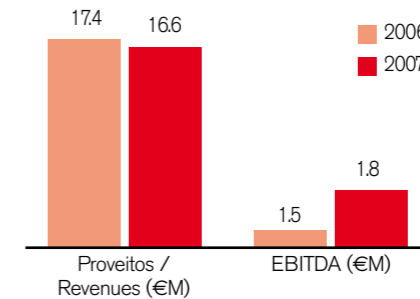
2007 was once again a positive year for the outdoor advertising market, pointing towards - in accordance with the main indicators - an increase of 3% to 6% in relation to 2006, which compares to a total estimated advertising market growth of, at most, 4.5%.

2007 was also particularly positive for Media Capital Outdoor (MCO) since, in spite of a small decrease in revenues, it was able to significantly increase its operational margin as a result of the reduction in its overhead costs. EBITDA more than doubled in relation to 2006 (from 1.77M€ to 4M€) and the company consolidated its position as second operator in this segment, having also reinforced the quality and the value of its products as perceived by advertisers and agencies.

The main highlights of MCO's operational performance in 2007 were as follows:

With reference to its products and offer:

- Opening of the new network in terms of metro space, through the creation of an application dossier for the "Metro do Porto" as well as the restructuring of positions in the "Metro de Lisboa";
- Further extension of the "Mupis" network, with the opening of the "Metro do Sul do Tejo" and new metro stations in Lisbon (Santa Apolónia and Terreiro do Paço).
- 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 programme, in cooperation with Marktest, for MCO TV.

With reference to company organization and internal processes:

- Completion of the operational reorganization of the company, in the first quarter of the year, evolving to the new "required basic structure", 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, significantly reducing those costs while delivering a higher service quality level;
- Renegotiation with almost all MCO suppliers, which resulted in a significant decrease of its costs;
- The pursuit of an aggressive financial policy that permitted advantageous agreements with suppliers to be reached, in terms of prompt payments, which optimized cash management;
- Preparation of a new computer system that will improve upon and solve the several glitches of the current system, and shall be developed to facilitate user interaction;
- Total focus on the company's core business – advertising sales, in terms of annual contracts or the follow-up and maintenance of clients.

EXPECTED EVOLUTION IN ACTIVITY FOR 2008

The forecasts on the evolution of the advertising market for 2008 point towards another year of growth in outdoor adspending, in line or above that which is expected for the market as a whole, mainly due to several mediatic events (such as the Olympic Games, the European Football Championship or Rock in Rio)

– which usually involve increased outdoor adspending associated with institutional campaigns from the events' sponsors.

In terms of costs, with the completion of the cost rationalization process, which affected mainly fixed or variable costs (fees, rents, costs

with delegators, etc.), the company expects to maintain the same level of costs, so that any increase in revenues is likely to result in an increase of its operational margin.

RESPONSABILIDADE SOCIAL
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

PRINCÍPIOS E VALORES

Em 2007 o Grupo Media Capital, com uma forte presença na maioria dos segmentos de media em Portugal, manteve-se fortemente empenhado no desenvolvimento sustentado da comunidade que integra.

Beneficiando da vasta audiência dos seus meios de comunicação e consciente do seu impacto, o Grupo Media Capital pretende divulgar causas sociais específicas junto da população portuguesa, contribuindo assim não apenas para a

angariação de fundos, mas também para o aumento da credibilidade e visibilidade dos projectos seleccionados.

1. PROJECTOS SOCIAIS

O Grupo Media Capital tem desenvolvido, implementado e apoiado diversos projectos e iniciativas 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 apoiar a causas sociais entre os colaboradores do Grupo

A. SOLIDARIEDADE E PROJECTOS DE APOIO SOCIAL

Ao longo de 2007 mantiveram-se iniciativas já existentes em anos anteriores, e desenvolveram-se novos formatos e campanhas de publicidade para se atingirem os objectivos propostos em cada projecto, envolvendo geralmente as caras mais conhecidas do Grupo para aumentar a sua visibilidade e impacto.

- “Missão Sorriso” – a TVI voltou a associar-se ao grupo Sonae na “Missão Sorriso”, uma iniciativa conjunta, que pelo seu impacto na sociedade recebeu este ano igualmente reconhecimento ao nível institucional, através do envolvimento formal do Alto Comissariado para a Saúde desde o dia 8 de Outubro. Comemorando 5 anos na ajuda de crianças hospitalizadas, nomeadamente na dotação de recursos dos hospitais e respectivas unidades de pediatria, este ano o projecto alargou o seu âmbito de actuação a um maior número de unida-

des hospitalares, passando de 25 a 28 hospitais/serviços pediátricos, reforçando o número de iniciativas e respectiva cobertura mediática e criando novas plataformas de angariação através dos seus programas de forma a solidificar o seu estatuto de missão solidária ao serviço da comunidade.

- “Heróis por uma Causa” – Pelo terceiro ano consecutivo, a TVI, numa parceria com o Grupo Intermarché, promove o projecto de solidariedade social – “Heróis por uma Causa” – com o objectivo de apoiar os Bombeiros, contribuindo para uma melhoria das condições destes profissionais no combate aos incêndios. Envolver e mobilizar a população para ajudar as corporações de Bombeiros do nosso país na obtenção de equipamentos que ajudem a melhorar a eficácia da sua actuação em diversos casos, nomeadamente no combate aos incêndios, é a grande bandeira desta acção, que apela ao heroísmo de todos nesta nobre causa. Tendo como inspiração os resultados dos dois anos anteriores, e o elevado nível de necessidades das diversas corporações de bombeiros, o ITMI e a TVI uniram esforços e contaram novamente com a colaboração da Liga dos Bombeiros Portugueses, com a qual estão associados desde o início desta iniciativa. Este ano foram oferecidas 15 viaturas ligeiras de combate a Incêndios, a corporações de bombeiros nacionais.

- “Bike Tour 2007” – A TVI transmitiu pelo

2º ano consecutivo o Bike Tour 2007, onde o incentivo ao desporto e ao estilo de vida saudável, de preferência em família e através do uso da bicicleta, são a bandeira de uma nobre causa: o apoio ao combate à droga e à toxicod dependência do Instituto de Droga e Toxicod dependência (IDT). Sob o mote “Pedalar... Só com a tua Energia”, o Bike Tour, após o grande sucesso em 2006 reforçou o seu cariz nacional, tendo a sua 2ª edição sido realizada nas 2 principais cidades do país, com travessias da Ponte Vasco da Gama, em Lisboa e Ponte da Arrábida, no Porto, tendo contado no total com a participação de 17.000 bicicletas.

- “Você na TV” e “As Tardes da Júlia” foram, entre outros, programas de entretenimento, a janela de inúmeras situações e tiveram um importante papel de divulgação, de apoio e de ajuda de várias instituições e famílias portuguesas.
- A Informação da TVI tem dado a conhecer questões e problemas de cariz social e humanitário, possibilitando o contributo da sociedade civil para causas que desconhece. Neste âmbito, foram vários os prémios atribuídos a reportagens e jornalistas da TVI, destacando-se neste contexto o Prémio Menção Honrosa da AMI pela peça “O Silêncio dos Inocentes” de Alexandra Borges, o Prémio Jornalismo para a Tolerância pela peça “Alunos Estrangeiros” de Lígia Marta e o Prémio Prevenção Cardiovascular pela peça “Coração” de Isabel Moicó.

PRINCIPLES AND VALUES

In 2007, the Grupo Media Capital, given its strong presence in most media segments in Portugal, is deeply committed to the sustained development of the community it integrates.

Aware of its impact on Portuguese society and benefiting from its media companies’ vast audiences, Grupo Media Capital aims to contribute towards an increased awareness of the Portu-

guese regarding specific social causes, thus contributing not only in terms of fundraising but also in increasing the credibility and visibility of selected social projects.

1. SOCIAL PROJECTS

Grupo Media Capital has been developing, implementing and supporting different projects and initiatives within the scope 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

A. SOLIDARITY AND SOCIAL SUPPORT PROJECTS

In 2007 the activity was based on existing initiatives, as well as on the development of new formats and advertising campaigns in order to achieve the goals proposed for each project, usually also involving some of the Group’s best known celebrities to maximize the visibility and impact of the initiatives.

- “Missão Sorriso” – TVI was associated once again with Sonae, the main retailer group in Portugal, on “Missão Sorriso”, a joint initiative, which due to its impact on the society, deserved a public acknowledgment this year through the formal involvement of the Alto Comissariado para a Saúde (High Health Commission) in this initiative as of last October, the 8th. Celebrating 5 years of activity helping hospitalised children, namely by providing funds for hospitals and their paediatric units, in 2007 the project extended its scope to include a larger number of hospitals, increasing from 25 to 28 hospitals/ paediatric units, and thus increasing the number of events and its media coverage

while creating new ways of fundraising through its programmes, with the aim of consolidating its status of commitment to community service.

- “Heróis por uma Causa” – For the third consecutive year, TVI, within a partnership with the large retailer Intermarché, promoted a social solidarity campaign – “Heróis por uma Causa” – with the aim of helping Firemen and contributing towards an improvement to equip them with better equipment for fire fighting. The ultimate goal of this initiative is to raise the population’s awareness to help the Portuguese Firemen Corporations to obtain better equipment which will help them to become more effective in their work, namely in fire fighting by means of calling for everyone’s emotional involvement in such a noble cause. Inspired by the results of the two previous years, and given the urgent needs of the several Firemen Corporations involved, Intermarché Portugal and TVI joined efforts and cooperated once again with the Portuguese Firemen Association, a partner of this initiative since its beginning. In 2007, this initiative provided 15 fire-fighting light trucks to several Firemen Corporations.
- “Bike Tour 2007” – For the second consecutive year, TVI broadcasted the Bike Tour 2007, where the incentive to practice some kind of sport and to follow a healthy lifestyle, preferably with the family and by using the bicycle was used to support a noble cause: the fight against drug abuse and drug addiction, an initiative from the

Instituto de Droga e Toxicod dependência (Drug and Drug Adiction Institute). Under the motto “Pedalling... Only with your energy”, the Bike Tour, following its huge success in 2006, reinforced its national facet and the 2nd edition took place in the country’s two main cities, with crossings over the Vasco da Gama bridge, in Lisbon and the Arrábida bridge, in Oporto, with a total participation of 17,000 bicycles.

- “Você na TV” and “As Tardes da Júlia” were, among other entertainment programmes of TVI, the “window” of countless situations and played an important role in providing awareness, supporting and helping several institutions and Portuguese families.
- TVI’s news programs have continuously exposed social and humanitarian issues and problems, providing a way for the civil society to contribute in causes of which it was unaware of. Within this scope, TVI media coverage and journalists were awarded several prizes, of which the most important were: the Prémio Menção Honrosa from AMI for the story “O Silêncio dos Inocentes” by Alexandra Borges, the Prémio Jornalismo para a Tolerância for the story “Alunos Estrangeiros” by Lígia Marta and the Prémio Prevenção Cardiovascular for the story “Coração” by Isabel Moicó.

- O tráfico infantil foi abordado de uma forma surpreendente, onde a TVI mostrou em directo a partir do Gana, que em pleno século XXI, existem crianças que são vendidas pelos próprios pais, traficadas e obrigadas a trabalhar 14h por dia, 7 dias por semana. Foram desenvolvidas ainda iniciativas de angariação de fundos através da edição de um livro “Filhos do Coração”, em que parte das receitas reverte a favor do resgate de mais crianças.
- Ao longo do ano foram ainda apoiadas várias outras acções de responsabilidade social, durante os próprios programas da TVI, como por exemplo a abordagem de questões como o cancro, onde através de personagens criadas, totalmente acompanhadas por entidades especialistas na matéria, se pretendia apelar à mudança de atitude e comportamentos perante esta doença.
- “Escola Modelo” – A Cidade FM juntou-se ao Modelo com o intuito de apetrechar as escolas de Portugal com material informático e desportivo para os alunos. Na compra do material escolar da linha do Cristiano Ronaldo, 50% do valor revertia para comprar material desportivo e informático para a escola da zona desse Modelo.
- Media Capital Multimédia – O IOL desenvolveu com a “Ajuda de Berço” uma campanha para a angariação de fundos para ajudar a Instituição a acolher crianças em risco, criando um site de Natal, que disponibiliza a ferramenta de criação de Blogs. Por cada Blog criado a partir deste site foi doado €1 à Ajuda de Berço. A colaboração com o Centro de Desenvolvimento Infantil Diferenças, na elaboração do postal de Natal da empresa, permitiu apoiar esta instituição que acompanha actualmente cerca de 6.000 crianças com diferentes tipos de perturbações de desenvolvimento.



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

- A Media Capital Edições apoia a promoção de diversos eventos e instituições, disponibilizando a título gratuito a utilização de espaço publicitário para a sua divulgação.
- O Grupo Media Capital, como entidade patrocinadora ou através de algumas das suas empresas, tem vindo a apoiar algumas das mais importantes instituições e iniciativas realizadas em Portugal, sobretudo ajudando à sua divulgação junto do grande público. São exemplo deste tipo de parcerias a Fundação de Serralves e a Casa da Música no Porto – onde o Grupo Media Capital faz parte do Conselho de Fundadores de ambas as instituições – bem como o Festival de Cinema de Cascais, realizado no final do ano e a que deu o seu apoio.
- Visando reforçar o papel pedagógico da estação e cativar as crianças para o conhecimento do seu próprio corpo, bem como para a adopção de hábitos de vida saudáveis, por ocasião do Dia Mundial da Criança, a TVI ofereceu a todas as crianças do país até aos 12 anos, entradas gratuitas nos dias 1, 2 e 3 de Junho para a exposição internacional “O Corpo Humano com nunca o Viu”, do qual a TVI foi a estação oficial.

- Também por ocasião do Dia Mundial da Criança, a TVI juntou-se ao Hospital Amadora Sintra e a uma série de outras entidades públicas e privadas numa iniciativa para mais de 2000 crianças que, entre actividades desportivas e lúdicas, facultava o convívio e a participação no mundo mágico da televisão, vivendo pessoalmente a experiência da apresentação de um noticiário, com direito a câmaras de televisão e a teleponto, contando com a imprescindível ajuda dos pivots da estação. Puderam ainda inscrever-se para um casting da sua série preferida – Morangos com Açúcar – e pedir autógrafos a alguns dos principais personagens da série e ouvir os D’ZRT. Emoções que fizeram deste dia necessariamente um dia diferente e especial.
- A TVI continua a ser 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, 5 dias por semana.
- No âmbito do Protocolo de Serviço Público, assinado em Setembro de 2003, entre o Governo, a RTP, a SIC e a TVI, em 2007 a TVI voltou a cumprir e ultrapassar todas as obrigações previstas, designadamente na disponibilização de espaço de comunicação ao Instituto do Cinema e Audiovisual (promovidas 15 obras cinematográficas), programação com suporte em linguagem gestual (422 horas de emissão), programação em língua portuguesa com legendagem adicional através de teletexto (464 horas de emissão).

- Child traffic was approached in a most remarkable way. TVI showed live from Ghana how come in the 21st century there are still children who are sold by their own parents, trafficked and forced to work 14 hours a day, 7 days a week. Several fund raising initiatives were undertaken through the publication of a book “Filhos do Coração”, in which part of the revenue from the sale of the book was directed towards the rescuing of more of those children.
- Throughout the year, several social responsibility campaigns were also supported, while TVI’s own programmes were being aired, such as, for example, the approach to issues such as cancer, where with the support of fictional characters, fully supervised by experts on these issues, a change in behaviour and attitude towards this disease was called for.
- “Escola Modelo” – Cidade FM joined Modelo supermarket chain on the purpose of equipping Portuguese schools with computer hardware and sporting equipment for its students. 50% of the purchase value of Cristiano Ronaldo branded school materials would revert towards the purchase of sporting equipment and computer hardware for the school in the neighbourhood of each Modelo store.
- Media Capital Multimédia – IOL created, in association with “Ajuda de Berço”, a fund raising campaign to help the Institution receive children at risk, developing a Christmas web site with a Blog creation tool. For each Blog created on the site, €1 was donated to Ajuda de Berço. The collaboration with the Centro de Desenvolvimento Infantil Diferenças, in the creation of the company’s institutional Christmas card, provided some help to this institution that currently provides support to approximately 6,000 children with different types of development disorders.
- Media Capital Edições supported the promotion of several events and institutions through the use of advertising space at no cost for their promotion.



B) PROMOTION OF CULTURE, ART, EDUCATION AND HERITAGE PRESERVATION

- Grupo Media Capital, both as sponsor entity or through some of its companies, has been supporting several of the most important institutions and initiatives in Portugal, particularly providing them with awareness towards the overall population. Some examples of this partnerships include “Fundação de Serralves” and “Casa da Música”, both in Oporto and where Media Capital has been part of its Founding Council well as the Cinema Festival of Cascais, that happened in the end of 2007 and which was supported.
- With the aim of reinforcing its pedagogical role and raise children’s curiosity about their own body, as well as to encourage the adoption of a healthy lifestyle, on the last World Children’s Day, TVI offered free tickets to children across the whole country under 12 years of age, to visit on the 1, 2 and 3 July, the international exhibition “The Human Body as you have never seen it before”, for which TVI was the official television channel.

- Also during the last World Children’s Day, TVI joined Hospital Amadora Sintra and several other state-owned and private institutions on a initiative involving over 2.000 children that, among sports and entertainment activities, enabled them to socialize and to participate in the magical realm of television, experiencing the presentation of a news service, with real television cameras and teleprompter and involving the indispensable support of some of its news anchors. In addition, some children were also able to enrol for a casting of their favourite series – “Morangos com Açúcar” – and ask for autographs from some of the series’ main characters and listen to the music band D’ZRT. These activities and emotions made that a very different and special day.
- TVI continued to be one of the strongest sponsors of the diffusion of the Portuguese language and its culture, broadcasting Portuguese spoken and produced TV content from 7 am until midnight, 5 days a week.
- Within the context of the Public Service Protocol’s obligations, signed in September 2003, between the Portuguese Government, RTP, SIC and TVI, in 2007 TVI once again more than complied with all of the foreseen obligations, namely granting airtime to

- Também no âmbito deste protocolo, continuou em antena o programa Todos Iguais, um magazine semanal com conteúdo dirigido a pequenos segmentos populacionais e também a programação cultural continuou com o seu espaço próprio, através da emissão regular de peças de teatro e do magazines das artes e espectáculos, Cartaz das Artes que vai no seu terceiro ano de emissão e o qual recebeu em 2007 diversos prémios, atribuídos pelo Movimento de Arte Contemporânea e pela Associação de Telespectadores.
- Transmitindo em 2007 mais de 800 horas de ficção nacional produzida pela NBP, a TVI manteve um papel fundamental no desenvolvimento da indústria audiovisual Portuguesa. Todas as novelas transmitidas pela TVI abordam problemas de saúde, sociais e culturais específicos, com fins comunicacionais e educativos.
- 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 das várias categorias de profissionais do sector e pela melhoria generalizada nas áreas técnicas de direcção, produção e edição de ficção.
- 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.
- O Rádio Clube continuou a organizar de forma regular, fóruns de discussão sobre diversos assuntos sociais e reforçou o apoio ao Movimento ECO – Empresas contra os Fogos. Durante o mês de Julho promoveu diversas entrevistas e organizou vários debates que contaram com a participação de personalidades de relevo, com o intuito de chamar a atenção para o tema Floresta e para a defesa do ambiente.
- Assumindo a sua responsabilidade na formação de futuros profissionais no sector da Comunicação Social, a TVI acolheu em 2007, 62 estagiários, para

estágios nas direcções de Informação, Programas, Marketing e Relações Exteriores, Multimédia e Emissão e Meios de Produção, entre os quais estudantes de cursos de Comunicação Social e de Marketing, provenientes entre outras da Universidade Católica Portuguesa, da Universidade Fernando Pessoa (Porto), da Universidade do Algarve, da Escola Superior de Coimbra, do ISCEM, do CENJOR, e das Escolas Profissionais ETIC, EPCI, MAGESTIL e Vale do Rio.

- A par deste acolhimento de estagiários, a TVI voltou a conceder o Prémio anual 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.

C. MEDIDAS DE VOLUNTARIADO DENTRO DO GRUPO

O Grupo Media Capital promove anualmente campanhas internas de doação de sangue entre os seus colaboradores, tendo sido recolhidos em 2007 quase 50 litros de sangue.

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.

Numa óptica de responsabilidade social e de protecção dos menores e públicos sensíveis a TVI tem mantido e melhorado, do ponto de vista de aperfeiçoamento interno, o sistema comum e unívoco de classificação de programas de televisão definido para os três operadores, facilitando-se a comunicação dos limites de programação à grande maioria dos espectadores.

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:

- Apoio publicitário aos projectos do Instituto do Cinema e Audiovisual;
- Investimentos mínimos em produção independente;
- Transmissão de adaptações de ficção

literária portuguesa;

- Transmissão de programas culturais e dedicados a minorias;
- 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.

the Instituto do Cinema e Audiovisual (15 cinematographic works were promoted), broadcasting programmes with sign language support (422 hours of transmission) and by providing 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 programmes such as the regular emission of theatre plays and the art and culture magazine “Cartaz das Artes”, which is in its third year of broadcasting and was awarded several prizes by the Movimento de Arte Contemporânea and the Associação de Telespectadores (TV viewers Association) in 2007.

- With over 800 hours of national fiction produced by NBP and broadcasted in 2007, TVI maintained a vital role in the development of the Portuguese audiovisual industry. Every soap opera broadcasted by TVI covers specific health, social and cultural issues, with edutainment purposes.
- NBP has maintained a very significant con-

tribution towards the development of hundreds of new professionals in the audiovisual sector in Portugal, involving the training of several categories of professionals in this sector and a generalized improvement in the technical areas of directing, producing and editing of audiovisual fiction.

- Rádio Comercial and Rádio Clube Português both present on a regular (daily or weekly) basis cultural agendas covering events in the theatre, music and other arts areas.
- Rádio Clube has continued to regularly organize discussion forums dealing with several social issues and reinforced its support for the Movimento ECO – Empresas contra os Fogos. During the month of July, Rádio Clube did some interviews and organized several debates in which well-known personalities took part, with the aim of calling the attention of the population to the Forest and the need to protect the environment.
- Assuming its responsibility in the training of future professionals for the Media sector, TVI took on 62 trainees - in the News, Programming, Marketing and External

Relations, Multimedia and Broadcasting and Production Departments -, some of which were students of Social Communication and Marketing from Universidade Católica Portuguesa, Universidade Fernando Pessoa (Porto), Universidade do Algarve, Escola Superior de Coimbra, ISCEM, CENJOR, and the Professional Schools ETIC, EPCI, MAGESTIL and Vale do Rio, among others.

- Along with the interns admittance, TVI awarded once again the annual prize for the best 4th year university student of the Social Communication course from Universidade Católica Portuguesa, which consists of a six month paid internship course.

C. VOLUNTEERING INITIATIVES WITHIN THE GROUP

Every year, the Grupo Media Capital promotes internal blood donation campaigns among its employees, having collected almost 50 litres of blood in 2007.

2. RESPONSIBLE CONTENTS

TVI

A. PUBLIC SERVICE PROTOCOL

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

- Advertising support to the projects from the “Instituto do Cinema e Audiovisual”;
- Providing minimum investments in independent production;

- Transmitting adaptations of Portuguese literary fiction;
- Transmitting cultural programmes targeted to minorities;
- Using sign language and subtitles for the hearing impaired.

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

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 multi-disciplinar, 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. 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. A TVI tem mantido e melhorado, do ponto de vista de aperfeiçoamento interno, o sistema comum e unívoco de classificação de programas de televisão, definido para os três operadores, facilitando-se a comunicação dos limites de programação à grande maioria dos espectadores.

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 Concelho 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.

B. PROGRAMME AGE RATING POLICY

Within a context of Social Responsibility and minor and sensitive targets protection, TVI initiated in October 2005 its own Age Rating Policy Programme with 5 age limits combined with parental advice. Programme 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 programmes, with the exception of news programmes, are internally classified and have an on-screen indication about the recommended age groups. News programmes are preceded by a warning directed at parents and other adults responsible for the education of children about the possibility of contents of a violent nature.

Based on this experience, acknowledged as positive 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) which provided a common programme age rating policy for the three channels. This policy is very similar to TVI's previously defined policy, and defines 4 age brackets, based on the analysis of the abovementioned 8 criteria.

TVI has maintained and improved, from an internal point of view, a common programme age rating policy, defined for the three operators, facilitating in this way the perception of the programming restrictions for the majority of viewers.

C. EDITORIAL STATUTE

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, guided by the highest quality standards. It also states the deep links with Portuguese culture, notwithstanding its aim of contributing towards 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 (in compliance with EC Directives), TVI is obliged to broadcast minimum time percentages of European production, European independent production, Portuguese language and original Portuguese language programmes. These obligations are now controlled by the independent Regulatory Body ERC (Entidade Reguladora da Comunicação

Social). TVI has accomplished all its obligations so far.

MCR

A. EDITORIAL STATUTE

Programming is based on open, regular and participative meetings between the programme director and its staff. Journalistic independence and editorial statutes are defined in the Journalist Statute, regulated by law. Furthermore, an internal regulation defines further aspects such as incompatibility with other functions, conflicts of interest, respect, privacy and dignity towards the persons interviewed and information sources. There is also a Journalist Council (Concelho de Redacção) that also works as a safeguard to ensure the compliance with these issues.

B. RADIO LAW

The Portuguese radio market is regulated by law, which imposes rules regarding the attribution of broadcasting frequencies and the type of content broadcasted (local content for local radios), amount of Portuguese music and restricts the amount of minutes of advertising. These 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 devida-

- mente 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.
- 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.

3. PROMOTION OF HUMANITARIAN PRINCIPLES

- In Grupo Media Capital there is a strict non-discrimination policy and a guarantee of equitable social and work conditions in connection with human resources admissions. Selection criteria are based exclusively on personal merit.
- Promotions follow internal norms and policies and are based on participation and merit, taking into consideration a structured and transparent evaluation process

- The Grupo Media Capital's companies strictly comply with the laws and regulations regarding privacy and confidentiality, namely concerning security issues such as monitored areas.
- In TVI there are detailed guidelines on respect for Human Dignity and privacy on news programmes, according to the principles established by the Editorial Statutes 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 in the selection of subcontractors or suppliers.

4. EMPREGADOS

A. FORMAÇÃO PROFISSIONAL E OUTROS BENEFÍCIOS

Em 2007, 322 colaboradores do Grupo Media Capital beneficiaram de 5350 horas de formação profissional.

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 anti-gripe gratuitos, bem como de checkups e análises numa base preventiva e regular e do acesso ao posto médico

do Grupo, disponível 8 horas por semana. Os colaboradores do Grupo Media Capital podem ainda usufruir dos protocolos estabelecidos entre o Grupo e instituições como bancos, ginásios, farmácias, clínicas especializadas, escolas de línguas, entre outras.

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.

5. 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.

4. EMPLOYEES

A. PROFESSIONAL TRAINING AND OTHER BENEFITS

In 2007, 322 employees of the Grupo Media Capital benefited from 5.350 hours of vocational training.

Grupo Media Capital provides a health insurance plan for its employees and respective families. In addition, all employees benefit from a free anti-flu vaccination programme, as well as regular and preventive check-ups and analyses, on a preventive and regular basis and have access to the Group's medical centre, available 8 hours a week.

The Group's employees may also benefit from several protocols established with all kinds of institutions such as banks, gymnasiums, pharmacies, specialist clinics and language schools, among others that provide special conditions for them.

B. PERFORMANCE EVALUATION

The current performance evaluation model in place at Grupo Media Capital is common to all companies within the Group and considers three major competence evaluation areas: key competences, general technical

competences and, for directors only, management and leadership skills.

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

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

5. ENVIRONMENT

By definition, the activities of the 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.

DISPOSIÇÕES LEGAIS
LEGAL PROVISIONS

Acções próprias

Nos termos do disposto nos artigos 66.º e 324.º do Código das Sociedades Comerciais, informamos que durante o ano de 2007 não foram adquiridas ou alienadas acções próprias, pelo que em 31 de Dezembro de 2007 não eram detidas quaisquer acções próprias.

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

Nos termos do artigo supracitado, comunicamos o número de acções detidas, a 31 de Dezembro de 2007, pelos accionistas que informaram ser titulares de, pelo menos, um décimo, um terço ou metade do capital:

- Vertex SGPS, S.A.: 79.768.735 acções representativas de 94,39% do capital social.

Lista de Participações Qualificadas (conhecidas a 31 de Dezembro de 2007)

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 conhecidas a 31 de Dezembro de 2007:

Accionista	Nº de acções detidas	Percentagem do capital social	Percentagem de direitos de voto
Vertex SGPS, S.A.	79.768.735	94,39%	94,39%
A Vertex SGPS, SA é detida a 100% pela sociedade Promotora de Informaciones, S.A.			
Caixa de Aforros de Vigo, Ourense e Pontevedra	4.269.869	5,05%	5,05%

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, e com referência a 31 de Dezembro de 2007, comunicamos não existirem acções detidas pelos membros dos órgãos de administração e fiscalização da sociedade.

	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
Joaquim Pina Moura		0				
Manuel Polanco Moreno		0				
Miguel Gil Peral		0				
Juan Herrero Abelló		0				
José Lemos		0				
Juan Luis Cebrián Echarri		0				
Jaime Roque de Pinho d' Almeida		0				
Tirso Olazábal		0				
Deloitte & Associados, SROC		0				

OWN SHARES

In accordance with Articles 66 and 324 of the Portuguese Companies Code, please be informed that during 2007 there were no acquisitions or sales of own shares, and hence on 31 December 2007 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 2007, 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. (79,768,735 shares representing 94,39% of the share capital.

List of Qualified Holdings (as of 31 December 2007)

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 as of 31 December 2007:

Shareholder	Nº of owned shares	Percentage of share capital	Percentage of voting rights
Vertex SGPS, SA	79.768.735	94,39%	94,39%
Vertex SGPS, S.A. is 100% owned by the company Promotora de Informaciones, SA.			
Caixa de Aforros de Vigo, Ourense e Pontevedra	4.269.869	5,05%	5,05%

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 that there are no shares held by the members of the Corporate Bodies of the Company, as of 31 December 2007. Corporate Governance Report

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

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

Proposta de Aplicação de Resultados
O resultado do exercício findo em 31 de Dezembro de 2007, nas contas individuais, preparadas de acordo com as Normas Internacionais de Relato Financeiro, tal como adoptadas pela União Europeia foi positivo em Euro 3.034.007,37 (três milhões, trinta e quatro mil e set euros e trinta e sete cêntimos).
Considerando o resultado líquido do exercício e a existência de reservas disponíveis constantes do balanço em 31 de Dezembro de 2007, o Conselho de Administração propõe que seja deliberado o seguinte:
a) Em cumprimento do disposto na lei e nos estatutos, seja transferido para reservas legais, o montante de Euro 151.700,38 euros (cento e cinquenta e um mil e setecentos euros e trinta e oito cêntimos), cor-

respondente a 5% do resultado líquido do exercício;
b) O remanescente do resultado líquido do exercício, no montante de Euro 2.882.307,29 (dois milhões oitocentos e oitenta e dois mil trezentos e sete euros e vinte e nove cêntimos), seja transferido para reservas livres.
Atendendo à situação financeira e patrimonial do Grupo Media Capital e no âmbito da política de distribuição de dividendos em prática no Grupo, sejam distribuídos dividendos no montante de Euro 61.000.000,00 (sessenta e um milhões de euros) provenientes das reservas disponíveis e constantes do balanço em 31 de Dezembro de 2007. Esta distribuição corresponderá a um dividendo bruto por acção de 0,72 euros.

Declaração de responsabilidade

De acordo com o disposto no artigo 245.º, n.º1 alínea c) do Código dos Valores Mobiliários, os membros do Conselho de Administração declaram que, tanto quanto é do seu conhecimento, a informação constante do Relatório de Gestão e dos demais

documentos de prestação de contas foi elaborada em conformidade com as normas contabilísticas aplicáveis, dando uma imagem verdadeira e apropriada do activo e do passivo, da situação financeira e dos resultados da Sociedade e das empresas incluídas no perímetro da consolidação. Mais declaram que o relatório de gestão expõe fielmente a evolução dos negócios, do desempenho e da posição da Sociedade e das empresas incluídas no perímetro da consolidação, contém uma descrição dos principais riscos e incertezas com que se defrontam.

Agradecimentos

Não queremos terminar sem um agradecimento a todos que com a sua contribuição directa ou indirecta participaram no desenvolvimento deste Grupo.

Lisboa, 6 de Fevereiro de 2008

O Conselho de Administração:

Joaquim Pina Moura (Presidente)
Manuel Polanco Moreno (Administrador Delegado)
Miguel Gil Peral (Vogal)
Juan Herrero Abelló (Vogal)
Juan Luis Cebrián Echarri (Vogal)
Jaime Roque de Pinho D'Almeida (Vogal)
José Lemos (Vogal)
Tirso Olazábal (Vogal)

Proposal of Application of Results

The individual consolidated net result for the year of 2007, was 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.

Declaration

In accordance with article 245, no. 1 paragraph c) of the Portuguese Securities Code, the members of the Board of Directors hereby declare that, as to their knowledge, the information contained in the management report has been prepared according to the applicable accounting principles, and give a true and appropriate vision of the assets and liabilities, of the financial status and Company's results and all companies included in the consolidation perimeter. Furthermore declare that the management report explains the business performances of the Company as well as of all companies included in the consolidation perimeter, and contains a description of its main risks.

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, 6 February 2008

The Board of Directors:

Joaquim Pina Moura (Chairman)
Manuel Polanco Moreno (CEO)
Miguel Gil Peral (Director)
Juan Herrero Abelló (Director)
Juan Luis Cebrián Echarri (Director)
Jaime Roque de Pinho D'Almeida (Director)
José Lemos (Director)
Tirso Olazábal (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 2007, 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 Regula-

to 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,

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 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 devem ser independentes relativamente aos membros do órgão de administração. A Comissão de Nomeação e Remuneração de Órgãos Sociais é composta pelos seguintes membros, Vertix SGPS, S.A. e Dr. Jorge Maria Bleck. Não se considerará cumprida a recomendação da CMVM na medida em que a Vertix, SGPS, S.A. se pronuncie sobre as remunerações dos seus Administradores que sejam simultaneamente membros do Conselho de Administração da Media Capital.

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.

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 2007 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, 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.

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 is composed by the following members: Vertix SGPS, S.A. and Mr. Jorge Maria Bleck.

The CMVM recommendation shall be considered not accomplished since Vertix, SGPS, S.A. votes or issues any opinion on remuneration of their members of the Board of Directors which are at the same time members of the Media Capital.

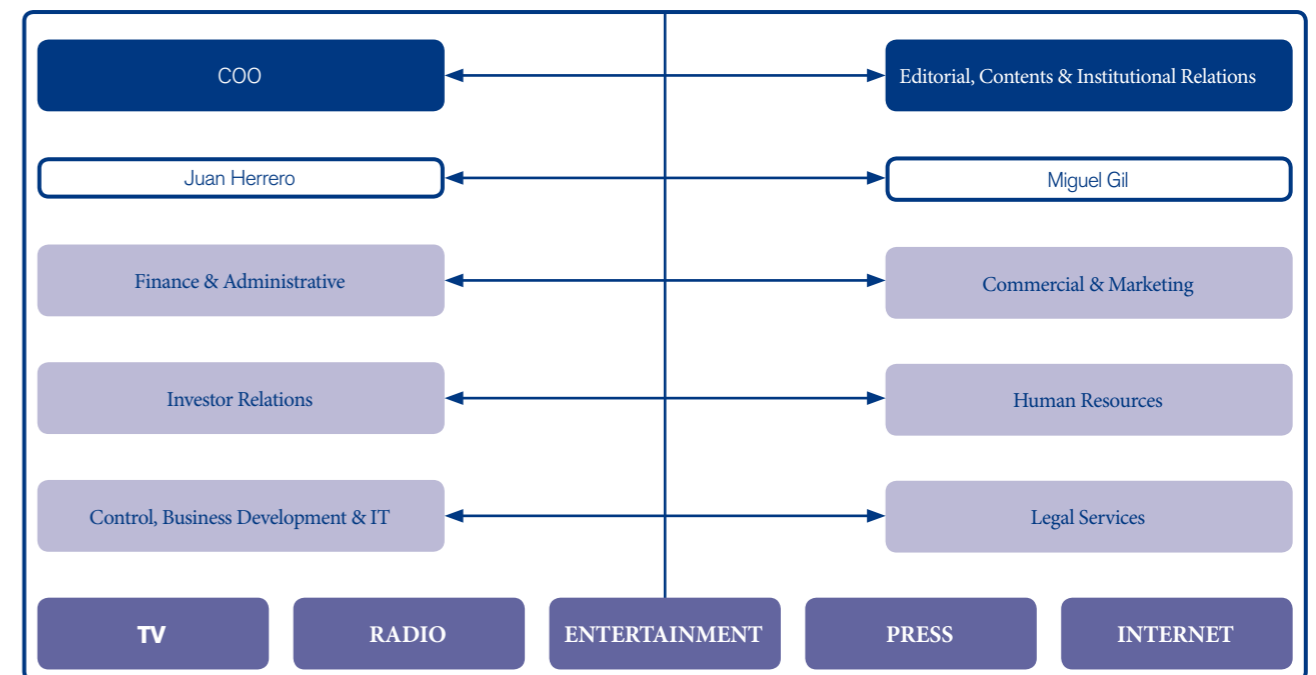
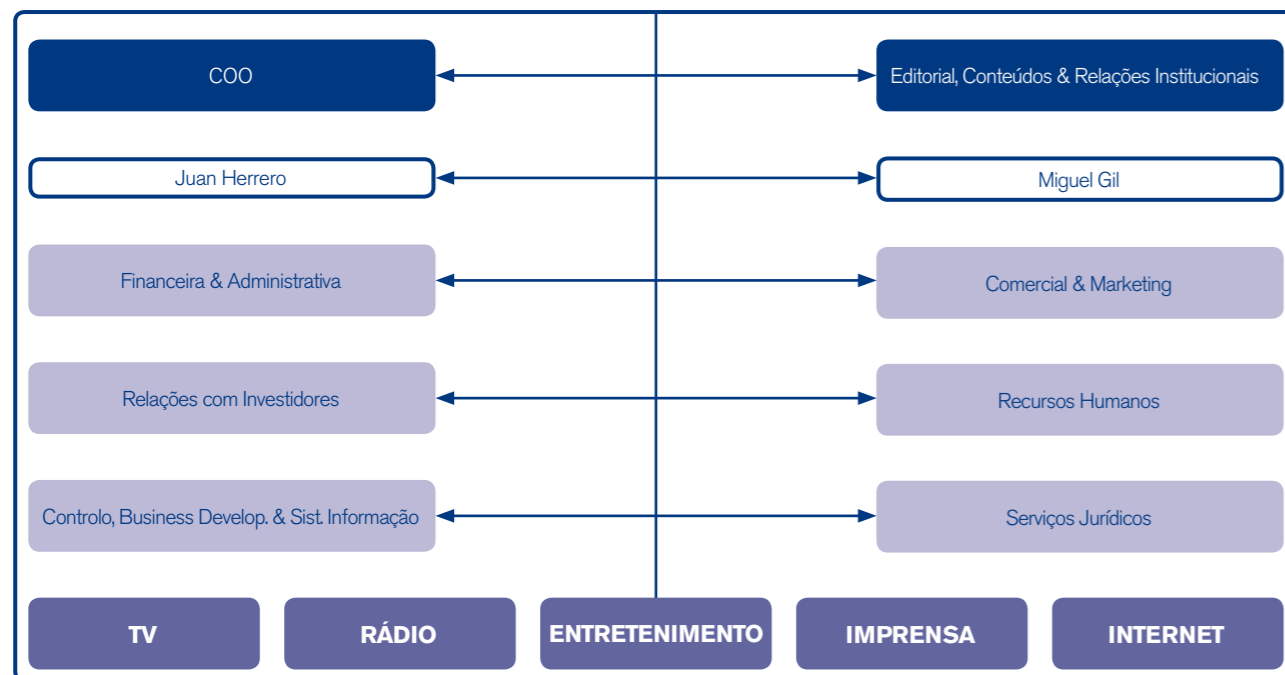
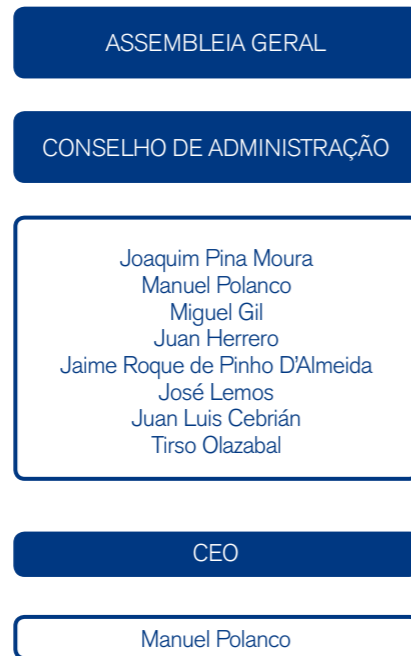
4. Guideline IV – 10-A - The CMVM recommends the adoption of a policy for communicating irregularities occurred in the company, being its description, in general terms, included in the Corporate Governance Report. In view of the implications of the implementation of such procedures in the organisational 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.

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), Rádio, Entretenimento (incluindo Música), Internet e Imprensa.

Como holding do Grupo, a sociedade Grupo Média Capital, SGPS, SA, 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.

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, SA (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, SA, é descrito no Capítulo IV do presente documento.

2. COMISSÕES ESPECÍFICAS

Comissão de Auditoria

A Media Capital adopta 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:

- Dr. Jaime Roque de Pinho D'Almeida, Presidente da Comissão de Auditoria, Administrador independente e não executivo;
- D. Tirso Olazábal Cavero, Administrador independente e não executivo;
- Dr. José Lemos, Administrador independente e não executivo;
- D. Juan Luis 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 Comercial.

Comissão de Nomeação e Remuneração de Directores

A Comissão de Nomeação e Remuneração de Directores é uma comissão constituída e designada pelo Conselho de Administração. 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.

A Comissão de Nomeação e Remuneração de Directores é composta por quatro 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, Administrador Delegado;
- D. Juan Luis Cebrián Administrador não executivo;
- Dr. Jaime Roque de Pinho D'Almeida, Administrador independente e não executivo;
- Dr. José Lemos, 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

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, Radio, Entertainment (including music) Internet and Press.

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.

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

Auditing Committee

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:

- Mr. Jaime Roque de Pinho D'Almeida, Audit Committee Chairman, independent and non-executive Director;
- Mr. Tirso Olazábal Cavero, independent and non-executive Director;
- Mr. José Lemos, independent and non-executive Director;
- Mr. Juan Luis 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

The Management Nomination and Compensation Committee is a Committee composed and appointed by the Board of Directors. It 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.

The Management Nomination and Compensation Committee is composed by four 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, Managing Director;
- Mr. Juan Luis Cebrián, Non-executive Director

- Mr. Jaime Roque de Pinho D'Almeida, Independent and non-executive Director;
- Mr. José Lemos, Independent and non-executive 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 number 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.

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.

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 quinze 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 Tribunal Administrativo e Fiscal de Sintra veio em sentença de 12 de Julho de 2007 considerar que havia ocorrido um vício formal na Deliberação, designadamente a falta de audiência prévia da TVI, pelo que anulou a mesma, tendo, no entanto, julgado improcedente o vício de incompetência do Conselho Regulador da ERC para impor à Autora o cumprimento de obrigações adicionais, pelo que a TVI decidiu interpor da mesma recurso para o Tribunal Central Administrativo Sul, o qual ainda corre os seus termos.

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.

FINANCEIROS

Riscos

A gestão de riscos é da responsabilidade das diversas unidades de negócio que compõe o Grupo Media Capital. Esta gestão é assegurada tendo por base uma identificação dos riscos genéricos e posterior priorização dos mesmos, por forma a desenvolver medidas e estratégias de gestão dos riscos que visam minimizar a exposição aos riscos críticos e a colocar em prática procedimentos e controlos internos considerados adequados para a redução dos riscos a níveis, considerados pelos órgãos de gestão, como aceitáveis.

Os negócios do Grupo Media Capital são também influenciados por um conjunto de riscos, com maior ou menor capacidade de serem monitorizados e minimizados pelo controlo de gestão. Face a esta realidade, foram desenvolvidas competências internas, nomeadamente na área financeira, com o objectivo de gerir e acompanhar proactivamente um conjunto de factores de risco que passamos a descrever:

Risco de mercado

Os riscos de mercado estão relacionados com alterações nas taxas de juro e nas taxas de câmbio.

(i) Taxa de juro

Os riscos da taxa de juro estão essencialmente relacionados com os juros suportados com a contratação de um programa de papel comercial a uma taxa de juro variável. No sentido de reduzir o nível de risco a que o Grupo está exposto, a Media Capital contratou um produto de cobertura de risco onde fixa uma banda de variação da taxa de juro, Euribor a 1 mês, com um cap de 4,99% e um floor de 3,58%.

A política interna de gestão deste tipo de risco passa pela cobertura de taxa de juro em cerca de 50% dos empréstimos contraídos, através produto anteriormente referido.

A sensibilidade do Grupo a variações na taxa de juro, encontra-se limitada pela contratação de produtos de cobertura de risco conforme referido acima, os quais são registados pelo seu valor de mercado apurado por referência a avaliações externas efectuadas por entidades independentes.

(ii) Taxa de câmbio

Os riscos de taxa de câmbio referem-se a dívidas denominadas em moeda estrangeira diferente da moeda adoptada, o Euro.

O risco a que o Grupo está sujeito inclui a exposição ao risco de taxa de câmbio em futuros contratos de direitos de transmissão que venham a ser celebrados, para o qual não são contratados instrumentos de cobertura.

Risco de crédito

O risco de crédito está essencialmente relacionado com as contas a receber resultantes das operações das diversas empresas do Grupo, o qual procura ser minorado pela política de descontos financeiros de antecipação ou pronto pagamento instituída. Este risco é monitorizado numa base regular por cada um dos negócios do Grupo com o objectivo de:

- limitar o crédito concedido a clientes, considerando o respectivo perfil e antiguidade da conta a receber;
- acompanhar a evolução do nível de crédito concedido;
- analisar a recuperabilidade dos valores a receber numa base regular.

As perdas de imparidade ajustamentos para as contas a receber são calculados considerando:

- a análise da antiguidade das contas a receber;
- o perfil de risco do cliente;
- as condições financeiras dos clientes.

É convicção do Conselho de Administração que as perdas por imparidade estimadas em contas a receber se encontra adequadamente relevada nas demonstrações financeiras. A Media Capital acredita que não existe necessidade de reforçar os ajustamentos de contas a receber para além do montante incluído em cada exercício nas suas contas e que resulta da prática acima descrita. Adicionalmente, são de relevar os descontos financeiros de antecipação ou pronto pagamento, como medida de redução de risco de crédito dos diversos negócios do Grupo.

Risco de liquidez

Estes riscos podem ocorrer se as fontes de financiamento, como sejam os fluxos de caixa operacionais, de desinvestimento, de linhas de crédito e os fluxos de caixa obtidos de operações de financiamento, não satisfizerem as necessidades de financiamento, como sejam as saídas de caixa para actividades operacionais e de financiamento, os investimentos, a remuneração dos accionistas e o reembolso de dívida.

Como forma de mitigar este risco, o Grupo procura manter uma posição líquida e uma maturidade média da dívida que lhe permita a amortização da sua dívida em prazos adequados.

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 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 authority, 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 Sintra Tax and Administrative Court issued the decision on 12 July 2007 which considered that a formal error on ERC’s Deliberation as TVI as not been hears in the prior hearing, and declare it void although the argument of non competency of ERC for changes of the terms and conditions of the program services on which the Licence was issued, did not proceed. Therefore, TVI has appealed of the decision which is in course on Central Administrative Court.

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.

FINANCIAL

Risks

The financial risk management is a responsibility of the Media Capital Group business units. The risk management is structured by identifying the general risks and a their prioritization, in order to develop the adequate measures and strategies to minimize the exposure to critical risks and to adopt procedures and internal risk control measures that are adequate to reduce the risk to

levels that are considered, in the management board opinion, as acceptable.

Media Capital Group businesses are also influenced by a group of risks, with a higher or lower capacity of being monitored and minimized by the management control. Facing this reality, internal controls on financial area have been developed in order to manage and control the group of risk facts which are hereby described:

Market risk

Market risks relate to changes in interest and exchange rates.

(i) Interest rate

Interest rate risk relates essentially to the variable interest rate to which the commercial paper program is subject. In order to reduce the level of risk to which the Group is exposed, Media Capital contracted a hedge which fixes the range of variation of the 1 month Euribor rate with a cap of 4.99% and a floor of 3.58%.

Media Capital has a policy of covering around 50% of its interest rate risk through interest rate swaps.

The Company’s sensitivity to changes in interest rates is limited by the above hedging products, which are recorded at market value determined by reference to valuations made by independent entities.

(ii) Exchange rate

Exchange rate risk relates to debts in currencies other than the Euro, the Group’s reporting currency.

The Company is also subject to exchange rate risk on future transmission rights contracts to be entered into, for which hedging instruments are not contracted

Credit risk

Credit risk relates essentially to accounts receivable resulting from the Group’s operations, which the Group endeavours to reduce through its policy of financial discounts for early or cash payment. This risk is monitored on a regular basis for each of the Group’s businesses with the objective of:

- limiting credit granted to customers considering their profiles and age of the receivable;
- monitoring evolution of the credit level granted;
- analysing the recoverability of amounts re-

ceivable on a regular basis.

Impairment loss on accounts receivable is determined considering:

- aging analysis of accounts receivable;
- risk profile of the customer;
- financial condition of the customer.

The Board of Directors believes that the estimated impairment losses are adequately provided for in the financial statements. The Company believes that there is no need to increase the adjustments to accounts receivable more than the amounts shown. In addition, the financial discount allowed for early or cash payment serves as a measure to reduce the credit risk of the Group’s various businesses.

Liquidity risks

Liquidity risk can occur if the funding sources, such as operating cash flow, divestment, credit lines and cash flows obtained from financing operations do not meet the financing needs, such as cash payments for operations and financing, investments, shareholder remuneration and repayment of debt.

In order to mitigate this risk, the Group endeavours to maintain a liquid position and average debt maturities that enable it to repay debt on adequate terms.

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.

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 ca-

suística, 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.

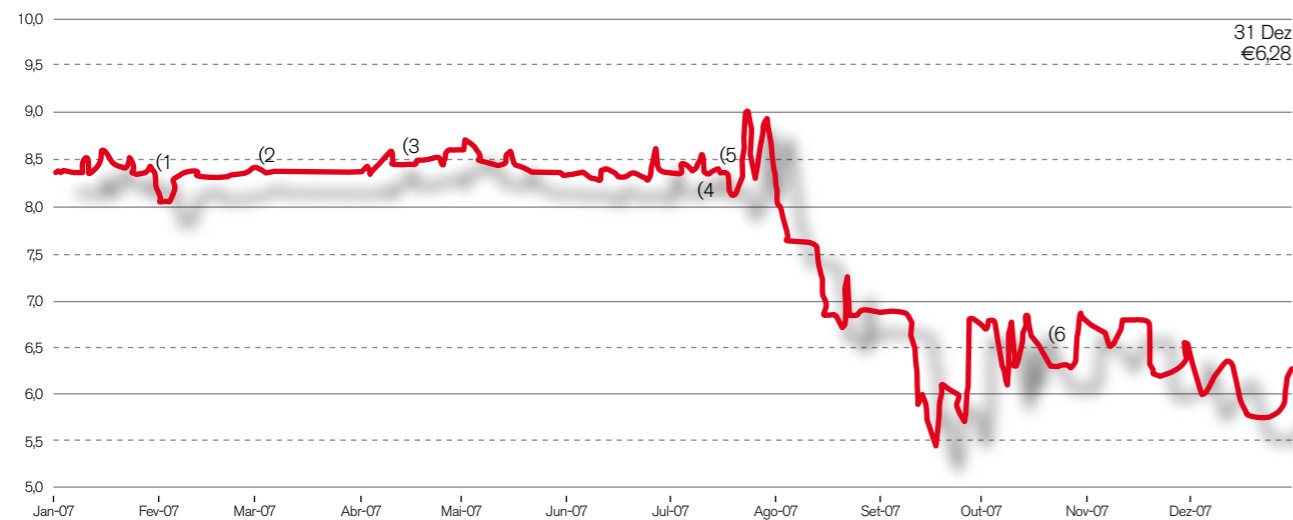
4. ACÇÕES DA MEDIA CAPITAL

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

Evolução do preço das acções da MC em Euros:



- (1) 6 de Fevereiro de 2007 - Apuramento do resultado da Oferta Pública de Aquisição Geral e Voluntária sobre o capital do Grupo Media Capital; Grupo Prisa publica Oferta Pública de Aquisição Geral e Obrigatória sobre o capital do Grupo Media Capital
- (2) 7 de Março 2007 - Divulgação de resultados de 2006
- (3) 19 de Abril 2007 - Divulgação de resultados 1º Trimestre 2007
- (4) 17 de Julho 2007 - Divulgação de resultados 1º Semestre 2007
- (5) 23 de Julho 2007 - Apuramento do resultado da Oferta Pública de Aquisição Geral e Obrigatória sobre o capital do Grupo Media Capital
- (6) 19 de Outubro 2007 - Divulgação de resultados 3º Trimestre 2007

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 2007 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 2007.

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

Lista de Participações Qualificadas conhecidas a 31 de Dezembro de 2007

List of qualified shareholding at 31 December 2007

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	79.768.735	94,39%	94,39%
Caixa de Aforros de Vigo, Ourense e Pontevedra	4.269.869	5,05%	5,05%

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 2007 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 2007, não houve lugar ao pagamento de dividendos pela Media Capital. Não existem restrições à transmissibilidade das acções da Media Capital.

5. DIVIDENDOS

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

Com a probabilidade de 2008 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 ACCÇÕES

Durante o exercício de 2007, o Conselho de Administração do Grupo Media Capital, em conjunto com a Comissão de Nomeação e Remuneração dos Órgãos Sociais e a Comissão de Nomeação e Remuneração dos Directores, de-

cidu reestruturar os planos de compensação dirigido a certos trabalhadores e membros do Conselho de Administração do Grupo Media Capital, elegíveis como beneficiários do Plano de Opções de Aquisição de Acções. Assim, foi deliberado pelos órgãos competentes o encerramento definitivo do Plano de Opções sobre Aquisição de Acções aprovado a 22 de Abril de 2005.

7. TRANSACÇÕES COM PARTES RELACIONADAS

No decorrer do exercício de 2007, não foram realizados negócios ou operações entre a Media Capital e os membros dos seus órgãos de administração e fiscalização.

Relativamente a negócios ou operações realizados entre a Media Capital e os titulares de participações qualificadas ou sociedades que se encontram em relação de domínio ou de grupo, foram realizadas as seguintes operações:

- 19 de Novembro de 2007, celebração de um Contrato de Empréstimo Comercial, nos termos do qual a TVI – Televisão Independente, S.A. concedeu um empréstimo comercial no montante global de Euro 30.000.000,00 (trinta milhões de euros) à Promotora de Informaciones, S.A., pelo prazo de onze meses;

- 19 de Dezembro de 2007, celebração de um Aditamento ao Contrato de Empréstimo Comercial, nos termos do qual a TVI – Televisão Independente, S.A. aumentou o montante do empréstimo comercial à Promotora de Informaciones, S.A. em Euro 41.000.000,00 (quarenta e um milhões de euros)

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.

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 está ainda disponível para participar em conferências sectoriais e regionais ou em 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 4 do artigo 233.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. Mafalda Ordonhas Pais, 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: ir@mediacapital.pt

9. COMISSÃO DE NOMEAÇÃO E REMUNERAÇÃO DE ÓRGÃOS SOCIAIS

São os seguintes os membros da Comissão de Nomeação e Remuneração dos Órgãos Sociais em exercício

- Vertix SGPS, S.A.
- 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. João Luís Falua Costa da Silva.

5. DIVIDENDS

The Board of Directors believes that the policy of distribution, based on a carefully moderation of new business or investment opportunities and on the financing needs through capital, shall be based on an evaluation of the cost of the opportunities and the investor expectations and value to shareholders.

The Board of Directors proposal shall be prepared in accordance with applicable law and by-laws. Net results of each exercise, after deduction or reinforced legal reserves, shall be applicable as follows:

- (i) a percentage of, at least 5% to legal reserves, up to 20% of the share capital;
- (ii) the remaining net results to be transferred to free reserves, which can be distributed in all or in part to shareholders, by General Meeting approval with a majority of votes.

Regarding year 2007, the Board of Directors shall submit to the Shareholders General Meeting a proposal for distribution of dividends in line with the applicable law.

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

6. STOCK OPTION PLANS

During 2007, Media Capital Board of Directors, together with the Corporate Bodies Nomination and Compensation Committee and the Management Nomination and Compensation Committee, have decided to restructure the plan addressed to some employees and members of the Board of Directors of Media Capital Group, eligible as beneficiaries of the Stock Option Plan. As though, it was approved by the competent bodies the closing of the Stock Options Plan as approved on 22 April 2005.

7. TRANSACTIONS WITH RELATED PARTIES

In the course of the 2007 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.

The following operations were performed between the Company and the holders of a quali-

fied holding or companies in a group relationship:

- 19 November 2007, execution of a Commercial Loan Agreement, under which TVI – Televisão Independente, S.A. borrowed Euro 30.000.000,00 (thirty million euros) to Promotora de Informaciones, S.A., for a eleven-month period;
- 19 December 2007, execution of an Amendment to the referred Commercial Loan Agreement under which TVI – Televisão Independente, S.A. increased the borrowed capital to Promotora de Informaciones, S.A. in Euro 41.000.000,00 (forty one million euros)

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.

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 and conference calls and visits in Lisbon, by investors and analysts upon request.

In the terms and for the effects of section 4 of Article 233.º of the Portuguese Securities Code, Media Capital has appointed Mafalda Ordonhas Pais, 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: ir@mediacapital.pt

9. CORPORATE BODIES NOMINATION AND COMPENSATION COMMITTEE

Are the following the members of the Committee in exercise:

- Vertix SGPS, S.A.
- 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 João Luís Falua Costa da Silva.

In 2007 the Media Capital Group had a total cost of € 790.000,00 with its auditors on a consolidated basis. The breakdown of these costs is as follows:

1. Audit fees: € 450.000,00 (57,0%) for the audit services of the Company and subsidiaries in connection with the standard procedures for the issue of an opinion on the consolidated and statutory accounts;
2. Tax fees: € 210.000,00 (26,6%);
3. Other services: € 130.000,00 (16,5%) for services of shared systems consultancy.

The Audit Committee, together with the Financial Direction of Media Capital, assure that the services provided do not jeopardize the auditors' independence.

Em 2007, o Grupo Media Capital suportou um custo total, numa base consolidada, de €790.000,00 com os seus auditores. A discriminação desses custos é a seguinte:

1. Serviços de auditoria prestados: €450.000,00 (57,0%) para os serviços de auditoria prestados relativamente ao pro-

cedimento clássico para a emissão de um parecer relativamente às contas consolidadas e estatutárias;

2. Consultadoria fiscal: €210.000,00 (26,6%);
3. Consultoria de sistemas de informação: €130.000,00 (16,5%)

A Comissão de Auditoria, em conjunto com a Direcção Financeira da Media Capital, assegura que se encontra devidamente salvaguardada a independência dos auditores.

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 imperativa 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 atra-

vés 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 do 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.

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 share-

holders 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 forbids 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.

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. O Administrador Delegado e os diretores 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 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 inclui dois ou mais membros independentes de modo a assegurar uma maioria de membros independentes na Comissão de Auditoria.

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, a 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**

Joaquim Pina Moura	Não executivo	Independente
--------------------	---------------	--------------

Administradores

Manuel Polanco	Executivo	
Miguel Gil	Executivo	
Juan Herrero	Executivo	
Juan Luís Cebrián	Não executivo	
Jaime Roque de Pinho D'Almeida	Não executivo	Independente
Tirso Olazábal Cavero	Não executivo	Independente
José Lemos	Não executivo	Independente

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 Managing Director and senior management are 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 Shareholders' 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 in order to ensure a majority of independent members in the Audit Committee.

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**

Joaquim Pina Moura	Non-executive
--------------------	---------------

Directors

Manuel Polanco	Executive	
Miguel Gil	Executive	
Juan Herrero	Executive	
Juan Luís Cebrián	Non-executive	
Jaime Roque de Pinho D'Almeida	Non-executive	Independent
Tirso Olazábal Cavero	Non-executive	Independent
José Lemos	Non-executive	Independent

JOAQUIM PINA MOURA

Presidente do Conselho de Administração do Grupo Media Capital. Licenciado em Economia e pós-graduado em Economia Monetária e Financeira pelo Instituto Superior de Economia e Gestão. Frequentou também o curso de Engenharia Mecânica da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto.

É professor de Economia Pública, Política Económica e Economia Portuguesa e Europeia no Instituto Superior de Gestão. Foi membro de dois governos constitucionais portugueses, exercendo as funções de Secretário de Estado Adjunto do Primeiro Ministro, Ministro da Economia e das Finanças e Ministro das Finanças de Outubro de 1995 a Julho de 2001. Membro do Parlamento Português, pelo Partido Socialista, desde 2001 até Maio de 2007.

Designado para o cargo de Administrador da Media Capital em 3 de Maio de 2007. 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

• Iberdrola Portugal – Electricidade e Gás, S.A	Presidente
• Iberdrola Participações, SGPS, S.A.	Presidente
• Iberdrola II – Comercialização de Energia, Lda.	Gerente
• Galp Energia, SGPS, S.A.	Administrador
• Neoenergia, S.A. (Brasil)	Administrador
• EEGSA Empresa Eléctrica da Guatemala, S.A. (Guatemala)	Administrador

Em 31 de Dezembro de 2007 não detinha quaisquer acções representativas do capital social e dos direitos de voto da Grupo Media Capital SGPS, SA.

JOAQUIM PINA MOURA

Chairman of Grupo Media Capital. Holds a degree in Economics and a Master of Science in Economic Science with a specialty in monetary economy at Instituto Superior de Economia e Gestão. Holds an Undergraduated studies in Mechanical Engineering from Oporto University.

Is Head Professor of Public finance at Instituto Superior de Gestão. Was member of two Portuguese governments when was Deputy Secretary to the Prime Minister, Minister of Economy and Finance and Minister of Finance from October 1995 to July 2001. Member of the Portuguese Parliament since 2001 up to May 2007.

He was appointed as Chairman of the Media Capital Board of Directors on 3 May 2007, ending on 31 December 2007.

Mr. Joaquim Pina Moura is also part of the following companies:

Not Part of Media Capital Group

• Iberdrola Portugal – Electricidade e Gás, S.A	Chairman
• Iberdrola Participações, SGPS, S.A.	Chairman
• Iberdrola II – Comercialização de Energia, Lda.	Manager
• Galp Energia, SGPS, S.A.	Director
• Neoenergia, S.A. (Brasil)	Director
• EEGSA Empresa Eléctrica da Guatemala, S.A. (Guatemala)	Director

On 31 December 2007, he held no shares or voting rights in 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 e Diário AS.

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 S.A.	Presidente
•Media Capital - Serviços de Consultoria e Gestão, S.A.	Presidente
•Media Capital - Editora Multimédia, S.A.	Presidente
•Media Capital - Telecomunicações, S.A.	Presidente
•Media Capital Internet, S.A.	Presidente
•Unidivisa - Promoção de Projectos de Media, S.A.	Presidente
•Med Cap Technologies - Desenvolvimento e Comercialização de Sistemas de Comunicação, S.A.	Presidente
•MCE – Media Capital Edições, Lda.	Gerente
•Media Capital Entertainment - Produção de Eventos, Lda.	Gerente
•Farol Música – Sociedade de Produção e Edição Audiovisual, Lda.	Gerente
•Central Discos - Produções Discográficas, S.A.	Presidente
•Kimberley Trading, S.A.	Presidente
•TVI - Televisão Independente, S.A.	Presidente
•RETI – Rede Teledifusora Independente, S.A.	Presidente
•NBP – Produção de Vídeo, S.A.	Presidente
•Multicena – Equipamento de Som e Imagem, S.A.	Presidente
•Fealmar – Empresa de Teatro Estúdio de Lisboa, S.A.	Presidente
•Cena Editorial –Edição de Publicações Periódicas, S.A.	Presidente
•CLMC – Multimédia, S.A.	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.

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 S.A.	Chairman
•Media Capital - Serviços de Consultoria e Gestão, S.A.	Chairman
•Media Capital - Editora Multimédia, S.A.	Chairman
•Media Capital - Telecomunicações, S.A.	Chairman
•Media Capital Internet, S.A.	Chairman
•Unidivisa - Promoção de Projectos de Media, S.A.	Chairman
•Med Cap Technologies - Desenvolvimento e Comercialização de Sistemas de Comunicação, S.A.	Chairman
•MCE – Media Capital Edições, Lda.	Manager
•Media Capital Entertainment - Produção de Eventos, Lda.	Manager
•Farol Música – Sociedade de Produção e Edição Audiovisual, Lda.	Manager
•Central Discos - Produções Discográficas, S.A.	Chairman
•Kimberley Trading, S.A.	Chairman
•TVI - Televisão Independente, S.A.	Chairman
•RETI – Rede Teledifusora Independente, S.A.	Chairman
•NBP – Produção de Vídeo, S.A.	Chairman
•Multicena – Equipamento de Som e Imagem, S.A.	Chairman
•Fealmar – Empresa de Teatro Estúdio de Lisboa, S.A.	Chairman
•Cena Editorial –Edição de Publicações Periódicas, S.A.	Chairman
•CLMC – Multimédia, S.A.	Director

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
•Vertex, SGPS, SA.	Presidente
•Rucandío, SA.	Administrador

Em 31 de Dezembro de 2007 não detinha quaisquer acções representativas do capital social e dos direitos de voto da Grupo Media Capital SGPS, SA.

Not Part of Media Capital Group

•Sogecable	Director
•Promotora de Emisoras de Televisión, SA.	Director
•Prisaprint, SL.	Director
•Diário AS, SL.	Director
•Diario El País México, SA. de C.V.	Sole Director
•Promotora de Informaciones, SA.	Director
•Timón, SA.	Director
•Vertex, SGPS, SA.	Chairman
•Rucandío, SA.	Director

On 31 December 2007, 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 Portavoz do Governo. No Grupo Prisa foi Director de Desenvolvimento e Estratégia e Director de Relações Corporativas. É ainda membro do Conselho de Administração da Iberbanda, GMI e GMP (empresas do Grupo Prisa). Anteriormente foi também Administrador da Repsol, da Cadena SER 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 S.A.	Administrador
• Media Capital - Serviços de Consultoria e Gestão, S.A.	Administrador
• Media Capital-Editora Multimédia, S.A.	Administrador
• Unidivisa-Promoção de Projectos de Media, SA.	Administrador
• Media Capital Entertainment - Produção de Eventos, Lda.	Gerente
• Kimberley Trading, SA.	Administrador
• TVI – Televisão Independente, S.A.	Administrador
• RETI – Rede Teledifusora Independente, S.A.	Administrador
• CLMC – Multimédia, S.A.	Administrador
• Publipartner – Projectos de Media e Publicidade, Lda.	Gerente
• Lúdicodrome – Editora Unipessoal, Lda.	Gerente
• Expansão Económica – Eventos Comércio e Projectos Especiais Audiovisuais, SA	Administrador
• Expolider – Feiras, Exposições e Congressos, SA	Administrador

Em 31 de Dezembro de 2007 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 Ciencias 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. He is also a Board member of Iberbanda, GMI and GMP (companies from Grupo Prisa). Before, Mr. Gil was also Board member of Repsol, Cadena SER 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:

• Meglo – Media Global SGPS S.A.	Director
• Media Capital - Serviços de Consultoria e Gestão, S.A.	Director
• Media Capital-Editora Multimédia, S.A.	Director
• Unidivisa-Promoção de Projectos de Media, SA.	Director
• Media Capital Entertainment - Produção de Eventos, Lda.	Manager
• Kimberley Trading, SA.	Director
• TVI – Televisão Independente, S.A.	Director
• RETI – Rede Teledifusora Independente, S.A.	Director
• CLMC – Multimédia, S.A.	Director
• Publipartner – Projectos de Media e Publicidade, Lda.	Manager
• Lúdicodrome – Editora Unipessoal, Lda.	Manager
• Expansão Económica – Eventos Comércio e Projectos Especiais Audiovisuais, SA	Director
• Expolider – Feiras, Exposições e Congressos, SA	Director

Not Part of Media Capital Group

• Vertex, SGPS, S.A.	Director
----------------------	----------

On 31 December 2007, he held no shares or voting rights in Grupo Media Capital SGPS, SA.

JUAN HERRERO ABELLO

Administrador do Grupo Media Capital. Licenciado em Economia pela Universidad Complutense de Madrid, obteve um MBA com especialização em Finanças da Emory University em Atlanta, Geórgia, EUA, e tem um Mestrado em Gestão de Empresas do Instituto de Empresa de Madrid. Iniciou a sua carreira nos Estados Unidos onde trabalhou entre 1984 e 1988, primeiro no The Citizens and Southern Bank em Atlanta, Geórgia e depois na Conagra (Bioter-Biona) como Group Product Manager. Posteriormente, ocupou diversos cargos de gestão no sector bancário em Espanha, onde foi Director do Departamento de Gestão e Bolsa do Banco de Inversiones y Servicios Financieros entre 1988 e 1989, Director de Operações responsável pela gestão de carteiras e de clientes no Dinver S.V.B. entre 1989 e 1990, Responsável pelas operações na área de Madrid do Caixabank entre 1990 e 1994, e Director Comercial de Madrid no Sindibank entre 1994 e 1997. Foi também Administrador Delegado da Arjil & Cie em Espanha entre 1997 e 2001, altura em que entrou no Grupo Prisa como Director de Planeamento e Desenvolvimento, funções que desempenhou até 2005. Desde 2005 tem desempenhado o cargo de COO do Grupo Media Capital.

Designado por cooptação para o cargo de Administrador da Media Capital em 3 de Maio de 2007. 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 - Serviços de Consultoria e Gestão, SA.	Administrador
• Media Capital - Editora Multimédia, SA.	Administrador
• Media Capital - Telecomunicações, SA.	Administrador
• Media Capital Internet, SA.	Administrador
• Unidivisa - Promoção de Projectos de Media, SA.	Administrador
• Med Cap Technologies - Desenvolvimento e Comercialização de Sistemas de Comunicação, SA.	Administrador
• Media Capital Entertainment - Produção de Eventos, Lda.	Administrador
• Farol Música – Sociedade de Produção e Edição Audiovisual, Lda.	Gerente
• Central Discos - Produções Discográficas, SA.	Administrador
• Kimberley Trading, SA.	Administrador
• TVI - Televisão Independente, SA.	Administrador
• RETI – Rede Teledifusora Independente, S.A.	Administrador
• CLMC – Multimédia, S.A.	Administrador
• NBP – Produção de Vídeo, SA	Administrador
• Multicena – Equipamento de Som e Imagem, SA.	Administrador
• Fealmar – Empresa de Teatro Estúdio de Lisboa, SA.	Administrador
• MCE – Media Capital Edições, Lda.	Gerente
• Expansão Económica – Eventos Comércio e Projectos Especiais Audiovisuais, SA	Administrador
• Edições Expansão Económica, Lda.	Gerente
• Expolider – Feiras, Exposições e Congressos, SA	Administrador
• Cena Editorial – Edição de Publicações Periódicas, SA.	Administrador
• Lúdicodrome – Editora Unipessoal, Lda.	Gerente
• Transjornal – Edição de Publicações, SA.	Administrador

Fora do Grupo Media Capital

• Transjornal – Edição de Publicações, SA.	Administrador
--	---------------

Em 31 de Dezembro de 2007 não detinha quaisquer acções representativas do capital social e dos direitos de voto da Grupo Media Capital SGPS, SA.

JUAN HERRERO ABELLO

Member of the Board of Directors. He holds an MBA with a major in Finance from Emory University in Atlanta, Georgia, USA, a Master of Business Management from the Instituto de Empresa de Madrid and a degree in Economics from the Universidad Complutense de Madrid. Mr. Herrero started his career in the USA where he worked from 1984 to 1988 for The Citizens and Southern Bank in Atlanta, Georgia and at Conagra (Bioter-Biona) as Group Product Manager. He then moved to Spain where he worked primarily in the financial sector where he was the Director of Stock Exchange Management at Banco de Inversiones y Servicios Financieros in 1988 and 1989, became Director of Operations and Head of Customer Management at Dinver S.V.B. from 1989 to 1990, was Head of Operations for the Madrid Area at Caixabank from 1990 to 1994 and was Commercial Director for the Madrid Area at Sindibank from 1994 to 1997. Mr. Herrero was also C.E.O. of Arjil & Cie, Spain from 1997 to 2001 when he became the Director of Corporate Planning and Development of Grupo PRISA until 2005. He is Chief Operating Officer of Grupo Media Capital since 2005.

He was appointed by cooptation as member of Media Capital Board of Directors on 3 May 2007. His mandate will come to an end on 31 December 2007.

Mr. Juan Herrero is also part of the following companies:

Media Capital Group

• Meglo – Media Global SGPS SA.	Director
• Media Capital - Serviços de Consultoria e Gestão, SA.	Director
• Media Capital - Editora Multimédia, SA.	Director
• Media Capital - Telecomunicações, SA.	Director
• Media Capital Internet, S.A.	Director
• Unidivisa - Promoção de Projectos de Media, SA.	Director
• Med Cap Technologies - Desenvolvimento e Comercialização de Sistemas de Comunicação, SA.	Director
• Media Capital Entertainment - Produção de Eventos, Lda.	Director
• Farol Música – Sociedade de Produção e Edição Audiovisual, Lda.	Manager
• Central Discos - Produções Discográficas, SA.	Director
• Kimberley Trading, SA.	Director
• TVI - Televisão Independente, SA.	Director
• RETI – Rede Teledifusora Independente, S.A.	Director
• CLMC – Multimédia, S.A.	Director
• NBP – Produção de Vídeo, SA	Director
• Multicena – Equipamento de Som e Imagem, SA.	Director
• Fealmar – Empresa de Teatro Estúdio de Lisboa, SA.	Director
• MCE – Media Capital Edições, Lda.	Manager
• Expansão Económica – Eventos Comércio e Projectos Especiais Audiovisuais, SA	Director
• Edições Expansão Económica, Lda.	Manager
• Expolider – Feiras, Exposições e Congressos, SA	Director
• Cena Editorial – Edição de Publicações Periódicas, S.A.	Director
• Lúdicodrome – Editora Unipessoal, Lda.	Manager
• Transjornal – Edição de Publicações, S.A.	Director

Not Part of Media Capital Group

• Vertex, SGPS, S.A.	Director
----------------------	----------

On 31 December 2007, 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
• Sociedad de Servicios Radiofónicos Unión Rádio, SL.	Administrador
• Prisa División Internacional, SL.	Administrador (em representação de Promotora de Informaciones, S.A.)
• Sapri Inversiones 2000 SICAV, SA.	Presidente
• Sogecable, SA.	Vice Presidente
• Timón, SA.	Administrador
• Promotora de Publicaciones, SL.	Administrador Delegado
• Le Monde, SA.	Administrador

Em 31 de Dezembro de 2007 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.	Managing Director
• Sociedad Española de Radiodifusión, SA.	Managing Director
• Diário El País, SL.	Managing Director
• Sociedad de Servicios Radiofónicos Unión Rádio, SL.	Director
• Prisa División Internacional, SL.	Director (representing Promotora de Informaciones, S.A.)
• Sapri Inversiones 2000 SICAV, SA.	Chairman
• Sogecable, SA.	Vice Chairman
• Timón, SA.	Director
• Promotora de Publicaciones, SL.	Managing Director
• Le Monde, SA.	Director

On 31 December 2007, he 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
• ASK, SA	Presidente

Em 31 de Dezembro de 2007 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:

• 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
• ASK, S.A.	Chairman

On 31 December 2007, he held no shares or voting rights in 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 SA. (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, faz ainda parte das seguintes sociedades:

Fora do Grupo Media Capital

• BRISA Auto-estradas de Portugal SA	Vogal do Conselho Fiscal
--------------------------------------	--------------------------

Em 31 de Dezembro de 2007 não detinha quaisquer acções representativas do capital social e dos direitos de voto da Grupo Media Capital SGPS, SA.

JOSÉ LEMOS

Administrador do Grupo Media Capital. Licenciado em Económica pelo Instituto Superior de Economia – Universidade Técnica de Lisboa. Foi quadro superior do Banco Borges & Irmão entre 1984 e 1987, onde desempenhou as funções de Director do Departamento Financeiro – Área de Mercado de Capitais. Foi accionista fundador e Vice Presidente do Central Banco de Investimento, SA. até 2002. Foi Membro do Conselho de Administração da Associação da Bolsa de Valores do Porto entre 1992 e 1996, Presidente do Conselho de Administração da Associação da Bolsa de Valores de Lisboa entre 1995 e 1999. Foi Membro do Conselho Consultivo da Roland Berger & Partner, entre 1996 e 2000. Membro do Comissariado da EXPO'98 entre 1996 e 1998. Foi membro do Conselho Nacional do Mercado de Valores Mobiliários entre 1999 e 2002 e Membro do Conselho de Administração da Parque EXPO entre 1999 e 2002. Foi Presidente do Conselho de Gestão da Caixa Central de Crédito Agrícola Mútuo entre 1999 e 2002. Foi Presidente do Conselho Fiscal da LUSA – Agência de Notícias de Portugal, S.A., de 2002 a 2003. Foi Presidente da Assembleia Geral da Sociedade PORTUGAL 2004, SA. (EURO 2004) desde a sua constituição a 2004. Foi Presidente do Conselho Fiscal da Hidroeléctrica de Cahora Bassa de 1999 a 2004. Foi Membro do Conselho Social da Universidade Lusíada de 1999 a 2004.

Designado para o cargo de Administrador da Media Capital em 3 de Maio de 2007. 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

• Fundação Ilídio Pinho	Administrador
• Ciencinvest	Administrador
• LYNX Capital Partners, S.A.	Presidente

Em 31 de Dezembro de 2007 não detinha quaisquer acções representativas do capital social e dos direitos de voto da 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.

He is also part of the following companies:

Not Part of Media Capital Group

• BRISA Auto-estradas de Portugal SA	Auditing Body
--------------------------------------	---------------

On 31 December 2007, he held no shares or voting rights in Grupo Media Capital SGPS, SA.

JOSÉ LEMOS

Director of Media Capital. He holds a degree in Economics from the Instituto Superior de Economia – Universidade Técnica de Lisboa and works as a Management Consultant. Mr. Lemos was a Financial Analyst at Banco Borges & Irmão from 1984 to 1987 where was the Head of the Capital Markets Department. He was a founding shareholder and Vice President of Central – Banco de Investimento, S.A. until 2002. He was a member of the Board of Directors of the Oporto Stock Exchange from 1992 to 1996 and Chairman of the Board of Directors of the Lisbon Stock Exchange from 1995 to 1999, a member of the advisory Board of Roland Berger & Partner from 1996 to 2000, a member of Expo'98 commissariat from 1996 to 1998. Between 1999 and 2002, he was also a member of the National Stock Exchange Counsel, a member of the Board of Directors of Parque Expo and President of the Caixa Central de Crédito Agrícola Mútuo bank. He was Chairman of the Fiscal Board of LUSA – Agência de Notícias de Portugal, S.A., from 2002 to 2003. He was President of the General Assembly of Sociedade Portugal 2004, S.A. (EURO 2004) from its foundation up to 2004 and was also Chairman of the Fiscal Board of Hidroeléctrica de Cahora Bassa (HCB) and a member of the Advisory Board of Universidade Lusíada from 1999 to 2004.

He was appointed member of the Board of Directors by the Shareholders General Meeting dated 3 May 2007, ending on 31 December 2007.

He is also part of the following companies:

Not Part of Media Capital Group

• Fundação Ilídio Pinho	Director
• Ciencinvest	Director
• LYNX Capital Partners, S.A.	Chairman

On 31 December 2007, he held no shares or voting rights in Grupo Media Capital SGPS, SA.

DELEGAÇÃO DE PODERES

Em matéria de delegação de competências de gestão, foi efectuada 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.

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.

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 2007, o Conselho de Administração do Grupo Media Capital reuniu regularmente 10 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 fixas atribuídas aos membros dos órgãos de administração da Media Capital, no exercício findo em 31 de Dezembro de 2007, foram de €1.536.124,14. As remunerações variáveis atribuídas aos membros dos órgãos de administração da Media Capital no exercício findo em 31 de Dezembro de 2007 foram de €248.700,00. Estas remunerações foram auferidas nas diversas

empresas incluídas na consolidação. Das remunerações auferidas em 2007 €1.132.814,22 foram auferidas pelos membros executivos dos órgãos de administração da Media Capital e um total de €403.309,92 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) valiosa.

ATRIBUIÇÃO DE PRÉMIOS DE DESEMPENHO

Para os Administradores executivos da Media Capital, foi definida uma política de remuneração que visa principalmente os objectivos de motivação, 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, durante o exercício de 2007, o Conselho de Administração do Grupo Media Capital, em conjunto com a Comissão de Nomeação e Remuneração dos Órgãos Sociais e a Comissão de Nomeação e Remuneração dos Directores, decidiu reestruturar os planos de compensação dirigido a certos trabalhadores e membros do Conselho de Administração do Grupo Media Capital, elegíveis como beneficiários do Plano de Opções de Aquisição de Acções. Assim, foi deliberado pelos órgãos competentes o encerramento definitivo do Plano de Opções sobre Aquisição de Acções aprovado a 22 de Abril de 2005.

6 de Fevereiro de 2008

O Conselho de Administração,

Joaquim Augusto Nunes Pina Moura
(Presidente)

Manuel Polanco Moreno
(Administrador Delegado)

Miguel Gil Peral
(Vogal)

Juan Herrero Abello
(Vogal)

Juan Luis Cebrián Echarri
(Vogal)

Jaime Roque de Pinho D'Almeida
(Vogal)

Tirso Olazábal
(Vogal)

José Manuel Marques da Silva Lemos
(Vogal)

DELEGATION OF POWERS

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.

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.

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 2007, the Board of Directors of the Media Capital Group met regularly, ten 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 2007, amounted to € 1,536,124.14. The variable remunerations paid to the members of the corporate bodies on 31 December 2007 € 248.700,00. These remunerations amounted in the several companies included in the consolidated accounts.

The remunerations paid can also be divided as follows: € 1.132.814,22 paid to the executive members of the Company's Board of Directors and € 403.309,92 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 Média Capital SGPS, S.A. is composed by execu-

tive 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 an important know how surplus.

PAYMENT OF BONUS

A variable remuneration plan has been defined in what concerns the executive Directors of Media Capital Group which shall reflect 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, during 2007, Media Capital Board of Directors, together with the Corporate Bodies Nomination and Compensation Committee and the Management Nomination and Compensation Committee, have decided to restructure the plan addressed to some employees and members of the Board of Directors of Media Capital Group, eligible as beneficiaries of the Stock Option Plan. As though, it was approved by the competent bodies the closing of the Stock Options Plan as approved on 22 April 2005.

6 February 2008

The Board of Directors,

Joaquim Augusto Nunes Pina Moura
(Chairman)

Manuel Polanco Moreno
(Managing Director)

Miguel Gil Peral
(Director)

Juan Herrero Abello
(Director)

Juan Luis Cebrián Echarri
(Director)

Jaime Roque de Pinho D'Almeida
(Director)

Tirso Olazábal
(Director)

José Manuel Marques da Silva Lemos
(Director)



DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONSOLIDADAS
E NOTAS ANEXAS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2007 E 2006
(Montantes expressos em euros)

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS DE RESULTADOS DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2007 E 2006 (montantes expressos em euros)

	NOTAS	2007	2006
PROVEITOS OPERACIONAIS:			
Vendas	9	26 808 468	25 310 241
Prestações de serviços	9	177 287 727	173 141 961
Outros proveitos operacionais	9	18 258 488	14 845 028
Total de proveitos operacionais		222 354 683	213 297 230
CUSTOS OPERACIONAIS:			
Custo dos programas emitidos e das mercadorias vendidas	10	(33 284 540)	(37 832 735)
Fornecimentos e serviços externos		(85 724 948)	(81 522 523)
Custos com pessoal	11	(53 461 302)	(48 683 582)
Amortizações	18	(11 727 119)	(10 307 017)
Provisões e perdas de imparidade	30	(1 207 420)	(227 942)
Outros custos operacionais		(2 582 294)	(1 856 314)
Total de custos operacionais		(187 987 623)	(180 430 113)
RESULTADOS OPERACIONAIS		34 367 060	32 867 117
RESULTADOS FINANCEIROS:			
Custos financeiros líquidos	12	(8 410 982)	(3 697 562)
Perdas em empresas associadas, líquidas	19	(425 857)	(4 221 675)
		(8 836 839)	(7 919 237)
RESULTADOS ANTES DE IMPOSTOS		25 530 221	24 947 880
Imposto sobre o rendimento do exercício	13	(13 080 561)	(8 743 769)
Resultado consolidado líquido das operações em continuação		12 449 660	16 204 111
Resultado das operações em descontinuação	14	17 871 312	(649 466)
RESULTADO CONSOLIDADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO		30 320 972	15 554 645
Atribuível a:			
Accionistas da empresa mãe		30 234 786	15 400 399
Interesses minoritários	28	86 186	154 246
		30 320 972	15 554 645
Resultado por acção das operações em continuação e descontinuação			
Básico	15	0,3578	0,1822
Diluído	15	0,3578	0,1800
Resultado por acção das operações em continuação			
Básico	15	0,1463	0,1899
Diluído	15	0,1463	0,1876

O anexo faz parte integrante das demonstrações consolidadas dos resultados dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006.

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
BALANÇOS CONSOLIDADOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2007 E 2006 (montantes expressos em euros)

	NOTAS	2007	2006
ACTIVO			
ACTIVOS NÃO CORRENTES:			
Goodwill	16	160 399 034	174 373 452
Activos intangíveis	17	9 549 480	11 437 371
Activos tangíveis	18	33 160 218	37 528 818
Investimentos em associadas	19	259 391	653 756
Activos disponíveis para venda	20	8 923 985	-
Direitos de transmissão de programas de televisão	21	42 098 307	39 541 418
Outros activos não correntes	22	6 024 112	541 222
Impostos diferidos activos	13	1 930 231	5 559 195
		262 344 758	269 635 232
ACTIVOS CORRENTES:			
Direitos de transmissão de programas de televisão	21	9 505 348	4 630 125
Existências	23	3 916 684	1 956 592
Clientes e contas a receber	24	46 424 086	46 304 761
Outros activos correntes	25	85 662 717	14 697 905
Caixa e seus equivalentes	26	5 016 529	8 611 255
Instrumentos financeiros derivados	35	66 062	2 805 494
		150 591 426	79 006 132
TOTAL DO ACTIVO		412 936 184	348 641 364
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO			
CAPITAL PRÓPRIO:			
Capital	27	7 606 186	7 606 186
Prémio de emissão de acções	27	81 709 213	81 709 213
Reservas		24 747 616	10 502 675
Resultados transitados		28 593 409	28 593 409
Resultado consolidado, líquido do exercício		30 234 786	15 400 399
Capital próprio atribuível aos accionistas maioritários		172 891 210	143 811 882
Capital próprio atribuível a interesses minoritários	28	548 373	3 036 028
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO		173 439 583	146 847 910
PASSIVO:			
PASSIVO NÃO CORRENTE:			
Empréstimos	29	100 645 568	49 948 887
Provisões	30	7 251 885	6 039 314
Outros passivos não correntes	31	7 187 067	3 142 909
Instrumentos financeiros derivados	35	-	184 302
Impostos diferidos passivos	13	56 656	894 479
		115 141 176	60 209 891
PASSIVO CORRENTE:			
Empréstimos	29	1 535 033	28 869 999
Fornecedores e contas a pagar	32	72 803 052	83 018 858
Outros passivos correntes	33	50 017 340	29 694 706
		124 355 425	141 583 563
TOTAL DO PASSIVO		239 496 601	201 793 454
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO		412 936 184	348 641 364

O anexo faz parte integrante dos balanços consolidados em 31 de Dezembro de 2007 e 2006.

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS DOS FLUXOS DE CAIXA
DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2007 E 2006
(montantes expressos em euros)

NOTAS	2007	2006
ATIVIDADES OPERACIONAIS:		
Recebimentos de clientes	314 567 764	294 296 217
Pagamentos a fornecedores	(172 460 520)	(138 249 717)
Pagamentos ao pessoal	(52 726 991)	(51 316 571)
Fluxos gerados pelas operações	89 380 253	104 729 929
Outros recebimentos/(pagamentos) relativos à actividade operacional	(48 974 785)	(48 653 763)
Fluxos das actividades operacionais (1)	40 405 468	56 076 166
ATIVIDADES DE INVESTIMENTO:		
Recebimentos provenientes de:		
Investimentos financeiros	7 40 002 602	-
Investimentos financeiros derivados	32 1 220 010	-
Vendas de activos tangíveis	76 939	257 120
Subsídios de investimento obtidos	41 610	-
Dividendos	121 944	52 800
	41 463 105	309 920
Pagamentos respeitantes a:		
Aquisição de investimentos financeiros	(17 546 667)	(2 570 984)
Aquisição de activos tangíveis	(9 013 437)	(11 669 465)
Aquisição de activos intangíveis	-	(28 460)
Empréstimos concedidos	36 (71 000 000)	(678 006)
	(97 560 104)	(14 946 915)
Fluxos das actividades de investimento (2)	(56 096 999)	(14 636 995)
ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO:		
Recebimentos respeitantes a:		
Empréstimos	157 701 000	628 492
Juros e proveitos similares	477 245	479 205
	158 178 245	1 107 697
Pagamentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	(138 872 102)	(29 076 238)
Amortização de contratos de locação financeira	(1 339 036)	(1 051 494)
Juros e custos similares	(5 359 481)	(4 364 737)
Outras despesas financeiras	(510 821)	(3 050 814)
	(146 081 440)	(37 543 283)
Fluxos das actividades de financiamento (3)	12 096 805	(36 435 586)
Variação de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)		
	(3 594 726)	5 003 585
Caixa e seus equivalentes no início do período	26 8 611 255	3 607 670
Caixa e seus equivalentes no fim do período	26 5 016 529	8 611 255

O anexo faz parte integrante das demonstrações dos fluxos de caixa dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006.

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS DAS ALTERAÇÕES NO CAPITAL
PRÓPRIO DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO
DE 2007 E 2006 (montantes expressos em euros)

	CAPITAL PRÓPRIO ATRIBUÍVEL AOS ACCIONISTAS MAIORITÁRIOS					CAPITAL PRÓPRIO ATRIBUÍVEL AOS INTERESSES MINORITÁRIOS	TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	
	CAPITAL	PRÉMIO DE EMISSÃO DE ACÇÕES	RESERVAS	RESULTADOS TRANSITADOS	RESULTADO CONSOLIDADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO			TOTAL
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	2 857 764	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	194 968	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	3 036 028	146 847 910
Aplicação de resultados	-	-	15 400 399	-	(15 400 399)	-	-	-
Alteração de perímetro de consolidação e aquisição de interesses minoritários	-	-	-	-	-	-	(2 573 841)	(2 573 841)
Recompra das opções de compra de acções (Nota 41)	-	-	(1 155 458)	-	-	(1 155 458)	-	(1 155 458)
Resultado consolidado líquido do semestre	-	-	-	-	30 234 786	30 234 786	86 186	30 320 972
Saldo em 31 de Dezembro de 2007	7 606 186	81 709 213	24 747 616	28 593 409	30 234 786	172 891 210	548 373	173 439 583

O anexo faz parte integrante das demonstrações consolidadas das alterações do capital próprio dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006.

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 e produção e exploração de actividades cinematográficas e videográficas.

As presentes demonstrações financeiras foram aprovadas pelo Conselho de Administração em 6 de Fevereiro de 2008.

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 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 prestação de serviços e produção e exploração de actividades cinematográficas, videográficas, radiofónicas, televisivas, audiovisuais e de multimédia é efectuada pela CLMC – Multimédia, S.A. (CLMC).

A produção de videogramas, fonogramas, produção audiovisual e multimédia, para além de compra e venda de discos, cassetes e equiparados, bem como a produção de eventos é efectuada pela Farol Música – Sociedade de Produção e Edição Audiovisual, Lda. (“Farol”) e Media Capital Entertainment – Produção de Eventos, Lda. (“Entertainment”).

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 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.

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.

2.3 Goodwill

O goodwill representa o excesso do 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 dos 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 alocado às 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

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.

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.

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.

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 detidos 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”.

A amortização do valor dos activos tangíveis deduzido do seu valor residual, quando este seja estimável, 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 sua utilidade esperada.

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

a) Locação financeira

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.

b) Locação operacional

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.

2.7 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 dos resultados no momento em que os mesmos são exibidos, tendo em consideração o número estimado de exibições e os benefícios estimados de cada exibição.

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.

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 seu período contratual e data estimada de exibição.

Na Nota 37 é apresentada informação sobre os compromissos financeiros assumidos pela aquisição destes direitos.

2.8 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.

2.9 Instrumentos financeiros

2.9.1 Existências

As existências referentes essencialmente a CD’s, DVD’s e papel, encontram-se valorizadas ao custo de aquisição ou ao valor estimado de realização 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.

2.9.2 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 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 dos resultados do período.

2.9.3 Caixa e seus equivalentes

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.

2.9.4 Fornecedores, contas a pagar e outros passivos correntes

As contas a pagar são registadas pelo seu valor nominal, descontado de eventuais juros calculados e reconhecidos de acordo com o método da taxa de juro efectiva.

2.9.5 Empréstimos

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 é reconhecida na demonstração dos resultados durante o período dos empréstimos, usando o método da taxa de juro efectiva.

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.

2.9.6 Instrumentos financeiros derivados

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.

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 dos resultados no período em que ocorrem.

2.9.7 Activos disponíveis para venda

Os activos financeiros classificados como disponíveis para venda são inicialmente registados pelo seu valor de aquisição, que respeita ao justo valor do preço pago incluindo despesas de transacção e considerados como activos não correntes.

Após o reconhecimento inicial, os activos financeiros disponíveis para venda são reavaliados pelos seus justos valores por referência ao seu valor de mercado à data de balanço. Nas situações em que aqueles activos respeitem a instrumentos de capital próprio não admitidos à cotação em mercados regulamentados e para os quais não é possível estimar com fiabilidade o seu justo valor, os mesmos são mantidos ao seu custo de aquisição deduzido de eventuais perdas de imparidade.

2.10 Rédito e especialização dos exercícios

As vendas referem-se principalmente à venda de CD's, DVD's, revistas e produtos associados a estas e são reconhecidas na demonstração dos 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 dos 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.

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.

2.11 Provisões e passivos 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.

O valor das provisões 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.

2.12 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 dos 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 contínuo 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 dos 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.

2.13 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 periodicamente 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.

2.14 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 dos resultados do período.

2.15 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 2007 não ocorreram alterações de políticas contabilísticas, face àquelas consideradas na preparação da informação financeira relativa ao exercício de 2006, 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 2007, incluem:

- Vidas úteis do activo tangível e intangível;
- Análises de imparidade do goodwill e outros activos;
- Registo de provisões.

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.

No exercício findo em 31 de Dezembro de 2007 foi adoptada a IFRS - 7 Instrumentos financeiros – Divulgações (“IFRS 7”) a qual é aplicável para exercícios iniciados em ou após 1 de Janeiro de 2007. O impacto da adopção do IFRS 7 resulta nas divulgações adicionais efectuadas relativas a instrumentos financeiros (Nota 42).

Adicionalmente, à data da aprovação destas demonstrações financeiras pelo Conselho de Administração encontram-se emitidas, mas de aplicação obrigatória apenas em exercícios seguintes, as seguintes normas e interpretações, ainda não adoptadas pela Empresa:

- IAS 23 (revisto) – Custos de financiamento (exercícios iniciados em após 1 de Janeiro de 2009)

- IFRS 8 – Relato por segmentos (exercícios iniciados em ou após 1 de Janeiro de 2009)
- IFRIC 11 – Transacções com acções próprias (exercícios iniciados em ou após 1 de Março de 2007)
- IFRIC 12 – Contratos de concessão (exercícios iniciados em ou após 1 de Janeiro de 2008)
- IFRIC 13 – Programas de fidelização (exercícios iniciados em ou após 1 de Julho de 2008)
- IFRIC 14 – Benefícios definidos (exercícios iniciados em ou após 1 de Janeiro de 2008)

Apesar do impacto da adopção em exercícios futuros das normas e interpretações acima mencionadas nas demonstrações financeiras consolidadas não se encontrar ainda completamente avaliado, é entendimento do Conselho de Administração da Empresa de que o mesmo não será material.

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 2007 e 2006, são as seguintes:

DENOMINAÇÃO SOCIAL	SEDE	PERCENTAGEM EFECTIVA DO CAPITAL DETIDO	
		2007	2006
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
CLMC – Multimedia, S.A. ("CLMC") (a) (b)	Lisboa	90	n/a
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
Eventos Spot - Agenciamento e Produção de Espectáculos Unipessoal, Lda. (a) (b)	Barcarena	50	-
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") (c)	Barcarena	-	100
PRESSETEP – Comunicação e Meios Publicitários, S.A. ("PRESSETEP") (c)	Barcarena	-	100
TCS – Publicidade em Transportes e Meios de Comunicação, S.A. ("TCS") (c)	Barcarena	-	100
STM – Serviços Técnicos de Manutenção de Publicidade, S.A. ("STM") (c)	Barcarena	-	100
PUBLIMETRO – Publicidade em Meios de Transporte e Outros, S.A. ("PUBLIMETRO") (c)	Barcarena	-	60
BTP – Publicidade e Transportes e Meios de Comunicação, S.A. ("BTP") (c)	Barcarena	-	55
PUBLICARRIS – Publicidade na Companhia de Carris de Ferro de Lisboa, S.A. ("PUBLICARRIS") (c)	Barcarena	-	55
MEDIA CAPITAL – Editora Multimédia, S.A. ("MULTIMÉDIA")	Barcarena	100	100
AGEFINAN - Agência de Notícias Financeiras, S.A. ("AGEFINAN")	Lisboa	100	100
MEDIA CAPITAL TELECOMUNICAÇÕES, S.A. ("MCT")	Barcarena	100	100
IOL NEGÓCIOS - Serviços de Internet, S.A. (d)	Porto	69	69
LÚDICODROME - EDITORA, Unipessoal, Lda	Barcarena	100	100
UNIDIVISA - Promoção de Projectos de Media, S.A. ("UNIDIVISA")	Barcarena	100	100
FEALMAR – Empresa de Teatro Estúdio de Lisboa, S.A. ("FEALMAR") (a)	Lisboa	100	60
NBP – Produção em Vídeo, S.A. ("NBP") (a)	Lisboa	100	60
MULTICENA – Equipamento de Imagem e Som, S.A. ("MULTICENA") (a)	Lisboa	100	60
NBP – Ibérica - Producciones Audiovisuales, S.A.	Madrid (ESP)	100	59
Teatro Mais - Actividades Teatrais Lda. ("Teatro Mais") (e)	Lisboa	-	60
CASA DA CRIAÇÃO – Argumentos para Audiovisual, Lda. ("CASA DA CRIAÇÃO")	Lisboa	100	54
EMAV – Empresa de Meios Audiovisuais, Lda. ("EMAV")	Vialonga	90	54
EPC – Empresa Portuguesa de Cenários, Lda. ("EPC")	Vialonga	100	51
NBP Brasil, S.A. (a) (b)	Lisboa	100	-

- A Empresa adquiriu/reforçou a sua participação financeira nestas sociedades durante o exercício de 2007.
- Empresas incluídas pela primeira vez na consolidação pelo método de integração global.
- Estas empresas foram alienadas em 19 de Dezembro de 2007.
- Anteriormente denominada por Directório IOL – Serviços de Internet, S.A..
- Esta empresa foi liquidada no primeiro semestre de 2007.

5. EMPRESAS ASSOCIADAS

As empresas associadas, respectivas sedes e a proporção do capital efectivamente detido em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, são as seguintes:

DENOMINAÇÃO SOCIAL	SEDE	PERCENTAGEM EFECTIVA DO CAPITAL DETIDO	
		2007	2006
CLMC – Multimedia, S.A. ("CLMC") (a)	Lisboa	n/a	50
TRANSJORNAL – Edições de Publicações, S.A. ("Transjornal")	Lisboa	35	35
TRANSPUBLICIDADE – Publicidade em Transportes, S.A. ("Transpublicidade") (b)	Lisboa	-	40
CD TOP – Sociedade Internacional de Audiovisual, S.A. ("CD TOP")	Lisboa	23	23
União de Leiria, SAD ("União de Leiria")	Leiria	20	20

As empresas associadas foram incluídas na consolidação pelo método de equivalência patrimonial conforme indicado na Nota 2.2.b).

- Empresas incluída pela primeira vez na consolidação pelo método de integração global.
- Esta empresa foi alienada em 19 de Dezembro de 2007.

6. LOCAÇÃO OPERACIONAL

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, a Empresa tinha assumido responsabilidades não reflectidas no balanço por contratos de locação operacional de 19.080.767 Euros e 17.613.016 Euros, respectivamente. Aquelas responsabilidades resultam essencialmente do contrato de locação das instalações da Empresa por um prazo de 15 anos, a findar em 11 de Fevereiro de 2019, com a possibilidade de renovação por períodos adicionais de 5 anos.

MONTANTES RECONHECIDOS COM CUSTO:	2007	2006
Pagamentos mínimos das locações	1 513 252	1 467 751

A renda será actualizada anualmente mediante a aplicação dos coeficientes de actualização para as rendas não habitacionais publicados pelo Governo.

7. ALTERAÇÕES OCORRIDAS NO PERÍMETRO DE CONSOLIDAÇÃO

Durante o exercício de 2006 não ocorreram alterações ao perímetro de consolidação.

Durante o exercício de 2007, as principais alterações ao perímetro de consolidação foram as seguintes:

Aquisições:

	ACTIVIDADE PRINCIPAL	DATA DE AQUISIÇÃO	PERCENTAGEM ADQUIRIDA	CUSTO DE AQUISIÇÃO
CLMC	Gestão de direitos	31 de Agosto de 2007	40%	400 000
SPOT	Agenciamento	31 de Maio de 2007	50%	263 000
				663 000

O resultado consolidado líquido do exercício inclui 773.576 Euros e 9.979 Euros relativos à actividade adicional gerada pela CLMC e SPOT, decorrente da sua aquisição.

	SPOT	CLMC
Justo valor dos activos líquidos adquiridos	2 500	(1 966 727)
Goodwill (Nota 16)	260 500	2 366 727
Preço de aquisição pago	263 000	400 000

O goodwill resultante da aquisição das participações adquiridas resulta das sinergias estimadas resultantes da sua integração no grupo e do crescimento esperado das suas receitas, cujos benefícios não são reconhecidos separadamente do Goodwill em resultado de não serem fiavelmente mensuráveis.

Caso aquelas actividades tivessem sido desenvolvidas pelo Grupo desde 1 de Janeiro de 2007, os proveitos do grupo de operações em continuação seriam 230.368.341 Euros e o resultado consolidado líquido das operações em continuação seriam 12.317.474 Euros.

Alienações:

Durante o exercício findo em 31 de Dezembro de 2007, o grupo alienou a sua actividade de publicidade Outdoor, tendo concretizado a alienação da participação que detinha na MC Outdoor, em 19 de Dezembro de 2007.

Valor líquido dos activos vendidos:

VALOR CONTABILÍSTICO	
Activos líquidos:	
Activos tangíveis	3 265 462
Goodwill (Nota 16)	27 035 913
Impostos diferidos	39 148
Investimentos financeiros	191 157
Clientes e outras dívidas de terceiros	3 684 917
Caixa e seus equivalentes	1 423 617
Outros activos	3 464 152
Fornecedores e outros credores	(30 713 454)
Interesses minoritários	(40 588)
	8 350 324
Créditos operacionais alienados	21 700 000
	30 050 324
Mais valia (Nota 8 e 14)	16 875 895
Preço de venda líquido	46 926 219

Detalhe do valor de venda líquido:

VALOR CONTABILÍSTICO	
Valor de venda:	
Montante recebido em 19 de Dezembro de 2007:	
Créditos operacionais	21 700 000
Empréstimos de financiamento	19 800 000
Montante a receber em 19 de Dezembro de 2009 (Nota 22)	2 000 000
Montante a receber em 19 de Dezembro de 2010 (Nota 22)	3 000 000
Montante a receber em publicidade ou via alternativa monetária	500 000
	47 000 000
Custos de transacção	(73 781)
Valor de venda líquido	46 926 219

Os montantes a receber em 2009 e 2010 vencem juros à taxa Euribor a 6 meses acrescida de 0,55%. O valor de venda en-

contra-se sujeito a eventuais correcções nos termos do contrato celebrado, as quais o Conselho de Administração, suportado nas negociações que se encontram em curso, estima não virem a ser materiais.

Fluxos de caixa de actividades de investimento:

VALOR CONTABILÍSTICO	
Montante recebido em 19 de Dezembro de 2007:	
Venda da participação financeira	19 800 000
Venda de créditos	21 700 000
Caixa e seus equivalentes alienados	(1 423 617)
Custos de transacção	(73 781)
	40 002 602

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) e a produção de programas/séries (NBP).

b) Entertainment

O segmento de Entertainment envolve fundamentalmente a gravação e venda de CD's e DVD's de música, agenciamento de artistas e promoção de eventos bem como a produção e exploração de actividades cinematográficas e videográficas.

c) 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;

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 dos resultados dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, é como segue:

Operações em continuação:

	TELEVISÃO	ENTERTAINMENT	2007 RADIO	OUTROS	CONSOLIDADO
Proveitos operacionais:					
Prestações de serviços externas	142 533 579	4 992 765	12 897 122	16 864 261	177 287 727
Prestações de serviços internas	3 362 600	300 000	296 335	(3 958 935)	-
Vendas de mercadorias e produtos externas	-	13 748 059	-	13 060 409	26 808 468
Vendas de mercadorias e produtos internas	-	4 535 644	-	(4 535 644)	-
Outros proveitos operacionais externos	16 650 917	379 211	342 762	885 598	18 258 488
Outros proveitos operacionais internos	1 301 522	2 815	381 494	(1 685 831)	-
Total de proveitos operacionais	163 848 618	23 958 494	13 917 713	20 629 858	222 354 683
Custos operacionais:					
Custo dos programas emitidos	(26 820 717)	-	-	-	(26 820 717)
Custo das mercadorias vendidas	-	(4 405 859)	-	(2 057 964)	(6 463 823)
Fornecimentos e serviços externos	(68 287 841)	(15 802 738)	(7 845 368)	(3 789 001)	(85 724 948)
Custos com o pessoal	(29 221 111)	(1 542 631)	(6 632 529)	(16 065 031)	(53 461 302)
Amortizações	(6 466 369)	(102 524)	(2 168 954)	(2 989 272)	(11 727 119)
Provisões e perdas de imparidade	(161 060)	49 565	(30 000)	(1 665 925)	(1 207 420)
Outros custos operacionais	(1 107 393)	(725 902)	(471 988)	(277 011)	(2 582 294)
Total custos operacionais	(122 064 491)	(22 530 089)	(17 148 839)	(26 244 204)	(187 987 623)
Resultados operacionais	41 784 127	1 428 405	(3 231 126)	(5 614 346)	34 367 060
Resultados financeiros					(8 836 839)
Resultados antes de impostos					25 530 221
Impostos sobre o rendimento					(13 080 561)
Resultados das operações em continuação					12 449 660

	TELEVISÃO	ENTERTAINMENT	2006 RADIO	OUTROS	CONSOLIDADO
Proveitos operacionais:					
Prestações de serviços externas	139 944 097	853 035	12 885 751	19 459 078	173 141 961
Prestações de serviços internas	4 078 818	-	437 418	(4 516 236)	-
Vendas de mercadorias e produtos externas	-	13 623 649	-	11 686 592	25 310 241
Vendas de mercadorias e produtos internas	-	4 287	-	(4 287)	-
Outros proveitos operacionais externos	13 564 693	869 835	255 069	155 431	14 845 028
Outros proveitos operacionais internos	940 954	6 936	301 864	(1 249 754)	-
Total de proveitos operacionais	158 528 562	15 357 742	13 880 102	25 530 824	213 297 230
Custos operacionais:					
Custo dos programas emitidos	(30 205 457)	-	-	2 343 456	(27 862 001)
Custo das mercadorias vendidas	(518 638)	(4 404 298)	-	(5 047 798)	(9 970 734)
Fornecimentos e serviços externos	(48 796 710)	(8 691 285)	(8 028 692)	(16 005 836)	(81 522 523)
Custos com o pessoal	(28 059 726)	(744 019)	(4 962 969)	(14 916 868)	(48 683 582)
Amortizações	(6 126 639)	(51 147)	(1 809 467)	(2 319 764)	(10 307 017)
Provisões e perdas de imparidade	(227 942)	-	-	-	(227 942)
Outros custos operacionais	(935 227)	(273 470)	(211 025)	(436 592)	(1 856 314)
Total custos operacionais	(114 870 339)	(14 164 219)	(15 012 153)	(38 726 858)	(180 430 113)
Resultados operacionais	43 658 223	1 193 523	(1 132 051)	(13 196 034)	32 867 117
Resultados financeiros					(7 919 237)
Resultados antes de impostos					24 947 880
Impostos sobre o rendimento					(8 743 769)
Resultados das operações em continuação					16 204 111

Operações em descontinuação:

	OUTDOOR	
	2007	2006
Proveitos operacionais do segmento	16 601 363	17 399 622
Resultado operacional do segmento	3 209 156	563 561
Resultados financeiros do segmento	(1 620 546)	(1 462 594)
Impostos sobre o rendimento	(715 232)	290 290
Interesses minoritários	122 039	(40 723)
Mais valia reconhecida (Nota 7)	16 875 895	-
Resultado das operações em descontinuação (Nota 14)	17 871 312	(649 466)

Os proveitos operacionais totais consolidados e o resultado consolidado líquido do exercício, são conforme segue:

	PROVEITOS OPERACIONAIS TOTAIS CONSOLIDADOS		RESULTADO CONSOLIDADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	
	2007	2006	2007	2006
Operações em continuação	222 354 683	213 297 230	12 449 660	16 204 111
Operações em descontinuação	16 601 363	17 399 622	17 871 312	(649 466)
Transacções entre segmentos	-	(1 181 111)	-	-
	238 956 046	229 515 741	30 320 972	15 554 645

A informação adicional relevante em termos de relato por segmento, é conforme segue:

	TELEVISÃO	ENTERTAINMENT	2007 RADIO	OUTROS	CONSOLIDADO
Activo líquido	362 732 842	29 372 294	49 009 348	(28 178 300)	412 936 184
Passivo	151 517 037	26 556 795	48 407 839	13 014 930	239 496 601
Outras informações:					
Investimento em activos tangíveis	7 462 493	89 027	1 525 496	773 954	9 850 970
Investimento em activos intangíveis	-	-	2 188	-	2 188

	TELEVISÃO	ENTERTAINMENT	2006 RADIO	OUTDOOR	OUTROS	CONSOLIDADO
Activo líquido	320 964 661	11 507 410	57 491 223	35 239 900	(76 561 830)	348 641 364
Passivo	142 726 284	9 329 649	53 949 950	30 059 805	(34 272 234)	201 793 454
Outras informações:						
Investimento em activos tangíveis	10 193 526	42 309	1 353 855	125 244	1 270 825	12 985 759
Investimento em activos intangíveis	-	-	110 560	-	-	110 560

9. RECEITAS OPERACIONAIS POR NATUREZA

As receitas operacionais consolidadas, em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, repartem-se da seguinte forma:

	2007	2006
Vendas:		
Revistas	6 444 716	7 518 329
CD's	10 555 699	13 623 649
DVD's	7 707 017	-
Produtos complementares de imprensa	2 072 295	3 839 997
Outras	28 741	328 266
	26 808 468	25 310 241
Prestações de serviços:		
Publicidade em televisão	143 777 500	141 209 494
Publicidade em rádio	12 601 797	12 392 643
Publicidade em imprensa	5 671 119	6 404 242
Publicidade na internet	3 166 682	3 040 672
Outras	12 070 629	10 094 910
	177 287 727	173 141 961
Outros proveitos operacionais:		
Prestação de serviços de apoio à produção de séries televisivas	4 629 877	3 459 205
Serviços de mensagens escritas	8 999 276	6 890 302
Direitos de transmissão de exibição e venda de imagens	1 876 193	1 842 085
Outros proveitos suplementares	2 753 142	2 653 436
	18 258 488	14 845 028

10. CUSTO DOS PROGRAMAS EMITIDOS E DAS MERCADORIAS VENDIDAS

Nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, esta rubrica apresenta o seguinte detalhe:

	2007	2006
Programas exibidos	27 606 514	26 500 650
Varição da produção	(880 946)	3 704 807
Mercadorias vendidas	4 405 859	4 404 297
Matérias consumidas	2 153 113	3 222 981
	33 284 540	37 832 735

11. CUSTOS COM PESSOAL

Nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, os custos com pessoal foram como segue:

	2007	2006
Ordenados e salários	38 015 482	33 939 415
Encargos sobre remunerações	7 977 410	7 162 110
Prémios de desempenho	3 059 646	3 689 004
Plano de incentivos baseado em acções (a)	-	463 574
Indemnizações por rescisões contratuais	2 531 557	1 324 613
Seguros de acidentes de trabalho e outros	408 324	486 635
Outros	1 468 883	1 618 231
	53 461 302	48 683 582

(a) A redução nesta rubrica é explicada pela extinção do plano de incentivos baseado em acções, ocorrida no exercício de 2007 (Nota 41).

Nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, o número médio de pessoal ao serviço das empresas incluídas na consolidação reparte-se, por segmentos, da seguinte forma:

	2007	2006
Televisão	699	625
Entertainment	69	20
Rádio	227	178
Outdoor	-	68
Outros	366	294
	1 361	1 185

12. CUSTOS FINANCEIROS LÍQUIDOS

Os custos e proveitos financeiros dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, têm a seguinte composição:

	2007	2006
Custos financeiros:		
Juros suportados	8 448 566	6 282 612
Diferenças de câmbio desfavoráveis	40 210	43 820
Perdas na valorização de instrumentos derivados (Nota 35)	2 038 273	-
Outros custos financeiros	1 328 898	1 840 381
	11 855 947	8 166 813
Proveitos financeiros:		
Juros obtidos	2 822 239	2 563 932
Diferenças de câmbio favoráveis	527 401	304 614
Rendimentos de investimentos	1 442	-
Ganhos na valorização de instrumentos derivados (Nota 35)	83 596	1 525 906
Outros proveitos financeiros	10 287	74 799
	3 444 965	4 469 251
	8 410 982	3 697 562

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 ("IRC"), à taxa normal de 25%, acrescida de Derrama até ao limite máximo de 1,5% sobre o lucro tributável sujeito e não isento de IRC, resultando uma taxa de imposto agregada de cerca de 26,5%.

Em 2006, as empresas do Grupo Media Capital encontravam-se sujeitas a IRC à taxa normal de 25% acrescida de Derrama à taxa de 10%, resultando uma taxa de imposto agregada de 27,5%.

No exercício findo em 31 de Dezembro de 2007, 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, Publipart-

ner, MCR, Cidade, Comercial, Regional, Rádio XXI, Farol, Central Discos, Entertainment, TVI, Kimberley, Reti, Multimédia, Med Cap, MCT, Expansão, Eventos, MCE, Expolider, Cena, Unidivisa e Ludicodrome. 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 2007 e 2006, os prejuízos fiscais reportáveis, por ano de caducidade, são os seguintes:

	2007	2006
2007	-	3 300 000
2008	5 000 000	6 000 000
2009	3 900 000	3 600 000
2010	2 250 000	2 000 000
2011	4 600 000	4 500 000
2012	5 900 000	4 600 000
2013	2 000 000	-
	23 650 000	24 000 000

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 2004 a 2007, 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 2007 e 2006, é conforme segue:

(a) Reconciliação da taxa de imposto

	2007	2006
Resultados antes de impostos das operações em continuação	25 530 221	24 947 880
Resultados antes de impostos das operações em descontinuação (Nota 14)	17 871 312	(899 034)
	43 401 533	24 048 846
Taxa nominal de imposto	25,00%	27,50%
Imposto estimado	10 850 383	6 613 433
Diferenças permanentes (i)	(3 226 737)	875 796
Anulação por imipridade de activos por impostos diferidos (ii)	4 003 232	274 103
Recuperação de activos por impostos diferidos (iii)	(253 653)	-
Ajustamento à colecta (iv)	327 446	304 995
Varição patrimonial negativa (v)	(288 865)	(164 904)
Multas e outras penalidades	907 045	-
Derrama	761 710	-
Alteração da taxa	-	550 056
	13 080 561	8 453 479
Imposto corrente (Nota 34)	9 382 375	704 247
Imposto diferido do exercício	2 791 141	7 749 232
Outros impostos	907 045	-
	13 080 561	8 453 479
Taxa efectiva de imposto	30.14%	35.15%
Atribuível a:		
Operações em continuação	13 080 561	8 743 769
Operações em descontinuação	-	(290 290)
	13 080 561	8 453 479

(i) Nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, estes montantes tinham a seguinte composição:

	2007	2006
Perdas líquidas em empresas associadas	824 004	4 182 875
Amortizações não aceites fiscalmente	2 177 267	1 022 548
Mais e menos valias contabilísticas e fiscais	(16 880 088)	-
Provisões não consideradas para o cálculo de impostos diferidos	311 805	619 313
Multas e outras penalidades	372 819	288 638
Plano de incentivos baseado em acções	-	500 000
Parte de despesas com ajudas de custo não aceites fiscalmente	58 042	20 493
Benefícios fiscais	(805 970)	(874 867)
Encargos financeiros não aceites fiscalmente	2 186 290	722 453
Custos com a Oferta Pública de Venda	(2 040 908)	(2 040 909)
Outros líquidos	889 794	(1 255 831)
	(12 906 945)	3 184 713
	25,00%	27,50%
	(3 226 737)	875 796

(ii) Deste montante, aproximadamente 2.800.000 Euros haviam sido reconhecidos em anos anteriores e, no entendimento do Conselho de Administração, os mesmos não são recuperáveis.

(iii) Este montante respeita à utilização de prejuízos fiscais reportáveis que não se encontravam reflectidos em exercícios anteriores dado não ter sido estimada a sua recuperação.

(iv) Este montante representa a parcela de impostos relativo à tributação autónoma de certas despesas.

(v) Este montante respeita à recompra de instrumentos de capital próprio.

(b) Diferenças temporárias – movimento nos impostos diferidos

	2007		
	SALDOS INICIAIS	CONSTITUIÇÃO/ (REVERSÃO)	SALDOS FINAIS
Impostos diferidos activos:			
Provisões	3 232 897	(2 968 909)	263 988
Instrumentos financeiros derivados	(694 616)	677 109	(17 507)
Margens entre empresas do grupo não reconhecidas	1 346 341	144 230	1 490 571
Prejuízos fiscais reportáveis	6 007 157	(100 637)	5 906 520
Provisão para activos por impostos diferidos não realizáveis	(4 332 584)	(1 380 757)	(5 713 341)
	5 559 195	(3 628 964)	1 930 231
Impostos diferidos passivos:			
Margens entre empresas do grupo não reconhecidas	41 193	(18 905)	22 288
Custos de refinanciamento	770 177	(770 177)	-
Custo amortizado	70 794	(48 726)	22 068
Reservas de reavaliação	12 315	(15)	12 300
	894 479	(837 823)	56 656

	2006			
	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 DAS OPERAÇÕES EM DESCONTINUAÇÃO

O resultado das operações em descontinuação resultante da alienação da actividade de publicidade Outdoor é conforme detalhe abaixo. A informação financeira de 2006 relativa a resultados daquela actividade foi re-expressa para ser apresentada como operações em descontinuação.

Resultado das operações em descontinuação:

	2007	2006
Prestações de serviços	16 572 660	17 328 363
Outros proveitos operacionais	28 703	71 259
	16 601 363	17 399 622
Custos operacionais	(13 392 207)	(16 836 061)
	3 209 156	563 561
Resultados financeiros	(1 620 546)	(1 462 594)
Resultado antes de impostos	1 588 610	(899 033)
Imposto sobre o rendimento do exercício	(715 232)	290 290
Interesses minoritários	122 039	(40 723)
Ganho resultante da alienação (Nota 7)	16 875 895	-
	17 871 312	(649 466)

Fluxos de caixa das operações em descontinuação:

	2007	2006
Actividades operacionais	2 703 939	1 316 322
Actividades de investimento	(732 675)	(1 409 765)
Actividades de financiamento	(1 027 328)	(666 338)
Varição da caixa e seus equivalentes	943 936	(759 781)

Adicionalmente, as actividades de investimento incluem o recebimento de 40.002.602 Euros decorrentes da alienação da MC Outdoor (Nota 7).

15. RESULTADO POR ACÇÃO

Os resultados por acção do exercício foram calculados tendo em consideração o seguinte:

	2007	2006
Resultados:		
Resultado atribuível a accionistas maioritários para efeito de cálculo do resultado líquido por acção (resultado líquido do exercício)	30 234 786	15 400 399
Resultado das operações em descontinuação para efeito de cálculo dos resultados por acção de operações em descontinuação	(17 871 312)	649 466
Resultado para efeitos de cálculo dos resultados por acção de operações em continuação	12 363 474	16 049 865
Número de acções:		
Número médio ponderado de acções para efeito de cálculo do resultado líquido por acção básico	84 513 180	84 513 180
Efeito das acções adicionais decorrentes dos planos de incentivos a empregados	-	1 038 450
Número médio ponderado de acções para efeito de cálculo do resultado líquido por acção diluído	84 513 180	85 551 630
Resultado por acção das operações em continuação:		
Básico	0.1463	0.1899
Diluído	0.1463	0.1876
Resultado por acção das operações em descontinuação:		
Básico	0.2115	(0.0077)
Diluído	0.2115	(0.0076)
Resultado por acção:		
Básico	0.3578	0.1822
Diluído	0.3578	0.1800

16. GOODWILL

Durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, o movimento ocorrido no goodwill foi como segue:

	2007	2006
Custo:		
Saldo no início do período	174 373 452	174 373 452
Adições relativas a concentrações empresariais (Nota 7)	2 627 227	-
Aquisição de interesses minoritários	11 490 193	-
Alienação de empresas do Grupo (Nota 7)	(27 035 913)	-
Saldo no fim do período	161 454 959	174 373 452
Perdas por imparidade acumuladas:		
Saldo no início do período	-	-
Imparidades reconhecidas no período (Nota 30)	(1 055 925)	-
Saldo no fim do período	(1 055 925)	-
Valor líquido contabilístico:		
Saldo no início do período	174 373 452	174 373 452
Saldo no fim do período	160 399 034	174 373 452

As aquisições de interesses minoritários ocorridas no exercício de 2007, são conforme segue:

	NBP	FEALMAR	MULTICENA	TOTAL
Justo valor dos activos	4 113 230	4 977 765	244 697	
Percentagem adquirida	40%	40%	30%	
Justo valor dos activos adquiridos	1 645 292	1 991 106	73 409	3 709 807
Custo de aquisição	3 074 140	11 686 180	439 680	15 200 000
Goodwill	1 428 848	9 695 074	366 271	11 490 193

O detalhe do goodwill por segmento em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, é conforme segue:

	2007	2006
Por segmento:		
Televisão	129 557 545	118 849 963
Entertainment	3 409 838	782 611
Rádios	21 643 989	21 643 989
Outdoors	-	27 035 913
Segmentos não reportáveis	5 787 662	6 060 976
	160 399 034	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 do grupo. 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 2007 e 2006, 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.

A perda por imparidade reconhecida em 2007, resultou essencialmente do fim da exploração do negócio de Internet Service Provider ocorrida naquele exercício, resultante da decisão tomada pelo Conselho de Administração de reforçar o desenvolvimento de outros modelos de negócio assentes na Internet. Em consequência foi ajustado o goodwill directamente atribuível àquele negócio de acesso, o qual encontrava-se incluído nos segmentos não reportáveis.

17. ACTIVOS INTANGÍVEIS

Durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, os movimentos ocorridos nos activos intangíveis, bem como nas respectivas amortizações e perdas de imparidade acumuladas, foram como segue:

ACTIVOS DO SERVIÇO DE ISP DA VIZZAVI (A)	OUTROS (B)	TOTAL
Valor bruto:		
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	7 434 360	11 555 792
Adições	-	110 560
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	7 434 360	11 666 352
Adições	-	2 188
Abates	(7 492 562)	(7 492 562)
Saldo em 31 de Dezembro de 2007	7 434 360	4 175 978

ACTIVOS DO SERVIÇO DE ISP DA VIZZAVI (A)	OUTROS (B)	TOTAL
Amortizações acumuladas:		
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	(5 451 169)	(6 060 113)
Reforço do exercício (Nota 18)	(991 000)	(1 726 006)
Regularizações	-	122 778
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	(6 442 169)	(7 663 341)
Reforço do exercício (Nota 18)	(992 191)	(1 775 379)
Abates	7 492 562	7 492 562
Regularizações	-	(114 700)
Saldo em 31 de Dezembro de 2007	(7 434 360)	(2 060 858)

ACTIVOS DO SERVIÇO DE ISP DA VIZZAVI (A)	OUTROS (B)	TOTAL
Valor líquido:		
Valor líquido em 31 de Dezembro de 2006	992 191	10 445 180
Valor líquido em 31 de Dezembro de 2007	-	9 549 480

(a) 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.

18. ACTIVOS TANGÍVEIS

Durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, os movimentos ocorridos nos activos tangíveis, bem como nas respectivas amortizações e perdas de imparidade acumuladas, foram 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 2005	9 925 426	86 473 917	7 152 652	2 781 747	12 156 510	5 117 265	126 165 600
Aquisições	277 394	2 380 774	1 652 046	145 357	1 191 046	189 796	12 985 759
Alienações e abates	(31 675)	(2 597 825)	(1 373 938)	(18 656)	(249 246)	(12 766)	(4 291 125)
Transferências	872 138	1 312 688	109 306	(3 972)	(57 385)	(104 679)	-
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	134 860 234
Alterações de perímetro	(1 886 432)	(6 537 263)	(598 642)	(89 956)	(963 798)	(1 055 702)	(11 241 507)
Aquisições	160 310	3 888 083	876 790	195 480	1 022 925	3 707 382	9 850 970
Alienações e abates	-	(135 961)	(1 468 562)	-	(464 371)	-	(2 068 894)
Transferências	100 390	2 971 763	-	-	368 409	1 263 364	(4 703 926)
Saldo em 31 de Dezembro de 2007	9 417 551	87 756 176	6 349 652	3 010 000	13 004 090	9 104 660	131 400 803

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 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)
Alterações de perímetro	288 935	4 677 045	469 617	71 068	890 615	1 003 918	7 401 198
Reforço do exercício	(493 313)	(5 147 412)	(1 217 838)	(194 711)	(1 165 006)	(1 733 460)	(9 951 740)
Reduções por alienações e abates	-	69 447	1 266 374	-	305 552	-	1 641 373
Saldo em 31 de Dezembro de 2007	(4 830 715)	(71 964 023)	(4 242 850)	(2 635 120)	(10 058 153)	(4 509 724)	(98 240 585)

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 2006	6 416 946	16 006 451	2 779 063	392 999	2 951 611	1 409 434	37 528 818
Valor líquido em 31 de Dezembro de 2007	4 586 836	15 792 153	2 106 802	374 880	2 945 937	4 594 936	33 160 218

O detalhe das amortizações reconhecidas na demonstração consolidada dos resultados dos exercícios de 2007 e 2006, é conforme segue:

	2007	2006
Activos tangíveis	9 951 740	9 790 877
Activos intangíveis (Nota 17)	1 775 379	1 726 006
	11 727 119	11 516 883
Atribuíveis a:		
Operações em continuação	11 727 119	10 307 017
Operações em descontinuação	-	1 209 866
	11 727 119	11 516 883

19. INVESTIMENTOS EM ASSOCIADAS

Durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, o movimento ocorrido nesta rubrica foi como segue:

	Investimentos em associadas	Investimentos em outras empresas	Títulos e outras participações financeiras	Total
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
Transferências (Nota 20)	-	(42 395)	(2 644)	(45 039)
Aplicação da equivalência patrimonial	(195 576)	-	-	(195 576)
Alienações	(153 750)	-	-	(153 750)
Saldo em 31 de Dezembro de 2007	259 391	-	-	259 391

Em 31 de Dezembro de 2007, o detalhe dos investimentos em associadas, é como se segue:

Denominação	Sede	Activo total	Proveitos totais	Capital próprio	Resultado do exercício	Percentagem efectiva do Grupo	Valores de balanço
Transjornal	Lisboa	2 581 281	6 048 989	(4 070 269)	(280 271)	35%	-
União de Leiria	Leiria	6 783 639	5 168 867	1 286 662	(1 417 849)	20%	259 391

Como resultado da aplicação do método de equivalência patrimonial e do reconhecimento de perdas estimadas, foram registados em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, os seguintes movimentos na rubrica "Perdas em empresas associadas":

Denominação	Ganhos (perdas) em empresas associadas	
	2007	2006
CLMC (a)	(132 185)	(3 946 636)
União de Leiria	(195 576)	87 226
Transjornal (Nota 30)	(98 096)	(362 265)
	(425 857)	(4 221 675)

(a) Este montante respeita à proporção detida do resultado da CLMC de 2007 até à data da sua entrada no perímetro de consolidação pelo método de integração global.

Em 31 de Dezembro de 2007, o investimento na Transjornal inclui empréstimos concedidos cujo valor nominal e perdas estimadas são conforme segue:

Perdas estimadas	(1 424 595)
Outros activos correntes	1 039 150
Responsabilidades adicionais assumidas (a)	(385 445)

(a) Estas responsabilidades encontram-se registadas no passivo.

20. ACTIVOS DISPONÍVEIS PARA VENDA

Durante o exercício findo em 31 de Dezembro de 2007, o movimento ocorrido nesta rubrica é como segue:

	2007
Saldo no início do período	-
Transferências (Nota 19)	45 039
Alterações de perímetro	(34 907)
Aquisições	8 913 853
Saldo no fim do período	8 923 985

Em 31 de Dezembro de 2007, o detalhe dos activos disponíveis para venda, é conforme segue:

	2007
Fundo de Investimento para o Cinema e Audiovisual "FICA" (a)	8 863 853
Fundação Casa da Música	50 000
Outros	10 132
	8 923 985

(a) Em 27 de Julho de 2007, a Empresa subscreveu unidades de participação representativas de 12.05% de um fundo especial de investimento cinematográfico e audiovisual, constituído nos termos da Portaria n.º 2777/2007, de 14 de Março e reservado aos participantes: Estado, PT Multimédia, Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A., RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A. e a Empresa.

Este fundo tem por objecto o investimento em obras cinematográficas, audio-visuais e multiplataforma visando uma exploração alargada dos mesmos, com vista a, tendencialmente, aumentar e melhorar a oferta e a aumentar o valor potencial dessas produções, com finalidade última do fomento e do desenvolvimento da arte cinematográfica e do audio-visual.

O calendário de pagamento da subscrição efectuada é conforme segue:

	VALOR NOMINAL	JUSTO VALOR
2007	1 000 000	821 143
2008	2 000 000	1 628 391
2009	2 000 000	1 715 240
2010	2 000 000	1 806 722
2011	2 000 000	1 903 083
2012	1 000 000	989 274
	10 000 000	8 863 853

Em 31 de Dezembro de 2007, a responsabilidade com a subscrição das unidades participação não realizadas, registada pelo método do custo amortizado considerando a taxa de endividamento da Empresa de Euribor a 1 mês, acrescida de 0.55%, encontra-se registada conforme segue:

	VALOR NOMINAL	JUSTO VALOR
Outros passivos não correntes (Nota 31)	7 000 000	6 414 319
Outros passivos correntes (Nota 33)	2 000 000	1 628 391
	9 000 000	8 042 710

21. DIREITOS DE TRANSMISSÃO E PROGRAMAS DE TELEVISÃO

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, os direitos de transmissão e programas de televisão incluem novelas, séries, documentários, filmes e outros programas de desporto e de entretenimento, conforme segue:

NATUREZA	2007	2006
Entretenimento	3 664 163	3 008 822
Filmes	7 471 653	6 681 486
Novelas	32 820 224	27 214 341
Séries	2 946 922	5 987 743
Desporto	4 696 654	463 462
Outros	4 039	815 690
	51 603 655	44 171 543
Activos não correntes	42 098 307	39 541 418
Activos correntes	9 505 348	4 630 125
	51 603 655	44 171 543

22. OUTROS ACTIVOS NÃO CORRENTES

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2007	2006
Projectos de expansão de rádio	1 024 112	541 222
Dali Outdoor Invest S.A. (Nota 7)	5 000 000	-
	6 024 112	541 222

23. EXISTÊNCIAS

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2007			2006		
	Valor bruto	Perdas de imparidade acumuladas (Nota 30)	Valor líquido	Valor bruto	Perdas de imparidade acumuladas (Nota 30)	Valor líquido
Matérias primas, subsidiárias e de consumo	3 212 821	(10 715)	3 202 106	1 393 727	(10 715)	1 383 012
Mercadorias	744 904	(30 326)	714 578	753 905	(180 325)	573 580
	3 957 725	(41 041)	3 916 684	2 147 632	(191 040)	1 956 592

O custo das mercadorias vendidas e matérias consumidas reconhecido em 2007 e 2006 de operações em continuação e descontinuação ascendem a 6.558.972 Euros e 7.627.278 Euros, respectivamente.

24. CLIENTES E CONTAS A RECEBER

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2007			2006		
	Valor bruto	Perdas de imparidade acumuladas (Nota 30)	Valor líquido	Valor bruto	Perdas de imparidade acumuladas (Nota 30)	Valor líquido
Clientes	50 985 686	(8 159 992)	42 825 694	49 596 982	(9 355 636)	40 241 346
Contas a receber de partes relacionadas (Nota 36)	1 327 804	-	1 327 804	2 802 574	-	2 802 574
Facturação a emitir	2 270 588	-	2 270 588	3 260 841	-	3 260 841
	54 584 078	(8 159 992)	46 424 086	55 660 397	(9 355 636)	46 304 761

25. OUTROS ACTIVOS CORRENTES

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2007			2006		
	Valor bruto	Perdas de imparidade acumuladas (Nota 30)	Valor líquido	Valor bruto	Perdas de imparidade acumuladas (Nota 30)	Valor líquido
Estado e outros entes públicos (Nota 34)	3 445 509	-	3 445 509	4 745 185	-	4 745 185
Devedores diversos	20 878 165	(17 630 650)	3 247 515	21 860 318	(17 589 723)	4 270 595
Contas a receber de partes relacionadas (Nota 36)	71 096 968	-	71 096 968	1 443 551	-	1 443 551
Adiantamentos a fornecedores	400	-	400	229 582	-	229 582
Pagamentos antecipados	7 872 325	-	7 872 325	4 008 992	-	4 008 992
	105 293 367	(17 630 650)	85 662 717	32 287 628	(17 589 723)	14 697 905

26. CAIXA E SEUS EQUIVALENTES

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2007	2006
Depósitos bancários imediatamente mobilizáveis	4 748 321	8 337 229
Caixa	268 208	274 026
	5 016 529	8 611 255

27. CAPITAL PROPRIO ATRIBUÍVEL A ACCIONISTAS MAIORITÁRIOS

Composição de capital: Em 31 de Dezembro de 2007, o capital da Empresa, totalmente subscrito e realizado, era composto por 84.513.180 acções com o valor nominal de nove cêntimos cada.

Em 31 de Dezembro de 2007, o capital da MEDIA CAPITAL era detido pelos seguintes accionistas:

	ACÇÕES	PERCENTAGEM
Vértix, SGPS, S.A. ("VERTIX")	80 027 607	94,69
Outros, inferiores a 10% do capital	4 485 573	5,31
	84 513 180	100,00

Durante o exercício de 2007, em resultado das ofertas públicas de aquisição ocorridas, a VERTIX passou a deter 94,69 % 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, sujeitas 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. Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, a reserva legal ascendia a 981.391 Euros e 7.402 Euros, respectivamente.

28. CAPITAL PRÓPRIO ATRIBUÍVEL A INTERESSES MINORITÁRIOS

Os movimentos desta rubrica, durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, foram os seguintes:

	2007	2006
Saldo no início do período	3 036 028	2 857 764
Alteração de perímetro de consolidação e aquisição de interesses minoritários	(2 573 841)	(16 704)
Resultado atribuível a interesses minoritários	86 186	194 968
Saldo no fim do período	548 373	3 036 028

Os interesses minoritários registados no balanço consolidado respeitam às seguintes empresas:

	2007	2006
FEALMAR (a)	-	1 991 105
NBP (a)	-	519 216
TVI	243 142	202 597
CLMC	230 000	-
PUBLICARRIS (b)	-	172 724
PUBLIMETRO (b)	-	68 183
MULTICENA (a)	-	51 654
IOL Negócios	47 230	21 365
EMAV	15 522	5 703
BTP (b)	-	3 481
SPOT	12 479	-
	548 373	3 036 028

- (a) A diminuição ocorrida resulta da aquisição dos interesses minoritários nestas empresas.
(b) A diminuição ocorrida resulta da alienação da MC Outdoors.

Os interesses minoritários registados nas demonstrações consolidadas os resultados dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, respeitam às seguintes empresas:

	2007	2006
FEALMAR	-	149 558
TVI	40 525	37 390
EMAV	9 820	5 704
NBP	-	(15 130)
MULTICENA	-	(12 400)
IOL Negócios	25 862	(10 876)
SPOT	9 979	-
	86 186	154 246

29. EMPRÉSTIMOS

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2007		2006	
	Valor de balanço Correntes	Valor de balanço Não correntes	Valor nominal Correntes	Valor nominal Não correntes
Empréstimos bancários (a)	509 256	99 734 238	509 256	100 000 000
Credores por locações financeiras (b)	884 787	905 112	884 787	905 112
Factoring (c)	-	-	-	-
Outros empréstimos (d)	140 990	6 218	140 990	6 218
	1 535 033	100 645 568	1 535 033	100 911 330

(a) Este montante inclui um programa de médio e longo prazo de papel comercial em Euros contraído junto de quatro instituições financeiras, o qual teve início em Fevereiro de 2007, após uma reestruturação do endividamento do Grupo, destinado a financiar aquisições de participações financeiras e operações correntes.

Em 31 de Dezembro de 2007, o montante nominal utilizado, o total contratado e o seu plano de reembolso são como segue:

31 DEZEMBRO DE 2007	TOTAL CONTRATADO
Papel comercial	100 000 000
	130 000 000

O plano de reembolso do montante contratado é o seguinte:

PLANO DE REEMBOLSO	
2008	1 500 000
2009	4 500 000
2010	12 500 000
2011	30 500 000
2012	81 000 000
	130 000 000

O papel comercial vence juros à taxa Euribor acrescida de um spread variável, em função da relação verificada entre o endividamento da Empresa e o seu desempenho medido através do EBITDA. Em 31 de Dezembro de 2007 aquele spread ascendia a 0,4%.

O programa de papel comercial contratado prevê o seu reembolso antecipado em caso de incumprimento dos requisitos previstos contratualmente, relativos essencialmente a titularidade de capital e seu desempenho financeiro, o qual não se verifica em 31 de Dezembro de 2007.

Adicionalmente, encontra-se registado nesta rubrica um empréstimo bancário de curto prazo de 509.256 Euros (Nota 39) que vence juros à taxa Euribor acrescida de 1,25%. Este empréstimo deverá ser pago em 11 prestações mensais de 46.296 Euros, de Janeiro de 2008 a Novembro de 2008.

(b) Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, o Grupo Media Capital mantém os seguintes bens em regime de locação financeira:

	2007		2006 Valor líquido
	Custo de aquisição	Amortizações acumuladas	
Equipamento básico	1 443 712	326 415	1 117 297
Equipamento de transporte	2 361 975	1 803 534	558 441
Equipamento administrativo	305 397	177 059	128 338
Outras imobilizações corpóreas	185 930	116 206	69 724
	4 297 014	2 423 214	1 873 800

	2006		2006 Valor líquido
	Custo de aquisição	Amortizações acumuladas	
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 imobilizações corpóreas	185 930	97 613	88 317
	3 329 103	2 125 870	1 203 233

O valor das rendas vincendas de contratos de locação financeira vencem-se como segue:

	2007	2006
2007	-	561 254
2008	884 787	-
2008	-	525 071
2009	657 964	11 531
2010	161 048	-
2011	86 100	-
	905 112	536 602

(c) A rubrica Factoring refere-se a montantes adiantados por entidades financeiras, por facturas cedidas e emitidas pelas participadas FEALMAR, CLMC e MC Telecomunicações, os quais foram reclassificados para outros passivos correntes.

(d) Os outros empréstimos incluem o empréstimo do IAPMEI, que consiste em subsídios reembolsáveis concedidos no âmbito do Programa Operacional da Economia. O pagamento deste empréstimo tem o seguinte detalhe:

VALOR NOMINAL A AMORTIZAR	
2008	140 990
2009	6 218

30. PROVISÕES E PERDAS DE IMPARIDADE ACUMULADAS

O movimento nas contas de provisões nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, é conforme segue:

	Impostos	Processos judiciais em curso	Perdas em investimentos financeiros (Nota 19)	Total
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	2 748 937	3 335 548	934 763	7 019 248
Aumentos	-	227 942	-	227 942
Reduções	-	(55 011)	-	(55 011)
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
Alterações de perímetro	(374 946)	(168 604)	2 068 860	1 525 310
Aumentos	(49 565)	201 060	98 096	249 591
Reduções	-	(50 000)	-	(50 000)
Utilizações	(301 425)	(187 143)	-	(488 568)
Reclassificações	-	-	(23 762)	(23 762)
Saldo em 31 de Dezembro de 2007	1 470 046	3 327 534	2 454 305	7 251 885

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 2007 e 2006, é conforme segue:

	Activos não correntes (Nota 22)	Existências (Nota 23)	Cientes e contas a receber (Nota 24)	Outros activos correntes (Nota 25)	Total
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
Alteração perímetro	-	-	(2 030 218)	(58 262)	(2 088 480)
Aumentos	-	-	782 308	1 101	783 409
Reduções	-	-	(168 721)	-	(168 721)
Utilizações	-	(149 999)	220 987	98 088	169 076
Reclassificações	-	-	-	-	-
Saldo em 31 de Dezembro de 2007	-	41 041	8 159 992	17 630 650	25 831 683

O custo reconhecido com provisões e perdas de imparidade nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, é conforme segue:

	2007	2006
Imparidade do goodwill (Nota 16)	1 055 925	-
Impostos	(49 565)	227 942
Processos judiciais em curso	201 060	-
	1 207 420	227 942

Os restantes aumentos e reduções foram registadas em outros custos operacionais.

31. OUTROS PASSIVOS NÃO CORRENTES

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, esta rubrica bem como o respectivo plano de pagamentos eram como segue:

	2009	2010 e seguintes	2007 Total
FICA (Nota 20)	1 715 240	4 699 079	6 414 319
Estado e outros entes públicos - dívidas integradas em planos de pagamento	176 358	196 390	372 748
Dívida pela aquisição da Expolider	-	400 000	400 000
	1 891 598	5 295 469	7 187 067

	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

32. FORNECEDORES E CONTAS A PAGAR

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2007	2006
Fornecedores correntes	29 111 293	27 192 056
Contas a pagar a partes relacionadas (Nota 36)	1 611 780	399 961
Custos a pagar:		
Rappel a liquidar	27 135 417	26 287 917
Custos de difusão de programas	2 588 976	3 365 974
Outros fornecimentos e serviços externos	2 962 566	5 705 856
Remunerações a liquidar (a)	-	9 235 900
Juros a liquidar	-	600 828
Direitos de autor e royalties	3 124 926	2 848 473
Devolução de vendas	3 906 343	3 863 686
Outros	2 361 751	3 518 207
	72 803 052	83 018 858

(a) Montante reclassificado para "Outros passivos correntes" (Nota 33).

33. OUTROS PASSIVOS CORRENTES

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	2007	2006
Fornecedores de imobilizado	1 902 203	2 862 705
Credores diversos:		
Remunerações a pagar ao pessoal	12 601 208	-
Adiantamento de factoring	5 002 864	-
Aquisição da TCS	-	666 665
Aquisição da NBP FEALMAR e MULTICENA	-	1 120 890
Económica SGPS S.A.	-	465 741
Soingeste - Aquisição da RECTÂNGULO	-	1 389 067
Aquisição da EXPOLIDER	270 725	769 110
TDF	268 481	-
Outros	1 610 622	1 956 353
FICA (Nota 20)	1 628 391	-
Estado e outros entes públicos (Nota 34)	19 337 174	13 755 466
Contas a pagar de partes relacionadas (Nota 36)	52 427	29 368
Facturação diferida	7 343 245	6 679 341
	50 017 340	29 694 706

34. ESTADO E OUTROS ENTES PÚBLICOS

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	Saldos devedores (Nota 25)	2007 Saldos credores (Nota 33)	Saldos devedores (Nota 25)	2006 Saldos credores (Nota 33)
Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Colectivas (a)	463 258	7 493 196	1 432 840	67 560
Imposto sobre o Valor Acrescentado	2 982 251	6 484 134	3 312 345	8 532 699
Contribuições para a Segurança Social	-	1 697 845	-	1 620 941
Imposto sobre o o Rendimento das Pessoas Singulares	-	1 662 147	-	1 751 617
Instituto Português de Arte Cinematográfica e Audiovisual/Cinemateca Portuguesa	-	1 476 435	-	1 566 382
Dívidas integradas em planos de pagamento - Plano Mateus	-	194 477	-	176 358
Outros	-	328 940	-	39 909
	3 445 509	19 337 174	4 745 185	13 755 466

(a) Os saldos credores relativos a Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Colectivas apresentam o seguinte detalhe:

	2007	2006
Estimativa do imposto corrente sobre o rendimento do exercício (Nota 13)	9 382 375	704 247
Retenções efectuadas por terceiros e pagamentos por conta	(1 889 179)	(636 687)
	7 493 196	67 560

35. INSTRUMENTOS FINANCEIROS DERIVADOS

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, 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 2007, os instrumentos derivados contratados são conforme segue:

Derivados de taxa de juro

Em 31 de Dezembro de 2007, o Grupo tem contratado swaps de taxa de juro com objectivo de cobertura de risco da taxa de juro de parte dos empréstimos contratados. Em 31 de Dezembro de 2007, o valor de mercado ascendia a 66.062 Euros (184.302 Euros negativos em 31 de Dezembro de 2006). No exercício findo naquela data, os encargos financeiros com este instrumento ascendiam a 166.768 Euros.

Em 31 de Dezembro de 2006, a Empresa tinha contratado com uma instituição financeira, um equity swap sobre acções próprias,

avaliado naquela data em 2.805.494 Euros e que terminou em 2007. Durante o exercício de 2007, a Empresa incorreu em encargos financeiros com este instrumento de 452.789 Euros, tendo a sua liquidação financeira de 1.220.010 Euros, gerado uma perda de 2.038.273 Euros.

Estes derivados encontram-se avaliados ao seu justo valor, determinado por avaliações efectuadas por instituições financeiras. As variações do justo valor foram registadas na demonstração dos resultados na rubrica custos financeiros líquidos (Nota 12).

36. SALDOS E TRANSACÇÕES COM EMPRESAS RELACIONADAS

Os saldos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006 e as transacções efectuadas com empresas relacionadas excluídas da consolidação, no exercício findo naquela data, são os seguintes:

									2007
	Clientes e contas a receber (Nota 24)	Outros activos correntes (Nota 25)	Fornecedores (Nota 32)	Outros passivos correntes (Nota 33)	Vendas	Prestações de serviços	Outros proveitos operacionais	Proveitos financeiros	Fornecimentos e serviços externos
CLMC	-	-	-	-	-	379 010	5 393	429 685	59 885
Transjornal	453 708	67 496	71 815	436	920	94 086	15 666	68 483	190 584
Transpublicidade	-	-	-	-	-	-	-	-	-
União de Leiria	124 449	-	-	-	-	28 050	-	-	-
CD TOP	-	-	1 050	-	-	-	-	-	-
Promotora de Informaciones SA.	612 313	71 000 000	324 635	-	-	-	-	239 729	-
Prisa Innova S.L.	45 617	-	-	-	91 233	-	-	-	-
Grupo Empres. de Medios Impresos SL	678	-	-	-	-	560	-	-	-
Gerencia de Medios S.A.	91 039	-	-	-	-	87 280	-	-	-
Nanook	-	29 273	19 036	-	-	-	-	-	15 732
Play	-	199	1 195 244	51 991	4 420 766	161	3 393	-	952 662
Outros	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1 327 804	71 096 968	1 611 780	52 427	4 512 919	589 147	24 452	737 897	1 218 863

									2006
	Clientes e contas a receber (Nota 24)	Outros activos correntes (Nota 25)	Fornecedores (Nota 32)	Outros passivos correntes (Nota 33)	Vendas	Prestações de serviços	Outros proveitos operacionais	Proveitos financeiros	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	-	-	-	-	-	-	-
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	2 064 189	3 920	690 937	313 289

Em 31 de Dezembro de 2007, encontrava-se concedido um empréstimo de curto prazo à Promotora de Informaciones, S.A., no montante de 71.000.000 Euros, o qual vence juros à taxa Euribor a 3 meses acrescida de um spread de 0,55%.

37. COMPROMISSOS FINANCEIROS

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, existiam contratos e acordos celebrados com terceiros para a exibição de filmes e outros programas nos montantes totais de 15.062.268 Euros e 20.866.363 Euros, respectivamente. As datas previsíveis em que esses filmes e programas estarão disponíveis para exibição é como segue:

31 DE DEZEMBRO DE 2006:	2008	2009	2010	2011 E SEGUINTE	POR DEFINIR	TOTAL
NATUREZA						
Filmes	428 699	722 622	1 546 214	337 879	336 500	3 371 914
Séries	768 000	208 708	297 604	191 474	58 923	1 524 708
Entretenimento	249 280	-	-	-	-	249 280
Documentários	69 767	-	-	-	156 589	226 357
Desporto	9 690 010	-	-	-	-	9 690 010
	11 205 756	931 330	1 843 818	529 352	552 012	15 062 268

31 DE DEZEMBRO DE 2006:	2007	2008	2009	2010 E SEGUINTE	POR DEFINIR	TOTAL
NATUREZA						
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
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

38. COTAÇÕES UTILIZADAS PARA CONVERSÃO DE SALDOS EM MOEDA ESTRANGEIRA

Foram utilizadas em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, as seguintes taxas de câmbio para converter para Euros os activos e passivos expressos em moeda estrangeira:

	2007	2006
Dólar Americano	1 47211	1 31387
Libra Inglesa	0 73335	0 67071
Franco Suíço	1 65871	1 60867

39. PASSIVOS CONTINGENTES

Em 31 de Dezembro de 2007, a MEDIA CAPITAL tinha prestado garantias bancárias e outras a terceiros, de acordo com o seguinte detalhe:

Carta de conforto de cumprimento de obrigações de Papel Comercial	35 000 000
Garantias bancárias – fornecedores de programas	5 390 000
Dali Invest Outdoor - Garantia prestada decorrente da alienação da M.C.O.	2 000 000
Universal Studios International BV - Stand by Letter Credit	1 517 647
Warner Music – garantia bancária no âmbito do acordo com a ENTERTAINMENT (a)	1 500 000
Direcção Geral de Impostos – processos de execução fiscal (b)	1 074 735
CLMC – carta de crédito com 20th Century Fox Home Entertainment (c)	900 000
IAPMEI (Nota 29.d)	442 009
Garantias bancárias de suporte a contratos de fornecimento de energia eléctrica	381 984
Aval relacionado com projectos de expansão de rádio	303 158
Garantia bancária – valor em dívida pela aquisição da EXPOLIDER	276 833
União de Leiria, SAD	149 639
CLMC – Livrança avalizada	125 000
Processos judiciais e outros (b)	37 423
Outros	70 988
	49 169 416

(a) Garantia bancária no âmbito do acordo de distribuição exclusiva entre a Warner Music Portugal e a ENTERTAINMENT.

(b) Processos provisionados em função dos pareceres obtidos dos consultores legais da Empresa.

(c) Garantia bancária no âmbito do acordo de distribuição exclusiva de direitos sobre produtos em DVD e vídeo.

A NBP constituiu hipoteca sobre um edifício de sua propriedade como garantia de um empréstimo de 509.256 Euros (Nota 29).

Em 31 de Dezembro de 2007, decorrente da celebração do contrato de crédito com carácter de médio e longo prazo (Nota 29),

foi prestada uma carta de conforto de cumprimento das obrigações decorrentes do programa de papel comercial.

40. REMUNERAÇÃO DOS MEMBROS CHAVE DA EMPRESA

As remunerações auferidas pelos membros dos órgãos de administração da Empresa, no exercício findo em 31 de Dezembro de 2007, foram de 1.784.824 Euros (1.605.192 Euros em 2006). Estas remunerações foram auferidas nas diversas empresas incluídas na consolidação.

As remunerações auferidas em 2007 atrás referidas dividem-se em remunerações fixas de 1.536.124 Euros e remunerações variáveis de 248.700 Euros.

No exercício findo em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, as remunerações fixas das pessoas chave de gestão do Grupo Media Capital ascenderam a 2.585.641 e 2.721.397 Euros, respectivamente, e as remunerações variáveis ascenderam a 977.147 e 1.121.086 Euros, respectivamente.

41. PLANO DE INCENTIVOS

O Conselho de Administração aprovou durante 2004, um plano de incentivos para alguns empregados. Este plano era 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 eram definidos em cada ano, a que se refere a atribuição dos direitos. A atribuição e exercício destas opções sobre acções dependiam do cumprimento de determinadas metas quantitativas (performance financeira da Empresa) e qualitativas (relativas aos empregados abrangidos pelo plano). Durante o exercício findo em 31 de Dezembro de 2007, e em resultado da redução esperada na liquidez das acções do grupo resultantes das operações públicas de aquisição entretanto ocorridas, a Empresa optou por cancelar este plano de incentivos baseado em acções, tendo recomprado aos empregados os direitos entretanto atribuídos e não exercidos por 1.155.458 Euros, correspondente ao seu valor de mercado, calculado com base em avaliações efectuadas por terceiras entidades.

42. INSTRUMENTOS FINANCEIROS

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, os instrumentos financeiros são conforme segue:

	2007	2006
Activos financeiros:		
Activos disponíveis para venda	8 923 985	-
Contas a receber de terceiros	138 110 915	61 543 888
Caixa e seus equivalentes	5 016 529	8 611 255
Derivados por resultados	66 062	2 805 494
	152 117 491	72 960 637

	2007	2006
Passivos financeiros:		
Derivados por resultados	-	184 302
Empréstimos	102 180 601	78 818 886
Contas a pagar a terceiros	130 007 459	115 856 473
	232 188 060	194 859 661

O Grupo Media Capital encontra-se exposto essencialmente aos seguintes riscos:

a) Risco de mercado

Os riscos de mercado estão relacionados com alterações nas taxas de juro e nas taxas de câmbio.

(i) Taxa de juro

Os riscos da taxa de juro estão essencialmente relacionados com os juros suportados com a contratação de um programa de papel comercial a uma taxa de juro variável. No sentido de reduzir o nível de risco a que o Grupo está exposto, a Media Capital contratou um produto de cobertura de risco onde fixa uma banda de variação da taxa de juro Euribor a 1 mês, com um cap de 4,99% e um floor de 3,58%.

Em 31 de Dezembro de 2007, uma parcela de 50.000.000 Euros dos empréstimos contraídos encontra-se coberta pelo produto acima referido. Os restantes 52.180.601 Euros encontram-se expostos a alterações nas taxas de juro de mercado.

Caso as taxas de juro de mercado tivessem sido superiores ou inferiores em 0,5% durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, o resultado líquido daqueles exercícios teria aumentado ou diminuído em 400.000 Euros e 470.000 Euros, respectivamente.

A sensibilidade da Empresa a variações na taxa de juro, encontra-se limitada pela contratação de produtos de cobertura de risco conforme referido acima, os quais são registados pelo seu valor de mercado apurado por referência a avaliações externas efectuadas por entidades independentes.

(ii) Taxa de câmbio

Os riscos de taxa de câmbio referem-se a dívidas denominadas em moeda estrangeira diferente da moeda do Grupo, o Euro.

Em 31 de Dezembro de 2007, os riscos de taxa de câmbio estão essencialmente relacionados com:

- Contratos de direitos de transmissão de programas de televisão contratados a diversas produtoras estrangeiras;
- Contratos de direitos de transmissão cinematográfica e videográfica contratados à Twentieth Century Fox e à Warner Bros.

Os saldos em moeda estrangeira da Empresa expressos em Euros ao câmbio de 31 de Dezembro de 2007 e 2006, são conforme segue:

	ACTIVOS / PASSIVOS 2007	2006
Dólar Americano (USD)	651 863	6 761 861
Libra Esterlina (GBP)	(156 200)	(51 104)
Franco Suiço (CHF)	(157 146)	(156 728)
	338 517	6 554 029

O risco a que a empresa está sujeita inclui a exposição ao risco de taxa de câmbio em futuros contratos de direitos de transmissão que venham a ser celebrados, para o qual não se encontram contratados instrumentos de cobertura.

SALDOS VENCIDOS	2007	2006
Até 90 dias	4 701 906	6 274 692
De 90 a 180 dias	9 721 707	11 720 929
Mais de 180 dias	7 371 919	7 170 475
	21 795 532	25 166 096

c) Risco de crédito

O risco de crédito está essencialmente relacionado com as contas a receber resultantes das operações das diversas empresas do Grupo (Nota 24), o qual procura ser minorado pela política de descontos financeiros de antecipação ou pronto pagamento instituída. Este risco é monitorizado numa base regular por cada um dos negócios do Grupo com o objectivo de:

- limitar o crédito concedido a clientes, considerando o respectivo perfil e antiguidade da conta a receber;
- acompanhar a evolução do nível de crédito concedido;
- analisar a recuperabilidade dos valores a receber numa base regular.

As perdas de imparidade para as contas a receber são calculados considerando:

- a análise da antiguidade das contas a receber;

- o perfil de risco do cliente;
- as condições financeiras dos clientes.

O movimento nas perdas de imparidade de contas a receber encontra-se divulgado na Nota 30.

Em 31 de Dezembro de 2007, é convicção do Conselho de Administração que as perdas por imparidade estimadas em contas a receber se encontram adequadamente relevadas nas demonstrações financeiras. A Empresa acredita que não existe necessidade de reforçar os ajustamentos de contas a receber para além do montante incluído na Nota 30. Adicionalmente, são de relevar os descontos financeiros de antecipação ou pronto pagamento, como medida de redução de risco de crédito dos diversos negócios do Grupo.

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, as contas a receber de terceiros incluem saldos vencidos conforme segue, para os quais não foram registados perdas por imparidade por o Conselho de Administração considerar que as mesmas são realizáveis:

d) Risco de liquidez

Estes riscos podem ocorrer se as fontes de financiamento, como sejam os fluxos de caixa operacionais, de desinvestimento, de linhas de crédito e os fluxos de caixa obtidos de operações de financiamento, não satisfizerem as necessidades de financiamento, como sejam as saídas de caixa para actividades operacionais e de financiamento, os investimentos, a remuneração dos accionistas e o reembolso de dívida.

Como forma de mitigar este risco, o Grupo procura manter uma posição líquida e uma maturidade média da dívida que lhe permita a amortização da sua dívida em prazos adequados. Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, o valor de disponibilidades de caixa e o valor não utilizado do programa de papel comercial e linhas de crédito ascendia a 35.016.529 Euros e 58.611.255 Euros. A maturidade dos passivos financeiros em 31 de Dezembro de 2007 e 2006 é conforme segue:

PASSIVOS FINANCEIROS	ATÉ 1 ANO	1 A 2 ANOS	+ 3 ANOS	2007 TOTAL
Remunerados:				
Empréstimos	1 535 033	17 819 012	82 826 556	102 180 601
Outros passivos não correntes	-	3 698 320	3 488 747	7 187 067
Não remunerados:				
Outros passivos correntes	50 017 340	-	-	50 017 340
Fornecedores e contas a pagar	72 803 052	-	-	72 803 052
	124 355 425	21 517 332	86 315 303	232 188 060

PASSIVOS FINANCEIROS	ATÉ 1 ANO	1 A 2 ANOS	+ 3 ANOS	2006 TOTAL
Remunerados:				
Empréstimos	28 869 999	49 948 887	-	78 818 886
Outros passivos não correntes	-	2 946 519	196 390	3 142 909
Não remunerados:				
Outros passivos correntes	29 694 706	-	-	29 694 706
Fornecedores e contas a pagar	83 018 858	-	-	83 018 858
Derivados por resultados	184 302	-	-	184 302
	141 767 865	52 895 406	196 390	194 859 661

O TÉCNICO OFICIAL DE CONTAS

O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO



NOTES TO THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS
AS OF 31 DECEMBER 2007 AND 2006
(Amounts stated in Euros)

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
CONSOLIDATED STATEMENTS OF PROFIT AND LOSS FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2007 AND 2006 (Amounts stated in Euros)

	NOTES	2007	2006
OPERATING REVENUE			
Sales	9	26 808 468	25 310 241
Services rendered	9	177 287 727	173 141 961
Other operating revenue	9	18 258 488	14 845 028
Total operating revenue		222 354 683	213 297 230
OPERATING COSTS			
Cost of programs issued and goods sold	10	(33 284 540)	(37 832 735)
Supplies and services		(85 724 948)	(81 522 523)
Employee benefits	11	(53 461 302)	(48 683 582)
Amortisation and depreciation	18	(11 727 119)	(10 307 017)
Provisions and impairment losses	30	(1 207 420)	(227 942)
Other operating expenses		(2 582 294)	(1 856 314)
Total operating expenses		(187 987 623)	(180 430 113)
OPERATING PROFIT		34 367 060	32 867 117
FINANCIAL EXPENSES			
Finance costs net	12	(8 410 982)	(3 697 562)
Loss on associated companies net	19	(425 857)	(4 221 675)
		(8 836 839)	(7 919 237)
PROFIT BEFORE TAX		25 530 221	24 947 880
Income tax expense	13	(13 080 561)	(8 743 769)
Consolidated net profit for the year on continuing operations		12 449 660	16 204 111
Profit/(loss) for the year on discontinued operations	14	17 871 312	(649 466)
CONSOLIDATED NET PROFIT FOR THE YEAR		30 320 972	15 554 645
Attributable to:			
Equity holders of the parent		30 234 786	15 400 399
Minority interest	28	86 186	154 246
		30 320 972	15 554 645
Earnings per share on continuing and discontinued operations:			
Basic	15	0.3578	0.1822
Diluted	15	0.3578	0.1800
Earnings per share on continuing operations:			
Basic	15	0.1463	0.1899
Diluted	15	0.1463	0.1876

The accompanying notes form an integral part of the consolidated statements of profit and loss for the years ended 31 December 2007 and 2006.

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
CONSOLIDATED BALANCE SHEETS AS OF 31 DECEMBER 2007 AND 2006 (Amounts stated in Euros)

	NOTES	2007	2006
ASSETS			
NON-CURRENT ASSETS:			
Goodwill	16	160 399 034	174 373 452
Intangible assets	17	9 549 480	11 437 371
Tangible assets	18	33 160 218	37 528 818
Investments in associates	19	259 391	653 756
Available-for-sale assets	20	8 923 985	-
Transmission rights and television programs	21	42 098 307	39 541 418
Other non-current assets	22	6 024 112	541 222
Deferred tax assets	13	1 930 231	5 559 195
		262 344 758	269 635 232
CURRENT ASSETS:			
Transmission rights and television programs	21	9 505 348	4 630 125
Inventories	23	3 916 684	1 956 592
Trade and other receivables	24	46 424 086	46 304 761
Other current assets	25	85 662 717	14 697 905
Cash and cash equivalents	26	5 016 529	8 611 255
Derivative financial instruments	35	66 062	2 805 494
		150 591 426	79 006 132
TOTAL ASSETS		412 936 184	348 641 364
EQUITY AND LIABILITIES			
EQUITY:			
Share capital	27	7 606 186	7 606 186
Share premium	27	81 709 213	81 709 213
Reserves		24 747 616	10 502 675
Retained earnings		28 593 409	28 593 409
Profit for the year		30 234 786	15 400 399
Equity attributable to equity holders of the parent		172 891 210	143 811 882
Equity attributable to minority interest	28	548 373	3 036 028
TOTAL EQUITY		173 439 583	146 847 910
LIABILITIES:			
NON-CURRENT LIABILITIES:			
Borrowings	29	100 645 568	49 948 887
Provisions	30	7 251 885	6 039 314
Other non-current liabilities	31	7 187 067	3 142 909
Derivative financial instruments	35	-	184 302
Deferred tax liabilities	13	56 656	894 479
		115 141 176	60 209 891
CURRENT LIABILITIES:			
Borrowings	29	1 535 033	28 869 999
Trade and other payables	32	72 803 052	83 018 858
Other current liabilities	33	50 017 340	29 694 706
		124 355 425	141 583 563
TOTAL LIABILITIES		239 496 601	201 793 454
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES		412 936 184	348 641 364

The accompanying notes form an integral part of the consolidated statements of profit and loss for the years ended 31 December 2007 and 2006.

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
CONSOLIDATED CASH FLOW STATEMENTS FOR THE YEARS
ENDED 31 DECEMBER 2007 AND 2006 (Amounts stated in Euros)

NOTES	2007	2006
OPERATING ACTIVITIES:		
Cash receipts from customers	314 567 764	294 296 217
Cash paid to suppliers	(172 460 520)	(138 249 717)
Cash paid to employees	(52 726 991)	(51 316 571)
Cash generated from operations	89 380 253	104 729 929
Other cash received/(paid) relating to operating activities	(48 974 785)	(48 653 763)
Netcash from operating activities (1)	40 405 468	56 076 166
INVESTING ACTIVITIES:		
Cash received relating to:		
Investments	7 40 002 602	-
Derivatives	35 1 220 010	-
Disposal of tangible assets	76 939	257 120
Investment subsidies	41 610	-
Dividends	121 944	52 800
	41 463 105	309 920
Cash paid relating to:		
Acquisition of investments	(17 546 667)	(2 570 984)
Acquisition of tangible assets	(9 013 437)	(11 669 465)
Acquisition of intangible assets	-	(28 460)
Loans granted	36 (71 000 000)	(678 006)
	(97 560 104)	(14 946 915)
Netcash used in investing activities (2)	(56 096 999)	(14 636 995)
FINANCING ACTIVITIES:		
Cash received relating to:		
Borrowings	157 701 000	628 492
Interest and other similar income	477 245	479 205
	158 178 245	1 107 697
Cash paid relating to:		
Borrowings	(138 872 102)	(29 076 238)
Payment of principal on finance lease contracts	(1 339 036)	(1 051 494)
Interest and other similar expenses	(5 359 481)	(4 364 737)
Other financial expenses	(510 821)	(3 050 814)
	(146 081 440)	(37 543 283)
Net cash from/used in financing activities (3)	12 096 805	(36 435 586)
Net (decrease)/increase in cash and cash equivalents (4) = (1) + (2) + (3)	(3 594 726)	5 003 585
Cash and cash equivalents at the beginning of the year	26 8 611 255	3 607 670
Cash and cash equivalents at the end of the year	26 5 016 529	8 611 255

The accompanying notes form an integral part of the cash flow statements for the years ended 31 December 2007 and 2006.

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS SA.
CONSOLIDATED STATEMENT OF CHANGES IN EQUITY FOR THE YEARS
ENDED 31 DECEMBER 2007 AND 2006 (Amounts stated in Euros)

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 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 net 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
Transfer of profit for the year	-	-	15 400 399	-	(15 400 399)	-	-	-
Change in the consolidation perimeter and acquisition of minority interest	-	-	-	-	-	-	(2 573 841)	(2 573 841)
Repurchase of share purchase options (Note 41)	-	-	(1 155 458)	-	-	(1 155 458)	-	(1 155 458)
Consolidated net profit for the year	-	-	-	-	30 234 786	30 234 786	86 186	30 320 972
Balance at 31 December 2007	7 606 186	81 709 213	24 747 616	28 593 409	30 234 786	172 891 210	548 373	173 439 583

The accompanying notes form an integral part of the cash flow statements for the years ended 31 December 2007 and 2006.

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 businesses of broadcasting and production of television programs and other media business, the editing, production and multimedia distribution of magazines, the conception, realisation, production and broadcasting of radio programs and the production and exploitation of cinema and video activities.

These financial statements were approved by the Board of Directors on 6 February 2008.

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 and internet businesses. The Group also operates in businesses which have synergies with the media, such as the production of television contents, music edition, 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.

The rendering of services and production and operation of cinema, video, radio, television, audiovisual and multimedia activities is carried out by CLMC – Multimédia, S.A. (CLMC).

Farol Música – Sociedade de Produção e Edição Audiovisual, Lda. (“Farol”) and Media Capital Entertainment – Produção de Eventos, Lda. (“Entertainment”) produce video, audio and multimedia, are responsible for the sale of DVD's, CD's and tapes, and for the promotion of events.

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.

1. MAIN ACCOUNTING POLICIES

2.1 Basis of presentation

The consolidated financial statements have been prepared on going concern basis from the books and accounting records of the companies included in the consolidation (Note 4).

The consolidated 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 were adopted for the first time in 2005 and the transition date from Portuguese generally accepted accounting principles (“POC”) to IFRS was 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 or indirectly, more than 50% of the voting rights at 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 profit or loss 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 all such profits up to the amount of the losses previously absorbed.

Assets, liabilities and contingent liabilities of controlled companies acquired as from 1 January 2004 are recorded 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 profit or loss 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.

The Group makes periodic valuations of its investments in associated companies to determine if there are impairment losses. Any impairment losses are recognised in the period in which they occur.

Investments in associated companies are listed in Note 5.

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 compliance with IFRS 3, goodwill is not amortised, impairment losses being recorded in the statement of profit and loss 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 the 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 assets and re-qualifying the location is added to 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 when its estimated reliably, 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 acquired 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 expensed on a straight-line basis over the period of the lease contract.

2.7 Television program transmission rights

Television program transmission rights correspond essentially to contracts or agreements with third parties for the exhibition of films, series and other television programs and include rights acquired and costs 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, the corresponding impairment losses being 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. The-

se 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 assumed on the acquisition of these rights is disclosed in Note 37.

2.8 Balance sheet classification

Assets realisable and liabilities payable within one year from the balance sheet date, or that are 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.

2.9 Financial instruments

2.9.1 Inventories

Inventories comprising mainly CD's, DVD's and paper are stated at the lower of cost determined on an average basis and net realisable value. Where cost exceeds net realisable value an impairment loss is recognised.

2.9.2 Trade and other receivables and other current assets

Trade and other receivables and other current assets are initially recognised at their nominal value and 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 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.

2.9.3 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.

2.9.4 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, recognised in accordance with the effective interest method.

2.9.5 Borrowings

Borrowings are initially recognised at their fair value, net of transaction costs incurred. In subsequent periods borrowings are re-

cognised at amortised cost, the difference between the amounts received (net of transaction costs) and the amounts payable being 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.

2.9.6 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.

2.9.7 Available-for-sale assets

Available for sale financial assets are initially recorded at cost, which corresponds to the fair value of the price paid including transaction costs and are considered as non-current assets.

After initial recognition, available-for-sale financial assets are restated to fair value by reference to their market value as of the balance sheet date. Where such assets correspond to equity instruments not listed in regulated markets and where it is not possible to reliably estimate their fair value, they are maintained at cost less any impairment losses.

2.10 Revenue recognition

Sales comprise mainly the sale of CD's, DVD'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 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 discount allowed is recorded as a reduction in revenue in the period to which it relates.

Revenue and costs relating to Internet access services provided are recognised in the period in which the internet is accessed.

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 made when these are not specifically known.

2.11 Provisions and contingent liabilities

Provisions are recognised when there is 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.

The amount of provisions 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.

2.12 Impairment of non-current assets except goodwill

Impairment tests are performed at each balance sheet date and whenever events or changes in circumstances indicate that the carrying amount of an asset may not be recovered.

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. 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 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 made whenever there are indications that the impairment recognised earlier no longer exists. Impairment losses are reversed by corresponding entry to 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 depreciation) if the impairment loss had not been recognised in previous periods.

2.13 Income tax

Income tax for the period consists of 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 of at least 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 valued periodically at 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 offset deductible timing differences in the period they reverse. At each balance sheet date a review is made of such deferred taxes, these being reduced 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.

2.14 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 consolidated statement of profit and loss for the period.

2.15 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.

2. CHANGES IN ACCOUNTING POLICIES, JUDGEMENTS, ESTIMATES AND CORRECTIONS OF FUNDAMENTAL ERRORS

There were no changes in accounting policies in 2007 in relation to those used to prepare the financial information for 2006

in accordance with the requirements of IFRS and no significant corrections of prior year errors were recognised.

For purposes of making accounting estimates in the preparation of the accompanying financial statements, the Board of Directors based itself on its knowledge and experience of past and/or current events and on assumptions relating to future events.

The more significant accounting estimates reflected in the consolidated financial statements as of 31 December 2007 include:

- Useful life of tangible and intangible assets;
- Impairment tests of goodwill and other assets;
- Recording of provisions;

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 required by IAS 8.

IFRS 7 – Financial instruments – Disclosures was adopted in the year ended 31 December 2007, of which is applicable to the years starting on or after 1 January 2007. The impact of adopting IFRS 7 is additional disclosure relating to financial instruments (Note 42).

In addition, when the Board of Directors approved these financial statements the following standards and interpretations, not yet adopted by the Company, had been issued, their application only being required in subsequent years:

- IAS 23 (revised) – Borrowing costs (years started on or after 1 January 2009)
- IFRS 8 – Segment reporting (years started on or after 1 January 2009)
- IFRIC 11 – Treasury share transactions (years started on or after 1 March 2007)
- IFRIC 12 – Concession contracts (years started on or after 1 January 2008)
- IFRIC 13 – Loyalty programs (years started on or after 1 July 2008)
- IFRIC 14 – Defined benefits (years started on or after 1 January 2008)

Although the impact of adopting the above standards and interpretations in future years has not been fully assessed the Board of Directors believe that it will not be material.

3. 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 2007 and 2006 are as follows:

COMPANY	HEAD OFFICE	EFFECTIVE PARTICIPATION HOLD	
		2007	2006
Grupo Media Capital, SGPS, S.A.	Barcarena	Parent Company	Parent Company
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
CLMC – Multimedia, S.A. (“CLMC”) (a) (b)	Lisbon	90	n/a
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
Eventos Spot - Agenciamento e Produção de Espectáculos, Lda. (“SPOT”) (a) (b)	Barcarena	50	-
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
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”) (c)	Barcarena	-	100
PRESSETEP – Comunicação e Meios Publicitários, S.A. (“PRESSETEP”) (c)	Barcarena	-	100
TCS – Publicidade em Transportes e Meios de Comunicação, S.A. (“TCS”) (c)	Barcarena	-	100
STM – Serviços Técnicos de Manutenção de Publicidade, S.A. (“STM”) (c)	Barcarena	-	100
PUBLIMETRO – Publicidade em Meios de Transporte e Outros, S.A. (“PUBLIMETRO”) (c)	Barcarena	-	60
BTP – Publicidade e Transportes e Meios de Comunicação, S.A. (“BTP”) (c)	Barcarena	-	55
PUBLICARRIS – Publicidade na Companhia de Carris de Ferro de Lisboa, S.A. (“PUBLICARRIS”) (c)	Barcarena	-	55
MEDIA CAPITAL – Editora Multimédia, S.A. (“MULTIMÉDIA”)	Barcarena	100	100
AGEFINAN - Agência de Notícias Financeiras, S.A. (“AGEFINAN”)	Lisbon	100	100
MEDIA CAPITAL TELECOMUNICAÇÕES, S.A. (“MCT”)	Barcarena	100	100
IOL NEGÓCIOS - Serviços de Internet, S.A. (d)	Porto	69	69
LÚDICODROME - EDITORA, Unipessoal, Lda	Barcarena	100	100
UNIDIVISA - Promoção de Projectos de Media, S.A. (“UNIDIVISA”)	Barcarena	100	100
FEALMAR – Empresa de Teatro Estúdio de Lisboa, S.A. (“FEALMAR”) (a)	Lisbon	100	60
NBP – Produção em Vídeo, S.A. (“NBP”) (a)	Lisbon	100	60
MULTICENA – Equipamento de Imagem e Som, S.A. (“MULTICENA”) (a)	Lisbon	100	60
NBP – Ibérica - Producciones Audiovisuales, S.A.	Madrid (ESP)	100	59
Teatro Mais - Actividades Teatrais Lda. (“Teatro Mais”) (e)	Lisbon	-	60
CASA DA CRIAÇÃO – Argumentos para Audiovisual, Lda. (“CASA DA CRIAÇÃO”)	Lisbon	100	54
EMAV – Empresa de Meios Audiovisuais, Lda. (“EMAV”)	Vialonga	90	54
EPC – Empresa Portuguesa de Cenários, Lda. (“EPC”)	Vialonga	100	51
NBP Brasil, S.A. (a) (b)	Lisbon	100	-

a) The Company acquired/increased its participation in these companies in 2007.

b) Companies included in the consolidation by the full consolidation method for the first time.

c) These companies were sold on 19 December 2007.

d) Previously called Directório IOL – Serviços de Internet, S.A.

e) This company was liquidated in the first half of 2007.

4. ASSOCIATED COMPANIES

The associated companies, their head offices and proportion of capital effectively held in them at 31 December 2007 and 2006 were as follows:

COMPANY	HEAD OFFICE	EFFECTIVE PARTICIPATION HELD	
		2007	2006
CLMC – Multimedia, S.A. (“CLMC”) (a)	Lisbon	n/a	50
TRANSJORNAL – Edições de Publicações, S.A. (“Transjornal”)	Lisbon	35	35
TRANSPUBLICIDADE – Publicidade em Transportes, S.A. (“Transpublicidade”) (b)	Lisbon	-	40
CD TOP – Sociedade Internacional de Audiovisual, S.A. (“CD TOP”)	Lisbon	23	23
União de Leiria, SAD (“União de Leiria”)	Leiria	20	20

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).

- a) Companies included in the consolidation by the full consolidation method for the first time.
- b) This company was sold on 19 December 2007.

5. OPERATING LEASES

At 31 December 2007 and 2006 the Company had liabilities under operating leases not reflected in the balance sheet amounting to 19,080,767 Euros and 17,613,016 Euros, respectively. The liabilities result essentially from a contract for the lease of the Company’s installations for a period of 15 years ending on 11 February 2019, with the possibility of being renewed for additional 5 year periods.

AMOUNTS RECOGNISED AS COST:	2007	2006
Minimum lease payments	1 513 252	1 467 751

The lease instalments are updated annually by application of non housing rental indices published by the Government.

6. CHANGES IN THE CONSOLIDATION PERIMETER

There were no changes in the consolidation perimeter in 2006.

The main changes in the consolidation perimeter in 2007 were as follows:

Acquisitions:

	MAIN ACTIVITY	DATE OF ACQUISITION	PERCENTAGE ACQUIRED	COST
CLMC	Management of rights	31 August 2007	40%	400 000
SPOT	Brokerage	31 May 2007	50%	263 000
				663 000

Consolidated net profit for the year includes 773,576 Euros and 9,979 Euros relating to the additional operations generated by CLMC and SPOT as a result of their acquisition.

	SPOT	CLMC
Fair value of the net assets acquired	2 500	(1 966 727)
Goodwill (Note 16)	260 500	2 366 727
Acquisition cost	263 000	400 000

Goodwill on the acquisition of the participations results from the estimated synergies resulting from their integration into the Group and the expected increase in their income, the benefits of which are not recognised separately of goodwill because they cannot be reliably measured.

If these operations had been carried out by the Group as from 1 January 2007 the Group’s income from continuing operations would have been increased to 230,368,341 Euros and consolidated net income from continuing operations would amount to 12,317,474 Euros.

Sales:

In the year ended 31 December 2007 the Group sold its outdoor publicity operation, through sale of its participation in MC Outdoor on 19 December 2007.

Net book value of the assets sold:

	BOOK VALUE
Net assets:	
Tangible assets	3 265 462
Goodwill (Note 16)	27 035 913
Deferred tax	39 148
Investments	191 157
Trade and other receivables	3 684 917
Cash and cash equivalents	1 423 617
Other assets	3 464 152
Trade and other payables	(30 713 454)
Minority interest	(40 588)
Accounts receivable sold	8 350 324
	21 700 000
	30 050 324
Gain (Notes 8 and 14)	16 875 895
Net sales price	46 926 219

Breakdown of net sales price:

	BOOK VALUE
Sales price:	
Amount received on 19 December 2007:	
Accounts receivable sold	21 700 000
Investment loans	19 800 000
Amount receivable on 19 December 2009 (Note 22)	2 000 000
Amount receivable on 19 December 2010 (Note 22)	3 000 000
Amount receivable in publicity or alternative monetary means	500 000
	47 000 000
Transaction costs	(73 781)
Net sales price	46 926 219

The amounts receivable in 2009 and 2010 bear interest at the 6 month Euribor rate plus 0.55%. The sales price is subject to possible corrections under the terms of the contract, which the Board of Directors believes, based on the negotiations currently in progress, will not be material.

Cash flows from investment activities:

	BOOK VALUE
Amount received on 19 December 2007:	
Sale of the participation	19 800 000
Sale of credits	21 700 000
Cash and cash equivalents sold	(1 423 617)
Transaction costs	(73 781)
	40 002 602

7. 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) and the production of programs/series (NBP).

b) Entertainment

The entertainment segment involves essentially the recording and sale of music CD’s and DVD’s, the management of artists and promotion of events, as well as the production and exploitation of cinema and video activities.

c) Radio

The Radio segment involves the broadcasting of radio programs, through own antennas and publicity space utilisation contracts with third parties;

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 parent company and intra-group eliminations.

Contribution of the main business segments to the consolidated results for the years ended 31 December 2007 and 2006 was as follows:

Continuing operations:

	TELEVISION	ENTERTAINMENT	2007 RADIO	OTHERS	CONSOLIDATED
Operating income:					
External services rendered	142 533 579	4 992 765	12 897 122	16 864 261	177 287 727
Internal services rendered	3 362 600	300 000	296 335	(3 958 935)	-
External sale of goods and products	-	13 748 059	-	13 060 409	26 808 468
Internal sale of goods and products	-	4 535 644	-	(4 535 644)	-
Other external operating revenue	16 650 917	379 211	342 762	885 598	18 258 488
Other internal operating revenue	1 301 522	2 815	381 494	(1 685 831)	-
Total operating revenue	163 848 618	23 958 494	13 917 713	20 629 858	222 354 683
Operating costs:					
Cost of programs issued	(26 820 717)	-	-	-	(26 820 717)
Cost of merchandise sold	-	(4 405 859)	-	(2 057 964)	(6 463 823)
Supplies and services	(58 287 841)	(15 802 738)	(7 845 368)	(3 789 001)	(85 724 948)
Employee benefits	(29 221 111)	(1 542 631)	(6 632 529)	(16 065 031)	(53 461 302)
Amortisation and depreciation	(6 466 369)	(102 524)	(2 168 954)	(2 989 272)	(11 727 119)
Provisions and impairment losses	(161 060)	49 565	(30 000)	(1 065 925)	(1 207 420)
Other operating expenses	(1 107 393)	(725 902)	(471 988)	(277 011)	(2 582 294)
Total operating costs	(122 064 491)	(22 530 089)	(17 148 839)	(26 244 204)	(187 987 623)
Operating profit/(loss)	41 784 127	1 428 405	(3 231 126)	(5 614 346)	34 367 060
Finance costs net					(8 836 839)
Profit before tax					25 530 221
Income tax expense					(13 080 561)
Net profit from continuing operations					12 449 660

	TELEVISION	ENTERTAINMENT	2006 RADIO	OTHERS	CONSOLIDATED
Operating income:					
External services rendered	139 944 097	853 035	12 885 751	19 459 078	173 141 961
Internal services rendered	4 078 818	-	437 418	(4 516 236)	-
External sale of goods and products	-	13 623 649	-	11 686 592	25 310 241
Internal sale of goods and products	-	4 287	-	(4 287)	-
Other external operating revenue	13 564 693	869 835	255 069	155 431	14 845 028
Other internal operating revenue	940 954	6 936	301 864	(1 249 754)	-
Total operating revenue	158 528 562	15 357 742	13 880 102	25 530 824	213 297 230
Operating costs:					
Cost of programs issued	(30 205 457)	-	-	2 343 456	(27 862 001)
Cost of merchandise sold	(518 638)	(4 404 298)	-	(5 047 798)	(9 970 734)
Supplies and services	(48 796 710)	(8 691 285)	(8 028 692)	(16 005 836)	(81 522 523)
Employee benefits	(28 059 726)	(744 019)	(4 962 969)	(14 916 868)	(48 683 582)
Amortisation and depreciation	(6 126 639)	(51 147)	(1 809 467)	(2 319 764)	(10 307 017)
Provisions and impairment losses	(227 942)	-	-	-	(227 942)
Other operating expenses	(935 227)	(273 470)	(211 025)	(436 592)	(1 856 314)
Total operating costs	(114 870 339)	(14 164 219)	(15 012 153)	(38 726 858)	(180 430 113)
Operating profit/(loss)	43 658 223	1 193 523	(1 132 051)	(13 196 034)	32 867 117
Finance costs net					(7 919 237)
Profit before tax					24 947 880
Income tax expense					(8 743 769)
Net profit from continuing operations					16 204 111

Discontinued operations:

	2007	OUTDOOR 2006
Segment operating revenue	16 601 363	17 399 622
Segment operating profit	3 209 156	563 561
Segment net finance costs	(1 620 546)	(1 462 594)
Income tax expense	(715 232)	290 290
Minority interest	122 039	(40 723)
Recognised gain (Note 7)	16 875 895	-
Operating profit/(loss) from discontinued operations (Note 14)	17 871 312	(649 466)

Total consolidated operating revenue and net consolidated profit for the year are as follows:

	TOTAL CONSOLIDATED OPERATING REVENUE		NET CONSOLIDATED PROFIT FOR THE YEAR	
	2007	2006	2007	2006
Continuing operations	222 354 683	213 297 230	12 449 660	16 204 111
Discontinuing operations	16 601 363	17 399 622	17 871 312	(649 466)
Inter-segment transactions	-	(1 181 111)	-	-
	238 956 046	229 515 741	30 320 972	15 554 645

Additional relevant segment reporting information is as follows:

	TELEVISION	ENTERTAINMENT	2007 RADIO	OTHERS	CONSOLIDATED
Assets, net	362 732 842	29 372 294	49 009 348	(28 178 300)	412 936 184
Liabilities	151 517 037	26 556 795	48 407 839	13 014 930	239 496 601
Other information:					
Investment in tangible assets	7 462 493	89 027	1 525 496	773 954	9 850 970
Investment in intangible assets	-	-	2 188	-	2 188

	TELEVISION	ENTERTAINMENT	2006 RADIO	OUTDOORS	OTHERS	CONSOLIDATED
Assets, net	320 964 661	11 507 410	57 491 223	35 239 900	(76 561 830)	348 641 364
Liabilities	142 726 284	9 329 649	53 949 950	30 059 805	(34 272 234)	201 793 454
Other information:						
Investment in tangible assets	10 193 526	42 309	1 353 855	125 244	1 270 825	12 985 759
Investment in intangible assets	-	-	110 560	-	-	110 560

8. OPERATING REVENUE BY NATURE

Consolidated operating revenue for the years ended 31 December 2007 and 2006, is made up as follows:

	2007	2006
Sales:		
Magazines	6 444 716	7 518 329
CD's	10 555 699	13 623 649
DVD's	7 707 017	-
Complementary press products	2 072 295	3 839 997
Other	28 741	328 266
	26 808 468	25 310 241

Services rendered:		
Television advertising	143 777 500	141 209 494
Radio advertising	12 601 797	12 392 643
Press advertising	5 671 119	6 404 242
Internet advertising	3 166 682	3 040 672
Others	12 070 629	10 094 910
	177 287 727	173 141 961

Other operating revenue:		
Support services to the production of television series	4 629 877	3 459 205
Written message services	8 999 276	6 890 302
Transmission and exhibition rights and the sale of images	1 876 193	1 842 085
Other operating revenue	2 753 142	2 653 436
	18 258 488	14 845 028

9. COST OF PROGRAMS BROADCASTED AND GOODS SOLD

This caption for the years ended 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	2007	2006
Programs broadcasted	27 606 514	26 500 650
Variation of production	(880 946)	3 704 807
Goods sold	4 405 859	4 404 297
Materials consumed	2 153 113	3 222 981
	33 284 540	37 832 735

10. EMPLOYEE BENEFITS

Employee benefits for the years ended 31 December 2007 and 2006 are made up as follows:

	2007	2006
Wages and salaries	38 015 482	33 939 415
Charges on wages and salaries	7 977 410	7 162 110
Performance bonus	3 059 646	3 689 004
Share based incentive plan (a)	-	463 574
Severance payments	2 531 557	1 324 613
Labour accident insurance and others	408 324	486 635
Others	1 468 883	1 618 231
	53 461 302	48 683 582

(a) The decrease in this caption is due to the extinction of the share based incentive plan in 2007 (Note 41).

The average number of personnel, per segment, of the companies included in the consolidation in the years ended 31 December 2007 and 2006, was as follows:

	2007	2006
Television	699	625
Entertainment	69	20
Radio	227	178
Outdoor	-	68
Others	366	294
	1 361	1 185

11. FINANCE COSTS, NET

The caption finance costs, net for the years ended 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	2007	2006
Financial costs:		
Interest expense	8 448 566	6 282 612
Foreign exchange losses	40 210	43 820
Loss arising on the valuation of derivatives (Note 35)	2 038 273	-
Other	1 328 898	1 840 381
	11 855 947	8 166 813
Financial income:		
Interest income	2 822 239	2 563 932
Foreign exchange gain	527 401	304 614
Investment income	1 442	-
Gain arising on the valuation of derivatives (Note 35)	83 596	1 525 906
Other	10 287	74 799
	3 444 965	4 469 251
	8 410 982	3 697 562

12. 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 1.5% of the taxable profit subject to and not exempt from Corporate Income Tax, resulting in an aggregate tax rate of about 26.5%.

In 2006 the Grupo Media capital companies were 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%

In the year ended 31 December 2007 the subsidiary MEDIA GLOBAL and the subsidiaries in which it has a direct or indirect participation of at least 90% which comply with the requirements of article 63° of the Corporation Income Tax Code were covered by the special regime for taxation of groups of companies. The companies in question are: MC Serviços, Publipartner, MCR, Cidade, Comercial, Regional, Rádio XXI, Farol, Central Discos, Entertainment, TVI, Kimberley, Reti, Multimédia, Med Cap, MCT,

Expansão, Eventos, MCE, Expolider, Cena, Unidivisa and Ludicodrome. 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, considering the expected future taxable income.

At 31 December 2007 and 2006 the tax losses carried forward, by year they expire, were as follows:

	2007	2006
2007	-	3 300 000
2008	5 000 000	6 000 000
2009	3 900 000	3 600 000
2010	2 250 000	2 000 000
2011	4 600 000	4 500 000
2012	5 900 000	4 600 000
2013	2 000 000	-
	23 650 000	24 000 000

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 2004 to 2007, inclusive, are still subject to review and correction. The Board of Directors believes that any correction to the tax returns that might result from examinations carried out by the tax authorities will not have a significant effect on the consolidated financial statements.

Following is a reconciliation of the tax rate for the years ended 31 December 2007 and 2006:

(a) Reconciliation of the tax rate

	2007	2006
Profit before tax of the continuing operations	25 530 221	24 947 880
Profit before tax of the discontinued operations (Note 14)	17 871 312	(899 034)
	43 401 533	24 048 846
Nominal income tax rate	25.00%	27.50%
Estimated tax charge	10 850 383	6 613 433
Permanent differences (i)	(3 226 737)	875 796
Impairment of deferred tax asset (ii)	4 003 232	274 103
Deferred tax assets recovered (iii)	(253 653)	-
Adjustment to income tax due (iv)	327 446	304 995
Negative change in equity (v)	(288 865)	(164 904)
Fines and other penalties	907 045	-
Municipal surcharge	761 710	-
Change in rate	-	550 056
	13 080 561	8 453 479
Current tax (Note 34)	9 382 375	704 247
Deferred tax for the year	2 791 141	7 749 232
Other taxes	907 045	-
	13 080 561	8 453 479
Effective tax rate	30.14%	35.15%
Attributable to:		
Continuing operations	13 080 561	8 743 769
Discontinued operations	-	(290 290)
	13 080 561	8 453 479

(i) These amounts for the years ended 31 December 2007 and 2006 are made up as follows:

	2007	2006
Net loss on associated companies	824 004	4 182 875
Non tax deductible amortisation and depreciation	2 177 267	1 022 548
Accounting and tax gains and losses	(16 880 088)	-
Provisions not considered for the calculation of deferred taxes	311 805	619 313
Fines and other penalties	372 819	288 638
Share based incentive plan	-	500 000
Part of employee's allowances not tax deductible	58 042	20 493
Tax benefits	(805 970)	(874 867)
Non tax deductible financial expenses	2 186 290	722 453
Public Share Offering costs	(2 040 908)	(2 040 909)
Others net	889 794	(1 255 831)
	(12 906 945)	3 184 713
	25.00%	27.50%
	(3 226 737)	875 796

(ii) This amount comprises approximately 2.800.000 Euros recognised in previous years, which the Board of Directors believes are not recoverable.

(iii) This amount corresponds to the utilisation of tax losses carried forward not recognised in prior years as they were considered to be not recoverable.

(iv) This amount represents autonomous taxation of certain expenses.

(v) This amount corresponds to the repurchase of equity instruments.

(b) Temporary differences – changes in deferred taxes

	2007		
	BEGINNING BALANCES	INCREASE (DECREASE)	ENDING BALANCES
Deferred tax assets:			
Provisions	3 232 897	(2 968 909)	263 988
Derivatives	(694 616)	677 109	(17 507)
Inter group company margins not recognised	1 346 341	144 230	1 490 571
Tax losses carried forward	6 007 157	(100 637)	5 906 520
Allowance for deferred tax assets not realisable	(4 332 584)	(1 380 757)	(5 713 341)
	5 559 195	(3 628 964)	1 930 231
Deferred tax liabilities:			
Inter group company margins not recognised	41 193	(18 905)	22 288
Refinancing costs	770 177	(770 177)	-
Amortised cost	70 794	(48 726)	22 068
Revaluation reserves	12 315	(15)	12 300
	894 479	(837 823)	56 656

	2006			
	BEGINNING BALANCES	INCREASE (DECREASE)	CHANGE IN RATE	ENDING BALANCES
Deferred tax assets:				
Provisions	5 223 799	(1 868 906)	(121 996)	3 232 897
Derivatives	(187 962)	(532 866)	26 212	(694 616)
Inter group company margins not recognised	957 294	439 852	(50 805)	1 346 341
Tax losses carried forward	16 170 421	(9 562 549)	(600 715)	6 007 157
Allowance for deferred tax assets not realisable	(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:				
Inter group company margins not recognised	68 731	(25 982)	(1 556)	41 193
Refinancing costs	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

13. RESULT OF DISCONTINUED OPERATIONS

The result of discontinued operations due to the sale of the Outdoor publicity operation is shown below. Financial information relating to the result of that operation in 2006 was restated so as to be presented as a discontinued operation.

Result of discontinued operations:

	2007	2006
Services rendered	16 572 660	17 328 363
Other operating revenue	28 703	71 259
	16 601 363	17 399 622
Operating costs	(13 392 207)	(16 836 061)
	3 209 156	563 561
Financial costs net	(1 620 546)	(1 462 594)
Profit/(loss) before income tax	1 588 610	(899 033)
Income tax for the year	(715 232)	290 290
Minority interest	122 039	(40 723)
Gain on the sale (Note 7)	16 875 895	-
	17 871 312	(649 466)

Cash flows from discontinued operations:

	2007	2006
Operating activities	2 703 939	1 316 322
Investing activities	(732 675)	(1 409 765)
Financing activities	(1 027 328)	(666 338)
Net increase/(decrease) in cash and cash equivalents	943 936	(759 781)

Additionally, cash flow from investment activities include the receipt of 40,002,602 Euros resulting from the sale of MC Outdoor (Note 7).

14. EARNINGS PER SHARE

Earnings per share for the year were calculated considering the following amounts.

	2007	2006
Earnings:		
Profit attributable to equity holders of the parent for purposes of calculating earnings per share (net profit for the year)	30 234 786	15 400 399
Profit of discontinued operations for purposes of calculating earnings per share of discontinued operations	(17 871 312)	649 466
Profit for purposes of calculating earnings per share of continuing operations	12 363 474	16 049 865
Number of shares		
Average number of shares for purposes of calculating basic earnings per share	84 513 180	84 513 180
Effect of the additional shares resulting from the employee incentive plan	-	1 038 450
Average number of shares for purposes of calculating diluted earnings per share	84 513 180	85 551 630
Earnings per share of continuing operations:		
Basic	0.1463	0.1899
Diluted	0.1463	0.1876
Earnings per share of discontinued operations:		
Basic	0.2115	(0.0077)
Diluted	0.2115	(0.0076)
Earnings per share:		
Basic	0.3578	0.1822
Diluted	0.3578	0.1800

15. GOODWILL

The changes in goodwill in the years ended 31 December 2007 and 2006 are as follows:

	2007	2006
Cost:		
Balance at the beginning of the period	174 373 452	174 373 452
Additions relating to business combinations (Note 7)	2 627 227	-
Acquisition of minority interests	11 490 193	-
Sale of Group companies (Note 7)	(27 035 913)	-
Balance at the end of the period	161 454 959	174 373 452
Accumulated impairment losses:		
Balance at the beginning of the period	-	-
Impairment recognised in the period (Note 30)	(1 055 925)	-
Balance at the end of the period	(1 055 925)	-
Net book value:		
Balance at the beginning of the period	174 373 452	174 373 452
Balance at the end of the period	160 399 034	174 373 452

Acquisitions of minority interests in 2007 are as follows:

	NBP	FEALMAR	MULTICENA	TOTAL
Fair value of the assets	4 113 230	4 977 765	244 697	
Percentage acquired	40%	40%	30%	
Fair value of assets acquired	1 645 292	1 991 106	73 409	3 709 807
Cost of acquisition	3 074 140	11 686 180	439 680	15 200 000
Goodwill	1 428 848	9 695 074	366 271	11 490 193

Goodwill at 31 December 2007 and 2006, by business segment, is as follows:

	2007	2006
By segment:		
Television	129 557 545	118 849 963
Entertainment	3 409 838	782 611
Radio	21 643 989	21 643 989
Outdoors	-	27 035 913
Non reportable segments	5 787 662	6 060 976
	160 399 034	174 373 452

For impairment analysis purposes, goodwill was distributed 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 rate applicable to each of the segments, has concluded that the book value of the investments, including related goodwill, at 31 December 2007 and 2006 does not exceed their recoverable amount. The cash flows considered correspond to the most recent business plans approved by the Board of Directors.

Impairment losses recognised in 2007 are due essentially to the termination of the Internet Service Provider business during the year, as a result of the Board of Directors decision to concentrate on the other business models based on the Internet. Consequently, goodwill relating directly to that business, which was included in the non reportable segments, was adjusted.

16. INTANGIBLE ASSETS

The changes in intangible assets and related accumulated amortisation and impairment losses in the years ended 31 December 2007 and 2006 are as follows:

	ISP ASSETS	OTHER (A)	TOTAL
Gross amounts:			
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
Additions	-	2 188	2 188
Write offs	-	(7 492 562)	(7 492 562)
Balance at 31 December 2007	7 434 360	4 175 978	11 610 338

	ISP ASSETS	OTHER (A)	TOTAL
Accumulated amortisation:			
Balance at 31 December 2005	(5 451 169)	(608 944)	(6 060 113)
Amortisation for the year (Note 18)	(991 000)	(735 006)	(1 726 006)
Adjustments	-	122 778	122 778
Balance at 31 December 2006	(6 442 169)	(1 221 172)	(7 663 341)
Amortisation for the year (Note 18)	(992 191)	(783 188)	(1 775 379)
Write offs	-	7 492 562	7 492 562
Adjustments	-	(114 700)	(114 700)
Balance at 31 December 2007	(7 434 360)	5 373 502	(2 060 858)

	ISP ASSETS	OTHER (A)	TOTAL
Net amounts:			
Net book value at 31 December 2006	992 191	10 445 180	11 437 371
Net book value at 31 December 2007	-	9 549 480	9 549 480

(a) 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 2007 and 2006 were as follows:

	Land 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 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
Changes in consolidation perimeter	(1 886 432)	(6 537 263)	(598 642)	(89 956)	(963 798)	(1 055 702)	(109 714)	(11 241 507)
Acquisitions	160 310	3 888 083	876 790	195 480	1 022 925	3 707 382	-	9 850 970
Disposals and write-offs	-	(135 961)	(1 468 562)	-	(464 371)	-	-	(2 068 894)
Transfers	100 390	2 971 763	-	-	368 409	1 263 364	(4 703 926)	-
Balance at 31 December 2007	9 417 551	87 756 176	6 349 652	3 010 000	13 004 090	9 104 660	2 758 674	131 400 803

	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 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)
Changes in consolidation perimeter	288 935	4 677 045	469 617	71 068	890 615	1 003 918	-	7 401 198
Depreciation for the year	(493 313)	(5 147 412)	(1 217 838)	(194 711)	(1 165 006)	(1 733 460)	-	(9 951 740)
Disposals and write-offs	-	69 447	1 266 374	-	305 552	-	-	1 641 373
Balance at 31 December 2007	(4 830 715)	(71 964 023)	(4 242 850)	(2 635 120)	(10 058 153)	(4 509 724)	-	(98 240 585)

	Land 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 2006	6 416 946	16 006 451	2 779 063	392 999	2 951 611	1 409 434	7 572 314	37 528 818
Net book value at 31 December 2007	4 586 836	15 792 153	2 106 802	374 880	2 945 937	4 594 936	2 758 674	33 160 218

Amortisation and depreciation recognised in the statements of profit and loss for 2007 and 2006 is made up as follows:

	2007	2006
Depreciation of tangible assets	9 951 740	9 790 877
Amortisation of intangible assets (Note 17)	1 775 379	1 726 006
	11 727 119	11 516 883
Attributable to:		
Continuing operations	11 727 119	10 307 017
Discontinued operations	-	1 209 866
	11 727 119	11 516 883

18. INVESTMENTS

The changes in investments in the years ended 31 December 2007 and 2006 are as follows:

	Investments in associates	Investments in other companies	Securities and other financial participations	Total
Balance at 31 December 2005	526 731	45 397	2 644	574 772
Application of the equity method	126 026	-	-	126 026
Sales	(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
Transfers (Note 20)	-	(42 395)	(2 644)	(45 039)
Application of the equity method	(195 576)	-	-	(195 576)
Sales	(153 750)	-	-	(153 750)
Balance at 31 December 2007	259 391	-	-	259 391

Investments in associates at 31 December 2007 are made up as follows:

Company	Head office	Total assets	Total revenue	Shareholders' equity	Result for the year	Effective participation of the Group	Book value
Transjornal	Lisboa	2 581 281	6 048 989	(4 070 269)	(280 271)	35%	-
União de Leiria	Leiria	6 783 639	5 168 867	1 286 662	(1 417 849)	20%	259 391

As a result of applying the equity method of accounting and recognising estimated impairment losses, the following amounts were recorded in the caption "Loss on associated companies, net" in the years ended 31 December 2007 and 2006:

Company	Gain/(loss) on associated companies	
	2007	2006
CLMC (a)	(132 185)	(3 946 636)
União de Leiria	(195 576)	87 226
Transjornal (Nota 30)	(98 096)	(362 265)
	(425 857)	(4 221 675)

(a) This amount corresponds to the proportional participation in the loss of CLMC for 2007, up to the date it was included in the consolidation perimeter using the full consolidation method.

The investment in Transjornal at 31 December 2007 includes loans granted, the nominal amount of which and estimated losses are as follows:

Estimated losses	(1 424 595)
Other current assets	1 039 150
Additional responsibilities assumed (a)	(385 445)

(a) These responsibilities are included in liabilities.

19. AVAILABLE-FOR-SALE ASSETS

The changes in this caption in the year ended 31 December 2007 are as follows:

	2007
Balance at the beginning of the period	-
Transfers (Note 19)	45 039
Changes in the consolidation perimeter	(34 907)
Acquisitions	8 913 853
Balance at the end of the period	8 923 985

The available-for-sale assets at 31 December 2007 were as follows:

	2007
Fundo de Investimento para o Cinema e Audiovisual ("FICA") (a)	8 863 853
Fundação Casa da Música	50 000
Others	10 132
	8 923 985

(a) On 27 July 2007 the Company subscribed for participating units representing 12.05% of a special cinema and audiovisual investment fund, founded in the terms of Ministerial Order 277/2007 of 14 March, reserved for the participants: the State, PT Multimédia, Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A., RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A. and the Company.

The objective of the fund is to invest in cinema, audiovisual and multi-platform works aimed at broadening their operations so as to increase and improve supply and increase the potential value of these productions, with the ultimate purpose of stimulating and developing cinema and audiovisual art.

The amount subscribed for is payable as follows:

	NOMINAL VALUE	FAIR VALUE
2007	1 000 000	821 143
2008	2 000 000	1 628 391
2009	2 000 000	1 715 240
2010	2 000 000	1 806 722
2011	2 000 000	1 903 083
2012	1 000 000	989 274
	10 000 000	8 863 853

The liability not yet paid up for acquiring the participation, recorded at amortised cost considering the Company's cost of borrowing at the 1 month Euribor rate plus 0.55%, is recorded as follows at 31 December 2007:

	NOMINAL VALUE	FAIR VALUE
Other non-current liabilities (Note 31)	7 000 000	6 414 319
Other current liabilities (Note 33)	2 000 000	1 628 391
	9 000 000	8 042 710

20. TRANSMISSION RIGHTS AND TELEVISION PROGRAMS

Transmission rights and television programs at 31 December 2007 and 2006 include soaps, series, documentaries, films and other sports and entertainment programs, as follows:

NATURE	2007	2006
Entertainment	3 664 163	3 008 822
Films	7 471 653	6 681 486
Soaps	32 820 224	27 214 341
Series	2 946 922	5 987 743
Sports	4 696 654	463 462
Other	4 039	815 690
	51 603 655	44 171 543
Non-current assets	42 098 307	39 541 418
Current assets	9 505 348	4 630 125
	51 603 655	44 171 543

21. OTHER NON-CURRENT ASSETS

This caption at 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	2007	2006
Radio expansion project	1 024 112	541 222
Dali Outdoor Invest S.A. (Note 7)	5 000 000	-
	6 024 112	541 222

22. INVENTORIES

This caption at 31 December 2007 and 2006 was made up as follows:

	2007			2006		
	Gross	Accumulated impairment losses (Note 30)	Net	Gross	Accumulated impairment losses (Note 30)	Net
Raw, subsidiary and consumable materials	3 212 821	(10 715)	3 202 106	1 393 727	(10 715)	1 383 012
Merchandise	744 904	(30 326)	714 578	753 905	(180 325)	573 580
	3 957 725	(41 041)	3 916 684	2 147 632	(191 040)	1 956 592

The cost of goods sold and material consumed of the continuing and discontinued operations for 2007 and 2006 amounts to 6,558,972 Euros and 7,627,278 Euros, respectively.

23. TRADE AND OTHER RECEIVABLES

This caption at 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	2007			2006		
	Gross	Accumulated impairment losses (Note 30)	Net	Gross	Accumulated impairment losses (Note 30)	Net
Customers	50 985 686	(8 159 992)	42 825 694	49 596 982	(9 355 636)	40 241 346
Related parties (Note 36)	1 327 804	-	1 327 804	2 802 574	-	2 802 574
Amounts to be invoiced	2 270 588	-	2 270 588	3 260 841	-	3 260 841
	54 584 078	(8 159 992)	46 424 086	55 660 397	(9 355 636)	46 304 761

24. OTHER CURRENT ASSETS

This caption at 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	2007			2006		
	Gross	Accumulated impairment losses (Note 30)	Net	Gross	Accumulated impairment losses (Note 30)	Net
State and other public entities (Note 34)	3 445 509	-	3 445 509	4 745 185	-	4 745 185
Sundry creditors	20 878 165	(17 630 650)	3 247 515	21 860 318	(17 589 723)	4 270 595
Accounts receivable from related parties (Note 36)	71 096 968	-	71 096 968	1 443 551	-	1 443 551
Advances to suppliers	400	-	400	229 582	-	229 582
Prepayments	7 872 325	-	7 872 325	4 008 992	-	4 008 992
	103 293 367	(17 630 650)	85 662 717	32 287 628	(17 589 723)	14 697 905

25. CASH AND CASH EQUIVALENTS

This caption at 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	2007	2006
Demand bank deposits	4 748 321	8 337 229
Cash	268 208	274 026
	5 016 529	8 611 255

26. EQUITY ATTRIBUTABLE TO EQUITY HOLDERS OF THE PARENT

Capital: The Company's fully subscribed and paid up capital at 31 December 2007 consisted of 84,513,180 shares of nine cents each.

At 31 December 2007 MEDIA CAPITAL's capital was held by the following shareholders:

	SHARES	PERCENTAGE
Vértix, SGPS, S.A. ("VERTIX")	80 027 607	94,69
Others with participations of less than 10%	4 485 573	5,31
	84 513 180	100,00

In 2007, as a result of public share purchase offers, VERTIX became holder of 94.69% 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 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 the reserve reaches 20% of share capital. This reserve cannot be distributed, except upon liquidation of the company, but may be used to absorb losses after all the other reserves have been used up or to increase capital. At 31 December 2007 and 2006, legal reserve amounts to 981,391 Euros and 7,402 Euros, respectively.

27. EQUITY ATTRIBUTABLE TO MINORITY INTEREST

The changes in this caption in the years ended 31 December 2007 and 2006 are as follows:

	2007	2006
Balance at the beginning of the period	3 036 028	2 857 764
Changes in the consolidation perimeter and acquisition of minority interests	(2 573 841)	(16 704)
Results attributable to minority interest	86 186	194 968
Balance at the end of the period	548 373	3 036 028

Minority interest reflected on the consolidated balance sheet corresponds to the following companies:

	2007	2006
FEALMAR (a)	-	1 991 105
NBP (a)	-	519 216
TVI	243 142	202 597
CLMC	230 000	-
PUBLICARRIS (b)	-	172 724
PUBLIMETRO (b)	-	68 183
MULTICENA (a)	-	51 654
IOL Negócios	47 230	21 365
EMAV	15 522	5 703
BTP (b)	-	3 481
SPOT	12 479	-
	548 373	3 036 028

(a) The decrease results from the acquisition of the minority interests in these companies.

(b) The decrease results from the sale of MC Outdoor.

Minority interest reflected in the consolidated statements of profit and loss for the years ended 31 December 2007 and 2006 corresponds to the following companies:

	2007	2006
FEALMAR	-	149 558
TVI	40 525	37 390
EMAV	9 820	5 704
NBP	-	(15 130)
MULTICENA	-	(12 400)
IOL Negócios	25 862	(10 876)
SPOT	9 979	-
	86 186	154 246

28. BORROWINGS

This caption at 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	2007		2006	
	Current	Book value Non current	Current	Nominal value Non current
Bank loans (a)	509 256	99 734 238	509 256	100 000 000
Finance lease creditors (b)	884 787	905 112	884 787	905 112
Factoring (c)	-	-	-	-
Other loans (d)	140 990	6 218	140 990	6 218
	1 535 033	100 645 568	1 535 033	100 911 330

(a) This amount includes a medium and long term commercial paper program in Euros contracted with four financial institutions, starting in February 2007 after restructuring the Group's borrowings, to finance the acquisition of investments and current operations.

The nominal amount drawn, total contracted and repayment plan at 31 December 2007 are as follows:

	31 DECEMBER 2007	TOTAL CONTRACTED
Commercial paper	100.000.000	130.000.000

The repayment plan is as follows:

	REPAYMENT PLAN
2008	1 500 000
2009	4 500 000
2010	12 500 000
2011	30 500 000
2012	81 000 000
	130 000 000

The commercial paper bears interest at the Euribor rate plus a variable spread, based on the relationship between the Company's borrowings and its performance. At 31 December 2007 the spread was 0.4%.

The commercial paper program contracted establishes advance repayment of the loan in the event of non compliance with certain covenants, relating essentially to ownership of the capital and financial performance measured through the EBITDA, which at 31 December 2007 were being complied with.

In addition, this caption includes a short term bank loan of 509,256 Euros (Note 39), which bears interest at the Euribor rate plus a spread of 1.25% and is repayable in 11 monthly instalments of 46,296 Euros each, from January 2008 to November 2008.

(b) At 31 December 2007 and 2006 the Media Capital Group had the following assets under finance lease:

	2007	
	Cost	Accumulated depreciation Net
Machinery and equipment	1 443 712	(326 415) 1 117 297
Transport equipment	2 361 975	(1 803 534) 558 441
Administrative equipment	305 397	(177 059) 128 338
Other tangible assets	185 930	(116 206) 69 724
	4 297 014	(2 423 214) 1 873 800

	2006	
	Cost	Accumulated depreciation Net
Machinery and equipment	369 074	(193 243) 175 831
Transport equipment	2 468 702	(1 701 776) 766 926
Administrative equipment	305 397	(133 238) 172 159
Other tangible assets	185 930	(97 613) 88 317
	3 329 103	(2 125 870) 1 203 233

The lease instalments not yet due are payable as follows:

	2007	2006
2007	-	561 254
2008	884 787	-
2008	-	525 071
2009	657 964	11 531
2010	161 048	-
2011	86 100	-
	905 112	536 602

(c) The caption "Factoring" refers to amounts advanced by financial entities, corresponding to invoices issued by the subsidiaries FEALMAR, CLMC and MC Telecomunicações, which were reclassified to other current liabilities.

(d) The caption "Other loans" includes a loan from IAPMEI, relating to repayable subsidies granted under the Operational Program of the Economy. This loan is repayable as follows:

	NOMINAL VALUE PAYABLE
2008	140 990
2009	6 218

29. PROVISIONS AND ACCUMULATED IMPAIRMENT LOSSES

The changes in provisions in the years ended 31 December 2007 and 2006 are as follows:

	Taxes	Legal processes in progress	Losses on investments (Note 19)	Total
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)
Utilisation	-	(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
Changes in the consolidation perimeter	(374 946)	(168 604)	2 068 860	1 525 310
Increases	(49 565)	201 060	98 096	249 591
Decreases	-	(50 000)	-	(50 000)
Utilisation	(301 425)	(187 143)	-	(488 568)
Reclassifications	-	-	(23 762)	(23 762)
Balance at 31 December 2007	1 470 046	3 327 534	2 454 305	7 251 885

The provision for taxes is to cover estimated tax payable in the future.

The changes in impairment losses in the years ended 31 December 2007 and 2006 are as follows:

	Non-current assets (Note 22)	Inventories (Note 23)	Trade and other receivables (Note 24)	Other current assets (Note 25)	Total
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)
Utilisation	-	(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
Changes in the consolidation perimeter	-	-	(2 030 218)	(58 262)	(2 088 479)
Increases	-	-	782 308	1 101	783 409
Decreases	-	-	(168 721)	-	(168 721)
Utilisation	-	(149 999)	220 987	98 088	169 076
Reclassifications	-	-	-	-	-
Balance at 31 December 2007	-	41 041	8 159 992	17 630 650	25 831 683

Provisions and impairment losses recognised in the years ended 31 December 2007 and 2006 were as follows:

	2007	2006
Impairment of goodwill (Note 16)	1 055 925	-
Taxes	(49 565)	227 942
Litigation in process	201 060	-
	1 207 420	227 942

The remaining increases and decreases were reflected in other operating costs.

30. OTHER NON-CURRENT LIABILITIES

This caption and the corresponding payment plan were as follows at 31 December 2007 and 2006:

	2009	2010 and subsequent years	2007 Total
FICA (Note 20)	1 715 240	4 699 079	6 414 319
State and other public entities - liability under payment plans	176 358	196 390	372 748
Liability for the acquisition of Expolider	-	400 000	400 000
	1 891 598	5 295 469	7 187 067

	2008	2009 and subsequent years	2006 Total
State and other public entities - liability under 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

31. TRADE AND OTHER PAYABLES

This caption at 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	2007	2006
Current suppliers	29 111 293	27 192 056
Related parties (Note 36)	1 611 780	399 961
Accrued costs:		
Accrued trade discounts	27 135 417	26 287 917
Program broadcasting costs	2 588 976	3 365 974
Other external supplies and services	2 962 566	5 705 856
Accrued remuneration (a)	-	9 235 900
Accrued interest	-	600 828
Rights and royalties	3 124 926	2 848 473
Sales returns	3 906 343	3 863 686
Other	2 361 751	3 518 207
	72 803 052	83 018 858

(a) Amount reclassified to "Other current liabilities" (Note 33).

32. OTHER CURRENT LIABILITIES

This caption at 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	2007	2006
Suppliers of fixed assets	1 902 203	2 862 705
Sundry creditors:		
Employee benefits	12 601 208	-
Factoring advances	5 002 864	-
Aquisition of TCS	-	666 665
Aquisition of NBP FEALMAR and MULTICENA	-	1 120 890
Económica SGPS S.A.	-	465 741
Soingeste - Aquisition of RECTANGULO	-	1 389 067
Aquisition of EXPOLIDER	270 725	769 110
TDF	268 481	-
Others	1 610 622	1 956 353
FICA (Note 20)	1 628 391	-
State and other public entities (Note 34)	19 337 174	13 755 466
Accounts payable to related parties (Note 36)	52 427	29 368
Deferred revenue	7 343 245	6 679 341
	50 017 340	29 694 706

33. STATE AND OTHER PUBLIC ENTITIES

This caption at 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	Receivable (Note 25)	2007 Payable (Note 33)	Receivable (Note 25)	2006 Payable (Note 33)
Corporate Income Tax (a)	463 258	7 493 196	1 432 840	67 560
Value Added Tax	2 982 251	6 484 134	3 312 345	8 532 699
Social Security contributions	-	1 697 845	-	1 620 941
Personal Income Tax	-	1 662 147	-	1 751 617
Instituto Português de Arte Cinematográfica e Audiovisual/Cinemateca Portuguesa	-	1 476 435	-	1 566 382
Liabilities included in tax payment plans	-	194 477	-	176 358
Others	-	328 940	-	39 909
	3 445 509	19 337 174	4 745 185	13 755 466

(a) Credit balances related to Corporate income tax are made up as follows:

	2007	2006
Current income tax for the year (Note 13)	9 382 375	704 247
Third party withholdings and payments on account	(1 889 179)	(636 687)
	7 493 196	67 560

These derivatives are stated at fair value as of the balance sheet date, determined based on valuations made by third parties. Changes in fair value are reflected on the statement of profit and loss caption "Finance costs, net" (Note 12).

34. DERIVATIVE FINANCIAL INSTRUMENTS

At 31 December 2007 and 2006 the Group had derivative financial instruments essentially for the purpose 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 2007 the Group had the following derivative instruments:

Interest rate derivatives

At 31 December 2007 the Group had interest rate swaps contracted to hedge interest rate risk on part of its loans. Their market value at 31 December 2007 was 66,062 Euros (negative 184,302 Euros at 31 December 2006). Cost of the swap for the year ended 31 December 2007 was 166,768 Euros.

At 31 December 2006 the Company had an equity swap over treasury shares contracted with a financial entity, valued at 2,805,494 Euros, and which ended in 2007. In the year ended 31 December 2007 the Company incurred costs of 452,789 Euros with this instrument. Financial settlement of the swap in the amount of 1,220,010 Euros resulted in a loss of 2,038,273 Euros.

35. BALANCES AND TRANSACTIONS WITH RELATED COMPANIES

The balances at 31 December 2007 and 2006 and transactions for the years then ended with related companies excluded from consolidation are as follows:

	2007								
	Trade and other receivables (Note 24)	Other current assets (Note 25)	Trade payables (Note 32)	Other current liabilities (Note 33)	Sales	Services rendered	Other operating revenue	Financial income	External supplies and services
CLMC	-	-	-	-	-	379 010	5 393	429 685	59 885
Transjornal	453 708	67 496	71 815	436	920	94 086	15 666	68 483	190 584
Transpublicidade	-	-	-	-	-	-	-	-	-
União de Leiria	124 449	-	-	-	-	28 050	-	-	-
CD TOP	-	-	1 050	-	-	-	-	-	-
Promotora de Informaciones S.A.	612 313	71 000 000	324 635	-	-	-	-	239 729	-
Prisa Innova S.L.	45 617	-	-	-	91 233	-	-	-	-
Grupo Empres. de Medios Impresos S.L.	678	-	-	-	-	560	-	-	-
Gerencia de Medios S.A.	91 039	-	-	-	-	87 280	-	-	-
Nanook	-	29 273	19 036	-	-	-	-	-	15 732
Play	-	199	1 195 244	51 991	4 420 766	161	3 393	-	952 662
Others	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1 327 804	71 096 968	1 611 780	52 427	4 512 919	589 147	24 452	737 897	1 218 863

	2006								
	Trade and other receivables (Note 24)	Other current assets (Note 25)	Trade payables (Note 32)	Other current liabilities (Note 33)	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	-	-	-	-	-	-	-
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	2 064 189	3 920	690 937	313 289

On 31 December 2007, the Company maintained a short term loan of 71,000,000 Euros made to Promotora de Informaciones, S.A., which bears interest at the 3 month Euribor rate plus a spread of 0.55%.

36. FINANCIAL COMMITMENTS

At 31 December 2007 and 2006 the Company had contracts and agreements with third parties to broadcast films and other programs in the amounts of 15,062,268 Euros and 20,866,363 Euros, respectively. The estimated years in which the films and programs will be available for broadcasting are as follows:

31 DECEMBER 2007: NATURE	2008	2009	2010	2011 AND FOLLOWING YEARS	TO BE DEFINED	TOTAL
Films	428 699	722 622	1 546 214	337 879	336 500	3 371 914
Series	768 000	208 708	297 604	191 474	58 923	1 524 708
Entertainment	249 280	-	-	-	-	249 280
Documentaries	69 767	-	-	-	156 589	226 357
Sport	9 690 010	-	-	-	-	9 690 010
	11 205 756	931 330	1 843 818	529 352	552 012	15 062 268

31 DECEMBER 2006: NATURE	2007	2008	2009	2010 AND FOLLOWING YEARS	TO BE DEFINED	TOTAL
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
Documentaries	-	13 385	-	-	226 357	239 742
Sport	8 600 000	4 300 010	-	-	-	12 900 010
	14 560 181	5 515 169	71 927	-	719 086	20 866 363

37. 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 2007 and 2006:

	2007	2006
US Dollar (USD)	1 47211	1 31387
British Pound (GBP)	0 73335	0 67071
Swiss Franc (CHF)	1 65871	1 60867

38. CONTINGENT LIABILITIES

At 31 December 2007 MEDIA CAPITAL had the following bank and other guarantees given to third parties:

Comfort letters relating to compliance with Commercial Paper covenants	35 000 000
Bank guarantees - program suppliers	5 390 000
Dali Invest Outdoor - Guarantee given resulting from the sale of MC Outdoor	2 000 000
Universal Studios International BV - Stand by Letter of Credit	1 517 647
Warner Music - bank guarantee under an agreement with ENTERTAINMENT (a)	1 500 000
Tax Authorities - legal execution processes (b)	1 074 735
CLMC - letter of credit with 20th Century Fox Home Entertainment (c)	900 000
IAPMEI (Note 29.d)	442 009
Bank guarantees relating to electricity supply contracts	381 984
Guarantee relating to radio expansion projects	303 158
Bank guarantee - amount due for the acquisition of EXPOLIDER	276 833
União de Leiria, SAD	149 639
Bank guarantee - amount due for the acquisition of EXPOLIDER (d)	125 000
Legal processes and others (b)	37 423
Others	70 988
	49 169 416

(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.

NBP has mortgaged a building owned by it in guarantee of a loan of 509,256 Euros (Note 29).

At 31 December 2007 there was a comfort letter given under a medium and long term loan contract (Note 29) relating to com-

pliance with covenants resulting from a commercial paper program.

39. 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 2007 amounted to 1,784,824 Euros (1,605,192 Euros in 2006). The remuneration was earned in the various companies included in the consolidation.

The above mentioned remuneration for 2007 consists of fixed remuneration of 1,536,124 Euros and variable remuneration of 248,700 Euros.

During the years ended as of 31 December 2007 and 2006, the fixed remuneration of the key management personnel of the group amounted to 2,585,641 Euros and 2,721,397 Euros respectively, and their variable remuneration amounted to 977,147 Euros and 1,121,086 Euros, respectively.

40. INCENTIVE PLAN

In 2004 the Board of Directors approved an incentive plan for some employees. The plan consisted 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 were defined in each year to which the rights granted refer. The grant of these options over treasury shares was depended on compliance with certain quantity (the Company's financial performance) and quality (relating to the employees covered by the plan) targets. In 2007, as a result of the expected decrease in liquidity of the Group's shares due to the public share purchase offerings, the Company decided to cancel the share based incentive plan, having repurchased from the employees the rights attributed and not exercised for 1,155,458 Euros corresponding to its fair value based on valuations made by third party entities.

41. FINANCIAL INSTRUMENTS

At 31 December 2007 and 2006 the financial instruments were as follows:

	2007	2006
Financial assets:		
Available for sale assets	8 923 985	-
Receivables	138 110 915	61 543 888
Cash and cash equivalents	5 016 529	8 611 255
Derivatives by results	66 062	2 805 494
	152 117 491	72 960 637

	2007	2006
Financial liabilities:		
Derivatives by results	-	184 302
Borrowings	102 180 601	78 818 886
Payables	130 007 459	115 856 473
	232 188 060	194 859 661

The Media Capital Group is exposed essentially to the following risks:

a) Market risk

Market risks relate to changes in interest and exchange rates.

(i) Interest rate

Interest rate risk relates essentially to the variable interest rate to which the commercial paper program is subject. In order to reduce the level of risk to which the Group is exposed, Media Capital contracted a hedge which fixes the range of variation of the 1 month Euribor rate with a cap of 4.99% and a floor of 3.58%.

At 31 December 2007 loans of 50,000,000 Euros were covered by the above hedge, the remaining 52,180,601 Euros being exposed to changes in market interest rates.

If the market interest rates were 0.5% higher or lower during the years ended 31 December 2007 and 2006 net profit for these years would have increased or decreased by 400,000 Euros and 470,000 Euros, respectively.

The Company's sensitivity to changes in interest rates is limited by the above hedging products, which are recorded at market value determined by reference to valuations made by independent entities.

(ii) Exchange rate

Exchange rate risk relates to debts in currencies other than the Euro, the Group's reporting currency.

At 31 December 2007 exchange rate risk refers essentially to:

- television program transmission rights contracts entered into with several foreign producers;
- cinema and video transmission rights contracts entered into with Twentieth Century Fox and Warner Bros.

The Euro equivalents of the Company's foreign currency balances, translated at the exchange rates in force at 31 December 2007 and 2006, are as follows:

	ASSETS/LIABILITIES	
	2007	2006
US Dollar (USD)	651 863	6 761 861
British Pounds (GBP)	(156 200)	(51 104)
Swiss Francs (CHF)	(157 146)	(156 728)
	338 517	6 554 029

The Company is also subject to exchange rate risk on future transmission rights contracts to be entered into, for which hedging instruments are not contracted.

c) Credit risk

Credit risk relates essentially to accounts receivable resulting from the Group's operations (Note 24), which the Group endeavours to reduce through its policy of financial discounts for early or cash payment. This risk is monitored on a regular basis for each of the Group's businesses with the objective of:

- limiting credit granted to customers considering their profiles and age of the receivable;
- monitoring evolution of the credit level granted;
- analysing the recoverability of amounts receivable on a regular basis.

Impairment loss on accounts receivable is determined considering:

- aging analysis of accounts receivable;
- risk profile of the customer;
- financial condition of the customer.

Changes in impairment loss on accounts receivable are shown in Note 30.

The Board of Directors believes that the estimated impairment losses at 31 December 2007 are adequately provided for in the financial statements. The Company believes that there is no need to increase the adjustments to accounts receivable more than the amounts shown in Note 30. In addition, the financial discount allowed for early or cash payment serves as a measure to reduce the credit risk of the Group's various businesses.

At 31 December 2007 and 2006, accounts receivable include balances due as detailed below, for which no impairment losses

were recognised as the Board of Directors considers those balances recoverable:

AMOUNTS DUE	2007	2006
Until 90 days	4 701 906	6 274 692
90 to 180 days	9 721 707	11 720 929
more than 180 days	7 371 919	7 170 475
	21 795 532	25 166 096

d) Liquidity risk

Liquidity risk can occur if the funding sources, such as operating cash flow, divestment, credit lines and cash flows obtained from financing operations do not meet the financing needs, such as cash payments for operations and financing, investments, shareholder remuneration and repayment of debt.

In order to mitigate this risk, the Group endeavours to maintain a liquid position and average debt maturities that enable it to repay debt on adequate terms. At 31 December 2007 and 2006 cash and cash equivalents and the unused amount of the commercial paper program and credit lines totalled 35,016,529 Euros and 58,611,255 Euros. Financial liabilities at 31 December 2007 and 2006 mature as follows:

FINANCIAL LIABILITIES	UP TO 1 YEAR	1 TO 2 YEARS	+ 3 YEARS	2007 TOTAL
Remunerated:				
Borrowings	1 535 033	17 819 012	82 826 556	102 180 601
Other non-current liabilities	-	3 698 320	3 488 747	7 187 067
Non-remunerated:				
Other current liabilities	50 017 340	-	-	50 017 340
Trade and other payables	72 803 052	-	-	72 803 052
	124 355 425	21 517 332	86 315 303	232 188 060

FINANCIAL LIABILITIES	UP TO 1 YEAR	1 TO 2 YEARS	+ 3 YEARS	2006 TOTAL
Remunerated:				
Borrowings	28 869 999	49 948 887	-	78 818 886
Other non-current liabilities	-	2 946 519	196 390	3 142 909
Non-remunerated:				
Other current liabilities	29 694 706	-	-	29 694 706
Trade and other payables	83 018 858	-	-	83 018 858
Derivatives by results	184 302	-	-	184 302
	141 767 865	52 895 406	196 390	194 859 661

43. 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.

THE ACCOUNTANT

THE BOARD OF DIRECTORS

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 2007 do Grupo Media Capital, SGPS, S.A. ("Grupo"), as quais compreendem o balanço consolidado em 31 de Dezembro de 2007 que evidencia um total de 412.936.184 Euros e capitais próprios de 173.439.583 Euros, incluindo um resultado líquido consolidado de 30.234.786 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.

A expressão Deloitte refere-se a uma ou várias sociedades que operam ao abrigo de um acordo com a Deloitte Touche Tohmatsu, uma Swiss Verein, bem como as suas respectivas representadas e afiliadas. Deloitte Touche Tohmatsu é uma associação mundial de sociedades dedicadas à prestação de serviços profissionais de excelência, concentradas no serviço ao cliente sob uma estratégia global, aplicada localmente em, aproximadamente, 150 países. Como Swiss Verein (associação), nem a Deloitte Touche Tohmatsu nem qualquer das suas sociedades membro assumem qualquer responsabilidade isolada ou solidária pelos actos ou omissões de qualquer das outras sociedades membro. Cada uma das sociedades membro é uma entidade legal e separada que opera sob a marca "Deloitte", "Deloitte & Touche", "Deloitte Touche Tohmatsu" ou outros nomes relacionados.

Capital Social: 500.000,00 euros - Matricula na CRC de Lisboa e NIPC 501 776 311
Sede: Edifício Atrium Saldanha, Praça Duque de Saldanha, 1 - 6º, 1050-094 Lisboa
Tel: +(351) 210 427 500 Fax: +(351) 210 427 950 - www.deloitte.com/pt

- Porto: Bom Sucesso Trade Center, Praça do Bom Sucesso, 61 - 13º, 4150-146 Porto - Tel +(351) 225 439 200 - Fax +(351) 225 439 650

Member of
Deloitte Touche Tohmatsu

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 2007, o resultado consolidado das suas operações, os seus fluxos consolidados de caixa e as alterações no seu capital próprio consolidado no 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, 6 de Fevereiro de 2008

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
 BALANÇOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2007 E 2006
 (Montantes expressos em Euros)

ACTIVO	Notas	2007	2006
ACTIVOS NÃO CORRENTES:			
Activos tangíveis	9	544.262	30.834
Investimentos em subsidiárias	10	182.518.819	182.518.819
Activos disponíveis para venda	21	50.000	-
		<u>183.113.081</u>	<u>182.549.653</u>
ACTIVOS CORRENTES:			
Clientes e contas a receber	18	9.098.959	2.349.342
Outros activos correntes	11	27.958.465	29.077.936
Caixa e seus equivalentes	12	3.622	2.548
Instrumentos financeiros derivados	17	-	2.805.494
		<u>37.061.046</u>	<u>34.235.320</u>
TOTAL DO ACTIVO		<u><u>220.174.127</u></u>	<u><u>216.784.973</u></u>
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO			
CAPITAL PRÓPRIO:			
Capital	13	7.606.186	7.606.186
Prémio de emissão de acções	13	81.709.213	81.709.213
Reservas		19.619.220	1.294.907
Resultados transitados		103.973.474	103.973.474
Resultado líquido do exercício		3.034.008	19.479.771
Total do capital próprio		<u>215.942.101</u>	<u>214.063.551</u>
PASSIVO:			
PASSIVO CORRENTE:			
Fornecedores e contas a pagar	14	2.926.372	2.174.888
Outros passivos correntes	15	1.305.654	546.534
Total do passivo		<u>4.232.026</u>	<u>2.721.422</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO		<u><u>220.174.127</u></u>	<u><u>216.784.973</u></u>

O anexo faz parte integrante dos balanços em 31 de Dezembro de 2007 e 2006.

O TÉCNICO OFICIAL DE CONTAS

O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

DEMONSTRAÇÕES DOS RESULTADOS

DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2007 E 2006

(Montantes expressos em Euros)

	<u>Notas</u>	<u>2007</u>	<u>2006</u>
<u>PROVEITOS OPERACIONAIS:</u>			
Prestações de serviços	4	6.351.776	110.053
Outros proveitos operacionais	4	303.340	2.260.000
Total de proveitos operacionais		<u>6.655.116</u>	<u>2.370.053</u>
<u>CUSTOS OPERACIONAIS:</u>			
Fornecimentos e serviços externos		(4.319.032)	(2.080.457)
Custos com pessoal	5	(2.013.967)	(1.612.144)
Amortizações	9	(264.272)	(5.608)
Outros custos operacionais		(22.062)	(2.809)
Total de custos operacionais		<u>(6.619.333)</u>	<u>(3.701.018)</u>
Resultados operacionais		<u>35.783</u>	<u>(1.330.965)</u>
<u>RESULTADOS FINANCEIROS:</u>			
Custos financeiros, líquidos	6	(2.131.554)	1.302.819
Ganhos em subsidiárias	10	5.909.917	19.509.291
Resultados antes de impostos		<u>3.778.363</u>	<u>20.812.110</u>
		<u>3.814.146</u>	<u>19.481.145</u>
Imposto sobre o rendimento do exercício	7	(780.138)	(1.374)
Resultado líquido do exercício		<u>3.034.008</u>	<u>19.479.771</u>
Resultado por acção			
Básico	8	0,0359	0,2305
Diluído	8	0,0359	0,2277

O anexo faz parte integrante das demonstrações dos resultados dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006.

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 2007 E 2006

(Montantes expressos em Euros)

	Nota	2007	2006
ACTIVIDADES OPERACIONAIS:			
Recebimentos de clientes		67.110	69.890
Pagamentos a fornecedores		(3.127.368)	(972.174)
Pagamentos ao pessoal		(2.538.336)	(711.215)
Fluxos gerados pelas operações		(5.598.594)	(1.613.499)
Outros recebimentos/(pagamentos) relativos à actividade operacional		(600.310)	(11.462)
Fluxos das actividades operacionais (1)		<u>(6.198.904)</u>	<u>(1.624.961)</u>
ACTIVIDADES DE INVESTIMENTO:			
Recebimentos respeitantes a:			
Dividendos		25.419.208	-
Instrumentos financeiros derivados	17	1.220.010	-
Empréstimos concedidos a empresas participadas		-	1.926.815
		<u>26.639.218</u>	<u>1.926.815</u>
Pagamentos respeitantes a:			
Aquisição de activos disponíveis para venda		(50.000)	-
Aquisição de activos tangíveis		(22.384)	(448)
Empréstimos concedidos a empresas participadas		(19.787.708)	-
		<u>(19.860.092)</u>	<u>(448)</u>
Fluxos das actividades de investimento (2)		<u>6.779.126</u>	<u>1.926.367</u>
ACTIVIDADES DE FINANCIAMENTO:			
Recebimentos respeitantes a:			
Juros e proveitos similares		2.103	104.506
Pagamentos respeitantes a:			
Outras despesas financeiras		(581.251)	(414.047)
		<u>(581.251)</u>	<u>(414.047)</u>
Fluxos das actividades de financiamento (3)		<u>(579.148)</u>	<u>(309.541)</u>
Variação de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)		1.074	(8.135)
Caixa e seus equivalentes no início do período		2.548	10.683
Caixa e seus equivalentes no fim do período		3.622	2.548

O anexo faz parte integrante das demonstrações dos fluxos de caixa dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006.

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 2007 E 2006

(Montantes expressos em Euros)

	<u>Capital</u>	<u>Prémio de emissão de ações</u>	<u>Reservas</u>	<u>Resultados transitados</u>	<u>Resultado líquido do exercício</u>	<u>Total do capital próprio</u>
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	<u>7.606.186</u>	<u>82.035.267</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	-	(326.054)	-	326.054	-	-
Plano de atribuição de opções de compra de ações	-	-	(99.650)	-	-	(99.650)
Resultado 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>1.294.907</u>	<u>103.973.474</u>	<u>19.479.771</u>	<u>214.063.551</u>
Aplicação de resultados	-	-	19.479.771	-	(19.479.771)	-
Recompra de opções de compra de ações	-	-	(1.155.458)	-	-	(1.155.458)
Resultado líquido do exercício	-	-	-	-	3.034.008	3.034.008
Saldo em 31 de Dezembro de 2007	<u>7.606.186</u>	<u>81.709.213</u>	<u>19.619.220</u>	<u>103.973.474</u>	<u>3.034.008</u>	<u>215.942.101</u>

O anexo faz parte integrante das demonstrações consolidadas das alterações do capital próprio dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006.

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 6 de Fevereiro de 2008.

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, os proveitos operacionais e o resultado líquido em 192.762.057 Euros, 235.264.575 Euros, 215.699.567 Euros e 27.200.778 Euros, respectivamente e em diminuir o capital próprio em 42.502.518 Euros.

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.

Os activos tangíveis são amortizados a partir do momento em que os activos subjacentes estejam disponíveis para utilização. A amortização destes activos, deduzidos do seu valor residual, é realizada de acordo com o método das quotas constantes, 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 de transporte	4
Equipamento administrativo	4
Outras imobilizações corpóreas	3 - 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 em subsidiárias

Os investimentos representativos de partes de capital em subsidiárias, encontram-se registados ao custo de aquisição, deduzido das perdas de imparidade, quando estas se verificarem.

Os dividendos recebidos pelas empresas subsidiárias 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 efectuado.

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 dos 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 calculados e reconhecidos de acordo com o método da taxa de juro efectiva.

2.4.5 Instrumentos financeiros derivados

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 dos resultados no período em que ocorrem.

2.4.6 Activos disponíveis para venda

Os activos financeiros classificados como disponíveis para venda são inicialmente registados pelo seu valor de aquisição, que respeita ao justo valor do preço pago incluindo despesas de transacção e considerados como activos não correntes.

Após o reconhecimento inicial, os activos financeiros disponíveis para venda são reavaliados pelos seus justos valores por referência ao seu valor de mercado à data de balanço. Nas situações em que aqueles activos respeitem a instrumentos de capital próprio não admitidos à cotação em mercados regulamentados e para os quais não é possível estimar com fiabilidade o seu justo valor, os mesmos são mantidos ao seu custo de aquisição deduzido de eventuais perdas de imparidade.

2.5 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 por imparidade, registada na demonstração dos 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 obterá 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 por imparidade é reconhecida na demonstração dos resultados como um proveito operacional. Contudo, a reversão da perda por imparidade é efectuada até ao limite da quantia que estaria reconhecida (líquida de amortização), caso essa perda não tivesse sido registada em períodos anteriores.

2.6 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 periodicamente 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 período 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.

2.7 Rédito e especialização dos exercícios

Os proveitos decorrentes da prestação de serviços são reconhecidos na demonstração dos 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.

2.8 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 dos resultados do período.

2.9 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 2007 não ocorreram alterações de políticas contabilísticas, face àquelas consideradas na preparação da informação financeira relativa ao exercício de 2006, 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 2007 e 2006, inclui o cálculo do valor recuperável dos investimentos em subsidiárias. 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.

No exercício findo em 31 de Dezembro de 2007 foi adoptada a IFRS 7 - Instrumentos Financeiros - Divulgações a qual é aplicável para exercícios iniciados em ou após 1 de Janeiro de 2007. O impacto da adopção da IFRS 7 resulta nas divulgações adicionais relativas a instrumentos financeiros (Nota 22).

Adicionalmente, à data da aprovação destas demonstrações financeiras pelo Conselho de Administração encontram-se emitidos, mas de aplicação obrigatória apenas em exercícios seguintes, as seguintes normas e interpretações ainda não adoptadas pela Empresa:

- IAS 23 (revisto) – Custos de financiamento (exercícios iniciados em ou após 1 de Janeiro de 2009)
- IFRS 8 – Relato por segmentos (exercícios iniciados em ou após 1 de Janeiro de 2009)
- IFRIC 11 – Transacções com acções próprias (exercícios iniciados em ou após 1 de Março de 2007)
- IFRIC 12 – Contratos de concessão (exercícios iniciados em ou após 1 de Janeiro de 2008)
- IFRIC 13 – Programas de fidelização (exercícios iniciados em ou após 1 de Julho de 2008)
- IFRIC 14 – Benefícios definidos (exercícios iniciados em ou após 1 de Janeiro de 2008)

Apesar do impacto da adopção em exercícios futuros das normas e interpretações acima mencionadas nas demonstrações financeiras não se encontrar ainda completamente avaliado, é entendimento do Conselho de Administração da Empresa de que o mesmo não será material.

4. RECEITAS OPERACIONAIS POR NATUREZA

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, as receitas operacionais respeitam essencialmente a serviços prestados a empresas participadas.

5. CUSTOS COM PESSOAL

Nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, os custos com pessoal foram como segue:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
Ordenados	1.421.796	631.455
Encargos sobre remunerações	257.059	120.840
Prémios de desempenho	243.792	328.000
Plano de incentivos baseado em acções (a)	-	500.000
Indemnizações por rescisões contratuais	40.012	14.670
Seguros de acidentes de trabalho e outros afins	13.332	5.730
Outros	37.976	11.449
	<u>2.013.967</u>	<u>1.612.144</u>

(a) A redução nesta rubrica é explicada pela extinção do plano de incentivos baseado em acções ocorrida no exercício de 2007 (Nota 20).

Durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, o número médio de pessoal foi de 23 e 13 empregados, respectivamente.

6. CUSTOS FINANCEIROS, LÍQUIDOS

Os custos e proveitos financeiros dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, têm a seguinte composição:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
<u>Custos financeiros:</u>		
Perdas em instrumentos derivados (Nota 17)	2.038.273	-
Juros suportados	49.538	1.524
Outros custos financeiros	45.997	34.501
	<u>2.133.808</u>	<u>36.025</u>
<u>Proveitos financeiros:</u>		
Juros obtidos	2.244	-
Diferenças de cambio favoráveis	10	-
Ganhos na valorização de instrumentos derivados	-	1.265.861
Outros proveitos financeiros	-	72.983
	<u>2.254</u>	<u>1.338.844</u>
	<u>(2.131.554)</u>	<u>1.302.819</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 até ao limite máximo de 1,5% sobre o lucro tributável sujeito e não isento de IRC, resultando uma taxa de imposto agregada de cerca de 26,5%.

Em 2006, a Empresa encontrava-se sujeita a IRC à taxa normal de 25% acrescida de Derrama à taxa de 10%, resultando uma taxa de imposto agregada de 27,5%.

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 2004 a 2007 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 2007 E 2006
(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 2007 e 2006, os prejuízos fiscais reportáveis ascendiam a 13.404.692 Euros e 10.890.572 Euros, respectivamente, os quais caducam conforme segue:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
2007	-	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	3.084.617
2013	3.158.634	-
	<u>13.404.692</u>	<u>10.890.572</u>

A reconciliação da taxa de imposto dos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, é conforme segue:

(a) Reconciliação da taxa de imposto

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
Resultados antes de impostos	3.814.146	19.481.145
Taxa nominal de imposto	<u>25,00%</u>	<u>27,50%</u>
Imposto estimado	953.537	5.357.315
Diferenças permanentes (i)	(1.964.013)	(5.760.688)
Varição patrimonial negativa	(288.750)	(164.904)
Imposto diferido activo não realizável (ii)	1.299.227	568.277
Multas e outras penalidades	776.231	-
Ajustamento à colecta (iii)	3.907	1.374
	<u>780.138</u>	<u>1.374</u>
Imposto corrente	<u>780.138</u>	<u>1.374</u>

(i) Nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, estes montantes tinham a seguinte composição:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
Dividendos	(5.909.917)	(19.509.291)
Custos com oferta pública de venda	(2.040.909)	(2.040.909)
Plano de incentivo baseado em acções	-	500.000
Outros, líquidos	94.773	102.244
	<u>(7.856.053)</u>	<u>(20.947.956)</u>
	<u>25,0%</u>	<u>27,5%</u>
	<u>(1.964.013)</u>	<u>(5.760.688)</u>

(ii) Este montante corresponde a activos por impostos diferidos gerados no exercício, relativamente aos quais não é certa a sua recuperabilidade.

(iii) Este montante representa a parcela de impostos relativo à tributação autónoma de certas despesas.

ANEXO ÀS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2007 E 2006
(Montantes expressos em Euros)(b) Diferenças temporárias – movimento nos impostos diferidos nos exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006

	31 de Dezembro de 2006	Constituição	Reversão	Alteração taxa	31 de Dezembro de 2007
Prejuízos fiscais reportáveis	2.722.643	789.659	(161.129)	-	3.351.173
Instrumentos financeiros derivados	(743.456)	509.568	233.888	-	-
	1.979.187	1.299.227	72.759	-	3.351.173
Estimativa impostos diferidos não realizáveis	(1.979.187)	(1.299.227)	(72.759)	-	(3.351.173)
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-

	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)
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-

8. RESULTADO POR ACÇÃO

Os resultados por acção foram calculados tendo em consideração o seguinte:

	2007	2006
Resultado:		
Resultado líquido do exercício	3.034.008	19.479.771
<u>Número de acções:</u>		
Número médio ponderado de acções para efeito de cálculo dos resultado líquido por acção básico	84.513.180	84.513.180
Efeito das acções adicionais decorrentes dos planos de incentivos a empregados	-	1.038.450
Número médio ponderado de acções para efeito de cálculo do resultado líquido por acção diluído	<u>84.513.180</u>	<u>85.551.630</u>
Resultado por acção		
Básico	0,0359	0,2305
Diluído	0,0359	0,2277

9. ACTIVOS TANGÍVEIS

Durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, os movimentos ocorridos nos activos tangíveis, bem como nas respectivas amortizações e perdas de imparidade acumuladas, foram como segue:

	Equipamento transporte	Equipamento administrativo	Outras imobilizações corpóreas	Total
<u>Valor bruto :</u>				
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	-	4.590	50.413	55.003
Aquisições	-	2.121	-	2.121
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	-	6.711	50.413	57.124
Aquisições	86.115	21.241	685.503	792.859
Alienações e abates	(18.125)	(3.688)	-	(21.813)
Saldo em 31 de Dezembro de 2007	67.990	24.264	735.916	828.170
<u>Amortizações e perdas de imparidade acumuladas:</u>				
Saldo em 31 de Dezembro de 2005	-	(3.331)	(17.351)	(20.682)
Reforço	-	(567)	(5.041)	(5.608)
Saldo em 31 de Dezembro de 2006	-	(3.898)	(22.392)	(26.290)
Reforço	(29.673)	(4.140)	(230.459)	(264.272)
Alienações e abates	3.724	2.932	(2)	6.654
Saldo em 31 de Dezembro de 2007	(25.949)	(5.106)	(252.853)	(283.908)
<u>Valor líquido:</u>				
Valor líquido em 31 de Dezembro de 2006	-	2.813	28.021	30.834
Valor líquido em 31 de Dezembro de 2007	42.041	19.158	483.063	544.262

10. INVESTIMENTOS EM SUBSIDIÁRIAS

Durante os exercícios findos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, não ocorreram movimentos nos investimentos em subsidiárias, cujo detalhe é conforme segue:

	2007	2006
Partes de capital	142.315.139	142.315.139
Empréstimos de financiamento	40.203.680	40.203.680
	<u>182.518.819</u>	<u>182.518.819</u>

Os empréstimos de financiamento, referem-se a prestações acessórias de capital concedidas à empresa subsidiária sob o regime das prestações suplementares, não vencem juros e só poderão ser reembolsadas em conformidade com a legislação em vigor. Esta, estabelece 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.

Em 31 de Dezembro de 2007, os investimentos financeiros em subsidiárias respeitavam ao investimento na Meglo – Media Global, SGPS, S.A., cuja sede, activo, capital próprio, proveitos totais e resultado líquido do exercício eram conforme detalhe abaixo:

Denominação	Sede	Activo total	Capital próprio	Proveitos totais	Resultado do exercício	Percentagem de participação	Valor de balanço
MEGLO - Media Global, SGPS, S.A. ("Meglo")	Lisboa	427.169.723	79.529.919	63.608.247	33.741.286	100%	182.518.819

Durante o exercício findo em 31 de Dezembro de 2007, a Meglo distribuiu dividendos de 5.909.917 Euros (19.509.291 Euros em 2006), conforme deliberado na respectiva Assembleia Geral, realizada em 3 de Dezembro de 2007. Este montante foi registado na demonstração dos resultados na rubrica "Ganhos em subsidiárias".

Para efeitos da análise de imparidade, o investimento efectuado 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, descontados à taxa considerada aplicável a cada negócio, concluiu que em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, o valor contabilístico daquele investimento, 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 2007 e 2006, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
Estado e outros entes públicos (Nota 16)	159.729	948.295
Devedores diversos	-	94.105
Contas a receber de partes relacionadas (Nota 18)	27.759.275	28.021.911
Pagamentos antecipados	39.461	13.625
	<u>27.958.465</u>	<u>29.077.936</u>

12. CAIXA E SEUS EQUIVALENTES

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
Depósitos bancários	664	2.359
Caixa	2.958	189
	<u>3.622</u>	<u>2.548</u>

13. CAPITAL PRÓPRIO

Composição de capital: Em 31 de Dezembro de 2007, o capital da Empresa, totalmente subscrito e realizado, era composto por 84.513.180 acções com o valor nominal de nove cêntimos cada.

Em 31 de Dezembro de 2007, o capital da Empresa era detido pelos seguintes accionistas:

	<u>Acções</u>	<u>Percentagem</u>
Vértix, SGPS, S.A. ("VERTIX")	80.027.607	94,69
Outros, inferiores a 10% do capital	4.485.573	5,31
	<u>84.513.180</u>	<u>100,00</u>
	=====	=====

Durante o exercício de 2007, em resultado das ofertas públicas de aquisição ocorridas, a VERTIX passou a deter 94,69 % 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 emitentes 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. Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, a reserva legal ascendia a 981.391 Euros e 7.402 Euros, respectivamente.

14. FORNECEDORES E CONTAS A PAGAR

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
Fornecedores correntes	291.654	504.730
Contas a pagar a partes relacionadas (Nota 18)	1.905.560	102.638
Custos a pagar:		
Outros fornecimentos e serviços externos	720.543	1.015.050
Remunerações a liquidar (a)	-	499.430
Despesas financeiras	-	-
Outros	8.615	53.040
	<u>2.926.372</u>	<u>2.174.888</u>

(a) Montante reclassificado, em 2007, para outros passivos correntes (Nota 15).

15. OUTROS PASSIVOS CORRENTES

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
Fornecedores de imobilizado	-	1.053
Credores diversos:		
Remunerações a pagar	969.313	-
Outros	34.570	23.371
Estado e outros entes públicos (Nota 16)	183.241	106.207
Contas a pagar a partes relacionadas (Nota 18)	118.530	415.903
	<u>1.305.654</u>	<u>546.534</u>

16. ESTADO E OUTROS ENTES PÚBLICOS

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, esta rubrica tinha a seguinte composição:

	<u>2007</u>		<u>2006</u>	
	Saldos devedores (Nota 11)	Saldos credores (Nota 15)	Saldos devedores (Nota 11)	Saldos credores (Nota 15)
Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Colectivas	9.286	-	7.336	-
Imposto sobre o Valor Acrescentado	150.443	43.340	940.959	-
Contribuições para a Segurança Social	-	56.961	-	48.838
Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares	-	82.940	-	57.369
	<u>159.729</u>	<u>183.241</u>	<u>948.295</u>	<u>106.207</u>

17. INSTRUMENTOS FINANCEIROS DERIVADOS

Em 31 de Dezembro de 2006, a Empresa tinha contratado com uma instituição financeira, um *equity swap* sobre acções próprias, avaliado naquela data em 2.805.494 Euros e que terminou em 2007. Durante o exercício de 2007, a Empresa incorreu em encargos financeiros com este instrumento de 452.789 Euros, tendo a sua liquidação financeira de 1.220.010 Euros gerado uma perda de 2.038.273 Euros (Nota 4).

ANEXO ÀS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2007 E 2006
(Montantes expressos em Euros)

18. PARTES RELACIONADAS

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, as partes relacionadas eram essencialmente as empresas participadas pela Meglo, conforme segue:

Denominação social	Sede	Percentagem efectiva do capital detido	
		2007	2006
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
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 – Editora Multimédia, S.A. ("MULTIMÉDIA")	Barcarena	100	100
AGEFINAN - Agência de Notícias Financeiras, S.A. ("AGEFINAN")	Lisboa	100	100
MEDIA CAPITAL TELECOMUNICAÇÕES, S.A. ("MCT")	Barcarena	100	100
LÚDICODROME - EDITORA, Unipessoal, Lda. (b)	Barcarena	100	100
UNIDIVISA - Promoção de Projectos de Media, S.A. ("UNIDIVISA")	Barcarena	100	100
FEALMAR – Empresa de Teatro Estúdio de Lisboa, S.A. ("FEALMAR")	Lisboa	100	60
NBP – Produção em Vídeo, S.A. ("NBP")	Lisboa	100	60
MULTICENA – Equipamento de Imagem e Som, S.A. ("MULTICENA")	Lisboa	100	60
NBP – Ibérica - Producciones Audiovisuales, S.A.	Madrid (ESP)	100	59
CASA DA CRIAÇÃO – Argumentos para Audiovisual, Lda. ("CASA DA CRIAÇÃO")	Lisboa	100	60
EPC – Empresa Portuguesa de Cenários, Lda. ("EPC")	Vialonga	100	60
NBP Brasil, S.A.	Brasil	100	-
EMAV – Empresa de Meios Audiovisuais, Lda. ("EMAV")	Vialonga	90	54
CLMC – Multimedia, S.A. ("CLMC")	Lisboa	90	50
IOL NEGÓCIOS - Serviços de Internet, S.A.	Porto	69	69
Eventos Spot - Agenciamento e Produção de Espectáculos, Lda. ("SPOT")	Lisboa	50	-
TRANSJORNAL – Edições de Publicações, S.A. ("Transjornal")	Lisboa	35	35
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
FERGRÁFICA – Artes Gráficas, S.A. ("Fergráfica")	Lisboa	-	6
UNITÉNIS – Sociedade de Empreendimentos de Ténis, S.A. ("Uniténis")	Lisboa	-	-
NP - Notícias de Portugal, Cooperativa de Utentes de Serviço de Informação, CRL	Lisboa	-	-
MEDIA CAPITAL OUT DOOR - PUBLICIDADE, S.A. ("MC OUTDOOR")	Barcarena	-	100
PRESSETEP – Comunicação e Meios Publicitários, S.A. ("PRESSETEP")	Barcarena	-	100
TCS – Publicidade em Transportes e Meios de Comunicação, S.A. ("TCS")	Barcarena	-	100
STM – Serviços Técnicos de Manutenção de Publicidade, S.A. ("STM")	Barcarena	-	100
PUBLIMETRO – Publicidade em Meios de Transporte e Outros, S.A. ("PUBLIMETRO")	Barcarena	-	60
BTP – Publicidade e Transportes e Meios de Comunicação, S.A. ("BTP")	Barcarena	-	55
PUBLICARRIS – Publicidade na Companhia de Carris de Ferro de Lisboa, S.A. ("PUBLICARRIS")	Barcarena	-	55
Teatro Mais – Actividades Teatrais, Lda. ("Teatro Mais")	Lisboa	-	60
SETEPCOM – Equipamentos e Espaços Comerciais, S.A. ("Setepcom")	Lisboa	-	-
TRANSPUBLICIDADE – Publicidade em Transportes, S.A. ("Transpublicidade")	Lisboa	-	40

ANEXO ÀS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2007 E 2006
(Montantes expressos em Euros)

Os saldos em 31 de Dezembro de 2007 e 2006 e as transacções efectuadas naqueles exercícios com estas empresas, são os seguintes:

Saldos:

	2007			
	Clientes e contas a receber	Outros activos correntes (Nota 11)	Fornecedores (Nota 14)	Outros passivos correntes (Nota 15)
TVI	3.508.407	9.248	1.341	10.364
MC SERVIÇOS	2.760.322	33.334	585.966	77.631
RETI	1.031.692	250	-	-
NBP	446.773	7.560	-	-
MCE	431.607	3.933	-	1.097
ENTERTAINMENT	350.901	-	-	-
COMERCIAL	323.195	-	-	-
CLMC	146.440	-	-	-
MULTIMÉDIA	34.185	219.590	10.417	-
PROMOTORA	17.525	-	324.635	-
Publipartner	16.962	424	-	-
Meglo	-	27.480.094	873.015	-
FAROL	-	1.315	1.178	-
SPOT	-	-	5.687	-
MCT	-	-	-	14.438
MED CAP	-	2.727	15.327	-
CENA	-	-	-	15.000
REGIONAL	-	-	87.994	-
FEALMAR	-	200	-	-
MULTICENA	-	300	-	-
CASA DA CRIAÇÃO	-	300	-	-
	<u>9.068.009</u>	<u>27.759.275</u>	<u>1.905.560</u>	<u>118.530</u>

	2006			
	Clientes 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>

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, as contas a receber da Meglo são exigíveis no curto prazo.

ANEXO ÀS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2007 E 2006
(Montantes expressos em Euros)Transacções:

	2007			
	Prestações de serviços	Outros proveitos operacionais	Fornecimentos e serviços externos	Ganhos em subsidiárias
TVI	3.212.682	-	13.303	-
RETI	904.704	-	-	-
NBP	375.453	27.000	-	-
Meglo	367.803	191.059	721.500	5.909.917
MCE	363.506	29.250	18.502	-
ENTERTAINMENT	298.238	9.000	-	-
COMERCIAL	290.351	-	500	-
MULTIMÉDIA	213.665	9.000	199.844	-
CLMC	150.401	-	-	-
MC SERVIÇOS	130.431	12.432	586.918	-
MC OUTDOOR	25.044	18.000	-	-
Publipartner	19.498	-	10.310	-
REGIONAL	-	-	267.734	-
FAROL	-	-	18.807	-
MED CAP	-	-	72.178	-
EPC	-	-	2.950	-
	<u>6.351.776</u>	<u>295.741</u>	<u>1.912.546</u>	<u>5.909.917</u>

	2006				
	Prestações de serviços	Outros proveitos operacionais	Fornecimentos e serviços externos	Custos com pessoal	Ganhos em subsidiárias
MC SERVIÇOS	1.811	2.260.000	-	-	-
TVI	83.333	-	-	-	-
CLMC	13.125	-	-	-	-
ENTERTAINMENT	2.357	-	-	-	-
Publipartner	-	-	4.872	1.949	-
Meglo	-	-	-	-	19.509.291
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>	<u>19.509.291</u>

19. REMUNERAÇÃO DOS MEMBROS CHAVE DA EMPRESA

As remunerações auferidas pelos membros dos órgãos de administração da Empresa, no exercício findo em 31 de Dezembro de 2007, foram de 1.784.824 Euros (1.605.192 Euros em 2006). Estas remunerações foram auferidas nas diversas empresas incluídas na consolidação.

As remunerações auferidas em 2007 atrás referidas dividem-se em remunerações fixas de 1.536.124 Euros e remunerações variáveis de 248.700 Euros.

No exercício findo em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, as remunerações fixas das pessoas chave de gestão do Grupo Media Capital ascenderam a 2.585.641 e 2.721.397 Euros, respectivamente, e as remunerações variáveis ascenderam a 977.147 e 1.121.086 Euros, respectivamente.

20. PLANO DE INCENTIVOS

O Conselho de Administração aprovou durante 2004, um plano de incentivos para alguns empregados. Este plano era constituído por opções de compra de acções da Empresa representativas de uma percentagem até 5% do seu capital, distribuídas por um período de quatro anos, com início em 2004. O número de acções a atribuir e o seu valor de exercício eram definidos em cada ano a que se refere a atribuição dos direitos. A atribuição e exercício destas opções sobre acções dependiam do cumprimento de determinadas metas quantitativas (performance financeira da Empresa) e qualitativas (relativas aos empregados abrangidos pelo plano). Durante o exercício findo em 31 de Dezembro de 2007, e em resultado da redução esperada na liquidez das acções do grupo resultantes das operações públicas de aquisição ocorridas, a Empresa optou por cancelar este plano de incentivos baseado em acções, tendo recomprado aos empregados os direitos entretanto atribuídos e não exercidos por 1.155.458 Euros, correspondente ao seu valor de mercado, calculado com base em avaliações efectuadas por terceiras entidades.

21. ACTIVOS DISPONIVEIS PARA VENDA

Em 31 de Dezembro de 2007, os activos disponíveis para venda referem-se a uma participação na Fundação Casa da Música no montante de 50.000 Euros.

22. INSTRUMENTOS FINANCEIROS

Em 31 de Dezembro de 2007 e 2006, os instrumentos financeiros são conforme segue:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
<u>Activos financeiros:</u>		
Activos disponíveis para venda	50.000	-
Contas a receber de terceiros	37.057.424	31.427.278
Caixa e seus equivalentes	3.622	2.548
Derivados por resultados	-	2.805.494
	<u>37.111.046</u>	<u>34.235.320</u>
<u>Passivos financeiros:</u>		
Contas a pagar a terceiros	<u>4.232.026</u>	<u>2.721.422</u>

O TÉCNICO OFICIAL DE CONTASO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

BALANCE SHEETS AS OF 31 DECEMBER 2007 AND 2006

(Amounts stated in Euros)

(Translation of balance sheets originally issued in Portuguese - Note 23)

ASSETS	Notes	2007	2006
NON-CURRENT ASSETS:			
Tangible assets	9	544.262	30.834
Investments in subsidiaries	10	182.518.819	182.518.819
Available-for-sale assets	21	50.000	-
		<u>183.113.081</u>	<u>182.549.653</u>
CURRENT ASSETS:			
Trade and other receivables	18	9.098.959	2.349.342
Other current assets	11	27.958.465	29.077.936
Cash and cash equivalents	12	3.622	2.548
Derivative financial instruments	17	-	2.805.494
		<u>37.061.046</u>	<u>34.235.320</u>
TOTAL ASSETS		<u><u>220.174.127</u></u>	<u><u>216.784.973</u></u>
EQUITY AND LIABILITIES			
EQUITY:			
Capital	13	7.606.186	7.606.186
Share premium	13	81.709.213	81.709.213
Reserves		19.619.220	1.294.907
Retained earnings		103.973.474	103.973.474
Profit for the year		3.034.008	19.479.771
Total equity		<u>215.942.101</u>	<u>214.063.551</u>
LIABILITIES:			
CURRENT LIABILITIES:			
Trade and other payables	14	2.926.372	2.174.888
Other current liabilities	15	1.305.654	546.534
Total liabilities		<u>4.232.026</u>	<u>2.721.422</u>
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES		<u><u>220.174.127</u></u>	<u><u>216.784.973</u></u>

The accompanying notes form an integral part of the balance sheets as of 31 December 2007 and 2006.

THE ACCOUNTANT

THE BOARD OF DIRECTORS

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
 STATEMENTS OF PROFIT AND LOSS
FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2007 AND 2006

(Amounts stated in Euros)

(Translation of statements of profit and loss originally issued in Portuguese - Note 23)

	<u>Notes</u>	<u>2007</u>	<u>2006</u>
<u>OPERATING REVENUE:</u>			
Services rendered	4	6.351.776	110.053
Other operating revenue	4	303.340	2.260.000
Total operating revenue		<u>6.655.116</u>	<u>2.370.053</u>
<u>OPERATING EXPENSES:</u>			
Supplies and services		(4.319.032)	(2.080.457)
Employee benefits	5	(2.013.967)	(1.612.144)
Depreciation	9	(264.272)	(5.608)
Other operating expenses		(22.062)	(2.809)
Total operating expenses		<u>(6.619.333)</u>	<u>(3.701.018)</u>
Operating loss		<u>35.783</u>	<u>(1.330.965)</u>
<u>FINANCIAL INCOME:</u>			
Financial expense, net	6	(2.131.554)	1.302.819
Gains in subsidiaries	10	5.909.917	19.509.291
Profit before tax		<u>3.778.363</u>	<u>20.812.110</u>
		<u>3.814.146</u>	<u>19.481.145</u>
Income tax expense	7	(780.138)	(1.374)
Net profit for the year		<u>3.034.008</u>	<u>19.479.771</u>
Earnings per share:			
Basic	8	0,0359	0,2305
Diluted	8	0,0359	0,2277

The accompanying notes form an integral part of the statements of profit and loss
 for the years ended 31 December 2007 and 2006.

THE ACCOUNTANT

THE BOARD OF DIRECTORS

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

CASH FLOW STATEMENTS

FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2007 AND 2006

(Montantes expressos em Euros)

(Translation of consolidated cash flow statements originally issued in Portuguese - Note 23)

	Note	2007	2006
<u>OPERATING ACTIVITIES:</u>			
Cash receipts from customers		67.110	69.890
Cash paid to suppliers		(3.127.368)	(972.174)
Cash paid to employees		<u>(2.538.336)</u>	<u>(711.215)</u>
Cash used in operations		(5.598.594)	(1.613.499)
Other cash received/(paid) relating to operating activities		(600.310)	(11.462)
Net cash used in operating activities (1)		<u>(6.198.904)</u>	<u>(1.624.961)</u>
<u>INVESTING ACTIVITIES:</u>			
Cash received relating to:			
Dividends		25.419.208	-
Derivative financial instruments	17	1.220.010	-
Loans to participated companies		-	1.926.815
		<u>26.639.218</u>	<u>1.926.815</u>
Cash paid relating to:			
Acquisition of available-for-sale assets		(50.000)	-
Acquisition of tangible assets		(22.384)	(448)
Loans to participated companies		<u>(19.787.708)</u>	-
		<u>(19.860.092)</u>	<u>(448)</u>
Net cash from investing activities (2)		<u>6.779.126</u>	<u>1.926.367</u>
<u>FINANCING ACTIVITIES:</u>			
Cash received relating to:			
Interest and other similar income		<u>2.103</u>	<u>104.506</u>
Cash paid relating to:			
Other financial expenses		<u>(581.251)</u>	<u>(414.047)</u>
		<u>(581.251)</u>	<u>(414.047)</u>
Net cash used in investing activities (3)		<u>(579.148)</u>	<u>(309.541)</u>
Net increase/(decrease) in cash and cash equivalents (4) = (1) + (2) + (3)		1.074	(8.135)
Cash and cash equivalents at the beginning of the year		2.548	10.683
Cash and cash equivalents at the end of the year		3.622	2.548

The accompanying notes form an integral part of the cash flow statements for the years ended 31 December 2007 and 2006.

THE ACCOUNTANT

THE BOARD OF DIRECTORS

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

STATEMENTS OF CHANGES IN EQUITY

FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2007 AND 2006

(Amounts stated in Euros)

(Translation of statements of changes in equity originally issued in Portuguese - Note 23)

	<u>Capital</u>	<u>Share premium</u>	<u>Reserves</u>	<u>Retained earnings</u>	<u>Profit/(loss) for the year</u>	<u>Total equity</u>
Balance at 31 December 2005	<u>7.606.186</u>	<u>82.035.267</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	-
Absorbion of losses	-	(326.054)	-	326.054	-	-
Share 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>1.294.907</u>	<u>103.973.474</u>	<u>19.479.771</u>	<u>214.063.551</u>
Transfer of profit for the year	-	-	19.479.771	-	(19.479.771)	-
Repurchase of share purchase options (Note 20)	-	-	(1.155.458)	-	-	(1.155.458)
Net profit for the year	-	-	-	-	3.034.008	3.034.008
Balance at 31 December 2007	<u>7.606.186</u>	<u>81.709.213</u>	<u>19.619.220</u>	<u>103.973.474</u>	<u>3.034.008</u>	<u>215.942.101</u>

The accompanying notes for an integral part of the statements of changes in equity for the years ended 31 December 2007 and 2006.

THE ACCOUNTANT

THE BOARD OF DIRECTORS

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 23)

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 6 February 2008.

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

The 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 non-consolidated 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. As required under IFRS, investments are recorded at cost. 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 effect of such a consolidation would be to increase assets, liabilities, operating revenue and net profit by 192,762,057 Euros, 235,264,575 Euros, 215,699,567 Euros and 27,200,778 Euros, respectively and decrease equity by 42,502,518 Euros.

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.

Tangible assets are depreciated as from the time the underlying assets are available for use. The cost of such assets, less their residual value, is depreciated on a straight-line basis over their estimated useful lives.

The depreciation rates used correspond to the following average periods of useful life:

	<u>Years</u>
Transport equipment	4
Administrative equipment	4
Other tangible assets	3 - 10

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 23)

2.3 Balance sheet classification

Assets realisable 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 in subsidiaries

Equity investments in subsidiaries are recorded at cost less, where applicable, impairment losses.

Dividends out of post-acquisition profits received from subsidiaries are recorded as financial income. Dividends which exceed such profits are recorded as decreases in the investments.

2.4.2 Trade receivables and other current assets

Trade receivables and other current assets are initially recognised at their nominal value and 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 receivables. The amount of the loss corresponds to the difference between the nominal and recoverable amounts, 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 and other payables and other current liabilities

Accounts payable are recognised at their nominal value, discounted for possible interest calculated and recognised in accordance with the effective interest rate method.

2.4.5 Derivative financial instruments

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.

2.4.6 Available-for-sale assets

Available for sale financial assets are initially recorded at cost, which corresponds to the fair value of the price paid including transaction costs and are considered as non-current assets.

After initial recognition, available-for-sale financial assets are restated to fair value by reference to their market value as of the balance sheet date. Where such assets correspond to equity instruments not listed in regulated markets and where it is not possible to reliably estimate their fair value, they are maintained at cost less any impairment losses.

2.5 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 operating 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 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.

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 23)

Impairment losses recognised in prior periods are reversed when it is concluded that such losses no longer exist or have decreased. This review is made whenever 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.

2.6 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 valued periodically at 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 offset 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.

2.7 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 the actual amount is unknown.

2.8 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 statement of profit and loss for the period.

2.9 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.

3. CHANGES IN ACCOUNTING POLICIES, JUDGEMENTS, ESTIMATES AND CORRECTIONS OF FUNDAMENTAL ERRORS

There were no changes in accounting policies in 2007 in relation to those used to prepare the financial information for 2006 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 2007 and 2006 was calculation of the recoverable amount of investments in subsidiaries. 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.

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS AS OF 31 DECEMBER 2007 AND 2006
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 23)

IFRS 7 – Financial instruments – Disclosures was adopted in the year ended 31 December 2007, of which is applicable to the years starting on or after 1 January 2007. The impact of adopting IFRS 7 is additional disclosure relating to financial instruments (Note 22).

In addition, when the Board of Directors approved these financial statements the following standards and interpretations, not yet adopted by the Company, had been issued, their application only being required in subsequent years:

- IAS 23 (revised) – Borrowing costs (years started on or after 1 January 2009)
- IFRS 8 – Segment reporting (years started on or after 1 January 2009)
- IFRIC 11 – Treasury share transactions (years started on or after 1 March 2007)
- IFRIC 12 – Concession contracts (years started on or after 1 January 2008)
- IFRIC 13 – Loyalty programs (years started on or after 1 July 2008)
- IFRIC 14 – Defined benefits (years started on or after 1 January 2008)

Although the impact of adopting the above standards and interpretations in future years has not been fully assessed the Board of Directors believe that it will not be material.

4. OPERATING INCOME BY NATURE

Operating income for 2007 and 2006 consists essentially of services rendered to participated companies.

5. EMPLOYEE BENEFITS

Employee benefits for the years ended 31 December 2007 and 2006, are made up as follows:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
Wages and salaries	1,421,796	631,455
Social security contributions	257,059	120,840
Performance bonus	243,792	328,000
Share based incentive plan (a)	-	500,000
Severance payments	40,012	14,670
Labour accident insurance and related costs	13,332	5,730
Other	37,976	11,449
	<u>2,013,967</u>	<u>1,612,144</u>

(a) The decrease in this caption is due to extinction of the share based incentive plan in 2007 (Note 20).

The average number of employees in the years ended 31 December 2007 and 2006 was 23 and 13, respectively.

6. FINANCIAL EXPENSES, NET

Financial expenses, net for the years ended 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
<u>Financial expense:</u>		
Loss on financial instruments (Note 17)	2,038,273	-
Interest expense	49,538	1,524
Other	45,997	34,501
	<u>2,133,808</u>	<u>36,025</u>
<u>Financial income:</u>		
Interest	2,244	-
Gain on exchange	10	-
Gain on the valuation of financial derivatives	-	1,265,861
Other	-	72,983
	<u>2,254</u>	<u>1,338,844</u>
	<u>(2,131,554)</u>	<u>1,302,819</u>

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 23)

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 a maximum of 1.5% of taxable profit subject to and not exempt from corporate income tax resulting in an aggregate tax rate of about 26.5%.

In 2006 the Company was subject to corporate income tax at the normal rate of 25% plus a Municipal Surtax of 10%, resulting in an aggregate rate of 27.5%.

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. On the other hand financial costs incurred on loans used to acquire investments and losses on the sale of investments do not have a tax effect.

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 2004 to 2007 are still subject to review and correction. The Board of Directors believes that any corrections 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.

In accordance with current legislation tax losses can be carried forward to offset taxable profits during a period of six years. At 31 December 2007 and 2006 tax losses available to be carried forward amount to 13,404,692 Euros and 10,890,572 Euros, respectively, and expire as follows:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
2007	-	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	3,084,617
2013	3,158,634	-
	<u><u>13,404,692</u></u>	<u><u>10,890,572</u></u>

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS AS OF 31 DECEMBER 2007 AND 2006
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 23)

Reconciliation of the tax rate for the years ended 31 December 2007 and 2006 is as follows:

(a) Reconciliation of the tax rate

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
Profit/(loss) before tax	3,814,146	19,481,145
Nominal income tax rate	<u>25.00%</u>	<u>27.50%</u>
Estimated tax charge	953,537	5,357,315
Permanent differences (i)	(1,964,013)	(5,760,688)
Change in equity	(288,750)	(164,904)
Unrecoverable deferred tax assets (ii)	1,299,227	568,277
Fines and other penalties	776,231	-
Adjustment to income tax due (iii)	<u>3,907</u>	<u>1,374</u>
	<u><u>780,138</u></u>	<u><u>1,374</u></u>
Current tax	<u>780,138</u>	<u>1,374</u>

(i) These amounts for the years ended 31 December 2007 and 2006 are made up as follows:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
Investment income	(5,909,917)	(19,509,291)
Public share offering costs	(2,040,909)	(2,040,909)
Share based incentive plan	-	(500,000)
Other, net	<u>94,773</u>	<u>102,244</u>
	<u>(7,856,053)</u>	<u>(21,947,956)</u>
	<u>25.00%</u>	<u>27.50%</u>
	<u>(1,964,013)</u>	<u>(5,760,688)</u>

(ii) This amount corresponds to the deferred tax assets of the year, which are not recoverable.

(iii) This amount represents autonomous taxation of certain expenses.

(b) Temporary differences – changes in deferred taxes in the years end as of 31 December 2007 and 2006

	<u>31 December 2006</u>	<u>Increase</u>	<u>Decrease</u>	<u>Change in rate</u>	<u>31 December 2007</u>
Tax losses carried forward	2,722,643	789,659	(161,129)	-	3,351,173
Derivatives	(743,456)	509,568	233,888	-	-
	<u>1,979,187</u>	<u>1,299,227</u>	<u>72,759</u>	<u>-</u>	<u>3,351,173</u>
Allowance for deferred tax assets	(1,979,187)	(1,299,227)	(72,759)	-	(3,351,173)
	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
	<u>31 December 2005</u>	<u>Increase</u>	<u>Decrease</u>	<u>Change in rate</u>	<u>31 December 2007</u>
Tax losses carried forward	2,363,944	848,270	(217,307)	(272,264)	2,722,643
Derivatives	(491,121)	(280,390)	-	28,055	(743,456)
Amortised cost	(397)	397	-	-	-
	<u>1,872,426</u>	<u>568,277</u>	<u>(217,307)</u>	<u>(244,209)</u>	<u>1,979,187</u>
Allowance for deferred tax assets	(1,872,426)	(568,277)	217,307	244,209	(1,979,187)
	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS AS OF 31 DECEMBER 2007 AND 2006
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 23)

8. EARNINGS PER SHARE

Earnings per share for the year, were calculated considering the following amounts:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
<u>Earnings</u>		
Net profit for the year	3,034,008	19,479,771
<u>Number of shares:</u>		
Average number of shares for purposes of calculating basic earnings per share	84,513,180	84,513,180
Effect of the additional shares resulting from the employee incentive plan	-	1,038,450
Average number of shares for purposes of calculating diluted earnings per share	<u>84,513,180</u>	<u>85,551,630</u>
Earnings per share:		
Basic	0.0359	0.2305
Diluted	0.0359	0.2277

9. TANGIBLE ASSETS

The changes in tangible assets and corresponding accumulated depreciation and impairment losses in the years ended 31 December 2007 and 2006 are as follows:

	<u>Transport equipment</u>	<u>Administrative equipment</u>	<u>Other tangible assets</u>	<u>Total</u>
<u>Gross:</u>				
Balance at 31 December 2005	-	4,590	50,413	55,003
Acquisitions	-	2,121	-	2,121
Balance at 31 December 2006	-	6,711	50,413	57,124
Acquisitions	86,115	21,241	685,503	792,859
Sales and write offs	(18,125)	(3,688)	-	(21,813)
Balance at 31 December 2007	<u>67,990</u>	<u>24,264</u>	<u>735,916</u>	<u>828,170</u>
	<u>Transport equipment</u>	<u>Administrative equipment</u>	<u>Other tangible assets</u>	<u>Total</u>
<u>Depreciation and accumulated impairment losses:</u>				
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)
Increase	(29,673)	(4,140)	(230,459)	(264,272)
Sales and write offs	3,724	2,932	(2)	6,654
Balance at 31 December 2007	<u>(25,949)</u>	<u>(5,106)</u>	<u>(252,853)</u>	<u>(283,908)</u>
	<u>Transport equipment</u>	<u>Administrative equipment</u>	<u>Other tangible assets</u>	<u>Total</u>
<u>Net:</u>				
Net balance at 31 December 2006	-	2,813	28,021	30,834
Net balance at 31 December 2007	<u>42,041</u>	<u>19,158</u>	<u>483,063</u>	<u>544,262</u>

10. INVESTMENTS IN SUBSIDIARIES

There were no changes in investments in subsidiaries in the years ended 31 December 2007 and 2006, the balances being as follows:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
Equity investments	142,315,139	142,315,139
Investment loans	40,203,680	40,203,680
	<u>182,518,819</u>	<u>182,518,819</u>

Investments loans correspond to non-interest-bearing supplementary capital contributions made to subsidiary companies which, in accordance with current legislation, 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 2007 AND 2006
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 23)

Investments in subsidiaries at 31 December 2007 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")	Lisbon	427,169,723	79,529,919	63,608,247	33,741,286	100%	182,518,819

In 2007 Meglo distributed a dividend of 5,909,917 Euros (19,509,291 Euros in 2006) in accordance with a decision of the Shareholders' General Meeting held on 3 December 2007. The dividend was recorded in the caption "Gain 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

This caption at 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	2007	2006
State and other public entities (Note 16)	159,729	948,295
Sundry debtors	-	94,105
Accounts receivable from related parties (Note 18)	27,759,275	28,021,911
Prepayments	39,461	13,625
	<u>27,958,465</u>	<u>29,077,936</u>

12. CASH AND CASH EQUIVALENTS

This caption at 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	2007	2006
Bank deposits	664	2,359
Cash	2,958	189
	<u>3,622</u>	<u>2,548</u>

13. EQUITY

Capital: The Company's fully subscribed and paid up capital at 31 December 2007 consisted of 84,513,180 shares of nine cents each.

At 31 December 2007 the Company's capital was held by the following shareholders:

	Shares	Percentage
Vértix, SGPS, S.A. ("VERTIX")	80,027,607	94.69
Others with less than 10%	4,485,573	5.31
	-----	-----
	84,513,180	100.00
	=====	=====

As the result of the public share purchase offerings, in 2007 Vertix became holder of 94.69% of the Company's capital.

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS AS OF 31 DECEMBER 2007 AND 2006
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 23)

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. At 31 December 2007 and 2006, the legal reserve amounted to 981,391 Euros and 7,402 Euros, respectively.

14. TRADE AND OTHER PAYABLES

This caption at 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
Current suppliers	291,654	504,730
Accounts payable to related parties (Note 18)	1,905,560	102,638
Accrued costs:		
Other external supplies and services	720,543	1,015,050
Remuneration (a)	-	499,430
Financial costs	-	-
Others	8,615	53,040
	<u>2,926,372</u>	<u>2,174,888</u>

(a) Reclassified in 2007 to other current liabilities (Note 15).

15. OTHER CURRENT LIABILITIES

This caption at 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
Suppliers of fixed assets	-	1,053
Sundry creditors:		
Remuneration	969,313	-
Others	34,570	23,371
State and other public entities (Note 16)	183,241	106,207
Accounts payable to related parties (Note 18)	118,530	415,903
	<u>1,305,654</u>	<u>546,534</u>

16. STATE AND OTHER PUBLIC ENTITIES

This caption at 31 December 2007 and 2006 is made up as follows:

	<u>2007</u>		<u>2006</u>	
	Receivable (Note 11)	Payable (Note 15)	Receivable (Note 11)	Payable (Note 15)
Corporate Income Tax	9,286	-	7,336	-
Value Added Tax	150,443	43,340	940,959	-
Social Security contributions	-	56,961	-	48,838
Personal Income Tax	-	82,940	-	57,369
	<u>159,729</u>	<u>183,241</u>	<u>948,295</u>	<u>106,207</u>

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS AS OF 31 DECEMBER 2007 AND 2006
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 23)

17. DERIVATIVE FINANCIAL INSTRUMENTS

At 31 December 2006 the Company had an equity swap contracted with a financial institution over treasury shares, valued at that date at 2,805,494 Euros which terminated in 2007. In the year ended 31 December 2007 the Company incurred costs of 452,789 Euros with this instrument. Financial settlement of the swap in the amount of 1,220,010 Euros resulted in a loss of 2,038,273 Euros (Note 4).

18. RELATED PARTIES

Related parties at 31 December 2007 and 2006 consist essentially of subsidiary and associated companies of Meglo. These companies are:

Company	Head office	Effective percentage participation held	
		2007	2006
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
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
TVI – Televisão Independente, S.A. ("TVI")	Barcarena	100	100
RETI – Rede Teledifusora Independente, S.A. ("RETI")	Barcarena	100	100
MEDIA CAPITAL – Editora Multimédia, S.A. ("MULTIMÉDIA")	Barcarena	100	100
AGEFINAN - Agência de Notícias Financeiras, S.A. ("AGEFINAN")	Lisbon	100	100
MEDIA CAPITAL TELECOMUNICAÇÕES, S.A. ("MCT")	Barcarena	100	100
LÚDICODROME - EDITORA, Unipessoal, Lda. (b)	Barcarena	100	100
UNIDIVISA - Promoção de Projectos de Media, S.A. ("UNIDIVISA")	Barcarena	100	100
FEALMAR – Empresa de Teatro Estúdio de Lisboa, S.A. ("FEALMAR")	Lisbon	100	60
NBP – Produção em Vídeo, S.A. ("NBP")	Lisbon	100	60
MULTICENA – Equipamento de Imagem e Som, S.A. ("MULTICENA")	Lisbon	100	60
NBP – Ibérica - Producciones Audiovisuales, S.A.	Madrid (Spain)	100	59
CASA DA CRIAÇÃO – Argumentos para Audiovisual, Lda. ("CASA DA CRIAÇÃO")	Lisbon	100	60
EPC – Empresa Portuguesa de Cenários, Lda. ("EPC")	Vialonga	100	60
NBP Brasil, S.A.	Brazil	100	-
EMAV – Empresa de Meios Audiovisuais, Lda. ("EMAV")	Vialonga	90	54
CLMC – Multimedia, S.A. ("CLMC")	Lisbon	90	50
IOL NEGÓCIOS - Serviços de Internet, S.A.	Porto	69	69
Eventos Spot - Agenciamento e Produção de Espectáculos, Lda. ("SPOT")	Lisbon	50	-
TRANSJORNAL – Edições de Publicações, S.A. ("Transjornal")	Lisbon	35	35
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
FERGRÁFICA – Artes Gráficas, S.A. ("Fergráfica")	Lisbon	-	6
UNITÉNIS – Sociedade de Empreendimentos de Ténis, S.A. ("Uniténis")	Lisbon	-	-
NP - Notícias de Portugal, Cooperativa de Utentes de Serviço de Informação, CRL	Lisbon	-	-
MEDIA CAPITAL OUTDOOR - PUBLICIDADE, S.A. ("MC OUTDOOR")	Barcarena	-	100
PRESSETEP – Comunicação e Meios Publicitários, S.A. ("PRESSETEP")	Barcarena	-	100
TCS – Publicidade em Transportes e Meios de Comunicação, S.A. ("TCS")	Barcarena	-	100
STM – Serviços Técnicos de Manutenção de Publicidade, S.A. ("STM")	Barcarena	-	100
PUBLIMETRO – Publicidade em Meios de Transporte e Outros, S.A. ("PUBLIMETRO")	Barcarena	-	60
BTP – Publicidade e Transportes e Meios de Comunicação, S.A. ("BTP")	Barcarena	-	55
PUBLICARRIS – Publicidade na Companhia de Carris de Ferro de Lisboa, S.A. ("PUBLICARRIS")	Barcarena	-	55
Teatro Mais – Actividades Teatrais, Lda. ("Teatro Mais")	Lisbon	-	60
SETEPCOM – Equipamentos e Espaços Comerciais, S.A. ("Setepcom")	Lisbon	-	-
TRANSPUBLICIDADE – Publicidade em Transportes, S.A. ("Transpublicidade")	Lisbon	-	40

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS AS OF 31 DECEMBER 2007 AND 2006
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 23)

The balances at 31 December 2007 and 2006 and transactions for the years then ended with these companies were as follows:

Balances:

	2007			
	Trade and other receivables	Other current assets (Note 11)	Trade and other payables (Note 14)	Other current liabilities (Note 15)
TVI	3,508,407	9,248	1,341	10,364
MC SERVIÇOS	2,760,322	33,334	585,966	77,631
RETI	1,031,692	250	-	-
NBP	446,773	7,560	-	-
MCE	431,607	3,933	-	1,097
ENTERTAINMENT	350,901	-	-	-
COMERCIAL	323,195	-	-	-
CLMC	146,440	-	-	-
MULTIMÉDIA	34,185	219,590	10,417	-
PROMOTORA	17,525	-	324,635	-
Publipartner	16,962	424	-	-
Meglo	-	27,480,094	873,015	-
FAROL	-	1,315	1,178	-
SPOT	-	-	5,687	-
MCT	-	-	-	14,438
MED CAP	-	2,727	15,327	-
CENA	-	-	-	15,000
REGIONAL	-	-	87,994	-
FEALMAR	-	200	-	-
MULTICENA	-	300	-	-
CASA DA CRIAÇÃO	-	300	-	-
	<u>9.068.009</u>	<u>27.759.275</u>	<u>1.905.560</u>	<u>118.530</u>

	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>

Accounts receivable from Meglo at 31 December 2007 and 2006 are short term.

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS AS OF 31 DECEMBER 2007 AND 2006
(Amounts stated in Euros)

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 23)

Transactions:

	2007			
	Services rendered	Other operating revenue	Supplies and services	Gain on subsidiaries
TVI	3,212,682	-	13,303	-
RETI	904,704	-	-	-
NBP	375,453	27,000	-	-
Meglo	367,803	191,059	721,500	5,909,917
MCE	363,506	29,250	18,502	-
ENTERTAINMENT	298,238	9,000	-	-
COMERCIAL	290,351	-	500	-
MULTIMÉDIA	213,665	9,000	199,844	-
CLMC	150,401	-	-	-
MC SERVIÇOS	130,431	12,432	586,918	-
MC OUTDOOR	25,044	18,000	-	-
Publipartner	19,498	-	10,310	-
REGIONAL	-	-	267,734	-
FAROL	-	-	18,807	-
MED CAP	-	-	72,178	-
EPC	-	-	2,950	-
	<u>6,351,776</u>	<u>295,741</u>	<u>1,912,546</u>	<u>5,909,917</u>

	2006				
	Services rendered	Other operating revenue	Supplies and services	Employee benefits	Gain on subsidiaries
MC SERVIÇOS	1,811	2,260,000	-	-	-
TVI	83,333	-	-	-	-
CLMC	13,125	-	-	-	-
ENTERTAINMENT	2,357	-	-	-	-
Publipartner	-	-	4,872	1,949	-
Meglo	-	-	-	-	19,509,291
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>	<u>19,509,291</u>

19. REMUNERATION OF THE KEY MEMBERS OF THE COMPANY

Remuneration of the members of the Company's Board of Directors in the year ended 31 December 2007 amounted to 1,784,824 Euros (1,605,192 Euros in 2006). The remuneration was earned in the various companies included in the consolidation.

The above mentioned remuneration for 2007 consists of fixed remuneration of 1,536,124 Euros and variable remuneration of 248,700 Euros.

During the years ended as of 31 December 2007 and 2006, the fixed remuneration of the key management personnel of the group amounted to 2,585,641 Euros and 2,721,397 Euros, respectively, and their variable remuneration amounted to 977,147 Euros and 1,121,086 Euros, respectively.

(Translation of notes originally issued in Portuguese – Note 23)

20. INCENTIVE PLAN

In 2004 the Board of Directors approved an incentive plan for some employees. The plan consisted 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 were defined in each year to which the rights granted refer. The grant of these options over treasury shares was depended on compliance with certain quantity (the Company's financial performance) and quality (relating to the employees covered by the plan) targets. In 2007, as a result of the expected decrease in liquidity of the Group's shares due to the public share purchase offerings, the Company decided to cancel the share based incentive plan, having repurchased from the employees the rights attributed and not exercised for 1,155,458 Euros, corresponding to their market value calculated based on valuations made by third party entities.

21. AVAILABLE-FOR-SALE ASSETS

Available-for-sale assets at 31 December 2007 relate to a participation of 50,000 Euros in Fundação Casa da Música.

22. FINANCIAL INSTRUMENTS

Financial instruments at 31 December 2007 and 2006 are made up as follows:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>
<u>Financial assets:</u>		
Available-for-sale assets	50,000	-
Accounts receivable	37,057,424	31,427,278
Cash and cash equivalents	3,622	2,548
Derivatives by results	-	2,805,494
	<u>37,111,046</u>	<u>34,235,320</u>
<u>Financial liabilities:</u>		
Accounts payable	<u>4,232,026</u>	<u>2,721,422</u>

23. 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.

THE ACCOUNTANTTHE BOARD OF DIRECTORS

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 2007 do Grupo Media Capital, SGPS, S.A. ("Empresa"), as quais compreendem o balanço em 31 de Dezembro de 2007 que evidencia um total de 220.174.127 Euros e capitais próprios de 215.942.101 Euros, incluindo um resultado líquido de 3.034.008 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.

A expressão Deloitte refere-se a uma ou várias sociedades que operam ao abrigo de um acordo com a Deloitte Touche Tohmatsu, uma Swiss Verein, bem como às suas respectivas representadas e afiliadas. Deloitte Touche Tohmatsu é uma associação mundial de sociedades dedicadas à prestação de serviços profissionais de excelência, concentradas no serviço ao cliente sob uma estratégia global, aplicada localmente em, aproximadamente, 150 países. Como Swiss Verein (associação), nem a Deloitte Touche Tohmatsu nem qualquer das suas sociedades membro assumem qualquer responsabilidade isolada ou solidária pelos actos ou omissões de qualquer das outras sociedades membro. Cada uma das sociedades membro é uma entidade legal e separada que opera sob a marca "Deloitte", "Deloitte & Touche", "Deloitte Touche Tohmatsu" ou outros nomes relacionados.

Capital Social: 500.000,00 euros - Matricula na CRC de Lisboa e NIPC 501 776 311
Sede: Edifício Atrium Saldanha, Praça Duque de Saldanha, 1 - 6º, 1050-094 Lisboa
Tel: +(351) 210 427 500 Fax: +(351) 210 427 950 - www.deloitte.com/pt

• Porto: Bom Sucesso Trade Center, Praça do Bom Sucesso, 61 - 13º, 4150-146 Porto - Tel +(351) 225 439 200 - Fax +(351) 225 439 650

Member of
Deloitte Touche Tohmatsu

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 6 abaixo, em todos os aspectos materialmente relevantes, a posição financeira do Grupo Media Capital, SGPS, S.A. em 31 de Dezembro de 2007, o resultado das suas operações, os seus fluxos de caixa e as alterações no seu capital próprio no 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.

Ênfase

6. 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 e indicado na Nota 2.4 os investimentos financeiros em empresas do grupo são apresentados ao custo de aquisição ou ao valor de mercado ou de recuperação. Assim, 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, 6 de Fevereiro de 2008

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, a Comissão de Auditoria da sociedade Grupo Média Capital, SGPS, S.A. vem pelo presente apresentar aos Senhores Accionistas o 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 2007 bem como sobre as propostas apresentadas pelo Conselho de Administração da sociedade.

2 Fiscalização da Sociedade

Durante o exercício de 2007, a Comissão de Auditoria acompanhou a evolução da actividade das sociedades integradas no Grupo Média Capital, tendo zelado pela observância da lei e do respectivo contrato de sociedade, verificado a regularidade dos registos contabilísticos, a exactidão dos documentos de prestação de contas, as políticas contabilísticas adoptadas, fiscalizando o processo de preparação e divulgação da informação financeira.

Para efeitos do desempenho das 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, durante o exercício de 2007, reunido cinco 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 os trabalhos de auditoria por ele efectuados e as conclusões atingidas, fiscalizando os trabalhos desenvolvidos pelo Revisor Oficial de Contas no sentido de salvaguardar a sua independência designadamente no tocante à prestação de serviços adicionais.

3 Parecer sobre os relatórios e contas e propostas apresentados pelo Conselho de Administração

A Comissão de Auditoria examinou as propostas do Conselho de Administração, a apresentar ao Senhores Accionistas, de Relatórios de Gestão individual e consolidado e as demonstrações individuais e consolidadas do exercício findo em 31 de Dezembro de 2007, os quais incluem 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, elaborados de acordo 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 em 31 de Dezembro de 2007, bem como a proposta de aplicação dos resultados nele expressa, estão de acordo com as disposições contabilísticas, legais e estatutárias aplicáveis pelo que recomenda a sua aprovação pelos Accionistas.

A Comissão de Auditoria propõe ainda aos Senhores Accionistas que o Revisor Oficial de Contas em exercício Deloitte & Associados SROC, S.A., representada pelo sócio o Senhor Dr. João Luís Falua Costa da Silva (ROC n.º 833), seja nomeado para o novo mandato dos órgãos sociais de 2008/2011, conforme proposta a apresentar pelo Conselho de Administração. Mais propõe que seja designado suplente do Revisor Oficial de Contas para o novo mandato 2008/2011 o Senhor Dr. Duarte Nuno Passos Galhardas (ROC n.º 1033).

Queluz de Baixo, 6 de Fevereiro de 2008

A Comissão de Auditoria,

Jaime Roque de Pinho D'Almeida (Presidente)

Juan Luis Cebrián Echarri

Tirso Olazábal

José Lemos

EXTRACTO DA ACTA DA ASSEMBLEIA GERAL DE ACCIONISTAS

Extracto da acta número quarenta e seis da Assembleia Geral de Accionistas da sociedade Grupo Média Capital, SGPS, S.A., realizada a 5 de Março de 2008, na parte que respeita à presente publicação legal:

“Aos cinco dias do mês de Março de dois mil e oito, pelas 12.20, reuniu, no Hotel Dom Pedro Lisboa, na Av. Eng. Duarte Pacheco, em Lisboa, a Assembleia Geral 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:

(...)

Entrando-se no Ponto UM da ordem de trabalhos, o Presidente da Mesa leu a proposta de deliberação (anexa à presente Acta como Anexo 3), nos termos da qual se propõe aprovar o relatório de gestão e contas individuais e consolidadas, e respectivos anexos, relativos ao exercício de 2007. 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. O Presidente da Mesa deu a palavra ao Administrador Delegado, D. Manuel Polanco, que fez uma apresentação dos resultados do exercício de 2007, incluindo da aplicação dos resultados.

Não tendo havido quaisquer pedidos de esclarecimento por parte do accionista presente, e posta à votação, e após o apuramento dos votos, foi a proposta relativa ao Ponto UM da ordem de trabalhos aprovada por unanimidade, e os resultados proclamados pelo Presidente da Mesa da Assembleia Geral.

(...)

Entrando no Ponto DOIS da ordem de trabalhos, o Presidente da Mesa procedeu à leitura da respectiva proposta subscrita pelo Conselho de Administração (anexa à presente Acta como Anexo 4) relativamente à aplicação de resultados do exercício de 2007. Neste documento, o Conselho de Administração, considerando o resultado do exercício nas contas individuais preparadas de acordo com as Normas Internacionais de Relato Financeiro, tal como adoptados pela União Europeia foi positivo em Euro 3.034.007,67 (três milhões trinta e quatro mil e sete euros e sessenta e sete cêntimos) e a existência de reservas disponíveis constantes do balanço em 31 de Dezembro de 2007, apresentava a seguinte proposta de aplicação de resultados:

- a) 5% do resultado do exercício de 2007 transferidos para Reservas Legais, ou seja, um valor de Euro 151.700,38 euros (cento e cinquenta e um mil e setecentos euros e trinta e oito cêntimos);
- b) Os restantes Euro 2.882.307,29 (dois milhões oitocentos e oitenta e dois mil trezentos e sete euros e vinte e nove cêntimos) do resultado do exercício de 2007, transferidos para Reservas Livres.

Mais se propôs que, atendendo à situação financeira e patrimonial da sociedade, fossem distribuídos dividendos no montante de Euro 61.000.000,00 (sessenta e um milhões de euros), provenientes das reservas disponíveis e constantes do balanço em 31 de Dezembro

de 2007. Esta distribuição corresponde a um dividendo bruto por acção de Euro 0,72 (setenta e dois cêntimos).

Não tendo nenhum dos membros do Conselho de Administração nem o accionista presente pretendido usar da palavra, procedeu-se à votação e, depois de apurados os votos, verificou-se que a proposta fora aprovada por unanimidade, resultado que o Presidente da Mesa da Assembleia Geral proclamou.

(...)

Esgotados os assuntos da ordem de trabalhos, o Presidente da Mesa perguntou se algum dos presentes pretendia ainda usar da palavra, não tendo sido apresentado nenhum pedido. Nada mais havendo a tratar foi encerrada a Assembleia Geral pelas 12:55 horas e a presente Acta lavrada a qual vai ser assinada pelos membros da Mesa da Assembleia Geral e pelo Secretário da Sociedade.”



GRUPO MÉDIA CAPITAL, S.G.P.S.

GRUPO MÉDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

Rua Mário Castelhana nº 40
Queluz de Baixo
2734-502 BARCARENA

www.mediacapital.pt