



Resultados do 1º trimestre de 2014

Grupo Media Capital, SGPS, S.A.

	<ul style="list-style-type: none"> • Líder pelo 10º ano consecutivo • Estação mais vista no horário nobre • Número um no digital • Oferta internacional – mais territórios, mais canais, mais plataformas • Canal mais premiado na Gala de Troféus TV7 Dias • TVI24 – canal de notícias com maior crescimento
	<ul style="list-style-type: none"> • Depois de já ter vencido o Prémio Goya, o filme de animação “Futbolín” – a estreiar em Portugal em maio sob o título “Matraquilhos” - mereceu a atribuição de novos galardões, ao ganhar o Grande Prémio do New York International Children’s Film Festival e os prémios de Melhor Filme de Animação e Melhor Música Original, estes dois no âmbito dos Prémios Platino do Cinema Iberoamericano.
	<ul style="list-style-type: none"> • Rádio Comercial número um em Portugal em audiências rádio e no digital
	<ul style="list-style-type: none"> • Primeira emissão online em exclusivo na internet mediante subscrição – “Desafio Final” da “Casa dos Segredos”: 500 mil acessos ao <i>site</i> para ver a emissão em direto; média de 59 minutos de visualização por cada sessão; acessos com origem em 54 países; mais de 30 mil subscrições vendidas • Novo <i>site</i> MasterChef
	<ul style="list-style-type: none"> • 150.000.000 de visitas e mais de 1.650 milhões de <i>pageviews</i> • Mais de 1.300.000 de <i>downloads</i> das várias <i>apps</i> disponíveis • Facebook: mais de 4 milhões de fãs nas diversas páginas do Grupo Media Capital

Nota: Este documento foi escrito ao abrigo do novo Acordo Ortográfico

GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS, SA
Sociedade Aberta
Sede: Rua Mário Castelhana, n.º 40, Barcarena, Oeiras
Matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Cascais sob o n.º 17831 (Oeiras)
Pessoa Coletiva n.º 502 816 481 | Capital Social: 89.583.970,80 euros

RESULTADOS DO 1º TRIMESTRE DE 2014

O EBITDA do Grupo Media Capital cresceu 69%, atingindo € 5,3 milhões

- O EBITDA do primeiro trimestre de 2014 do Grupo Media Capital melhorou 69%, atingindo € 5,3 milhões e uma margem de 13,2%. Esta performance resultou não só da subida de proveitos (+2%) como também da redução de custos (-4%).
- O desempenho operacional do Grupo permitiu alcançar um resultado líquido positivo no primeiro trimestre (€ 715 milhares), o que já não se verificava nos primeiros três meses do ano desde 2011.
- Neste período o mercado de publicidade terá apresentado um crescimento de aproximadamente 2% em termos homólogos, confirmando as indicações de recuperação observadas no último terço do ano transato.
- A **TVI** garantiu a liderança de audiências em televisão, registando uma média de quota de audiência de 24,4% e de 26,9%, no total do dia e no horário nobre, respetivamente. A diferença face ao segundo canal mais visto foi de 4,6pp no primeiro caso e de 2,5pp no segundo. A liderança da TVI em audiências mantém-se quando a leitura destas é feita por grupos de canais, com 26,5% no total do dia (29,3% em horário nobre). Por seu turno, no ano do seu 5º aniversário, a TVI24 obteve o melhor trimestre de sempre em termos de audiências.
- Na vertente financeira, o segmento de Televisão atingiu um EBITDA de € 5,0 milhões e uma margem de 15,5%, representando uma subida de 42% em relação a idêntico período de 2013, devido ao bom desempenho dos proveitos operacionais e de uma evolução controlada dos gastos.
- O segmento de **Produção Audiovisual** registou uma melhoria da rentabilidade no último trimestre, com o EBITDA a atingir € -0,3 milhões (vs. € -1,2 milhões no primeiro trimestre de 2013). O Grupo continua a aposta simultânea na melhoria de conteúdos e na eficiência operacional, perspetivando-se uma melhoria dos resultados deste segmento no decurso do corrente ano.
- O EBITDA do segmento de **Rádio** ascendeu a € 0,5 milhões até março, a que correspondeu uma margem de 14,5%, melhorando 13% face ao período homólogo. Estima-se que a quota de publicidade continuou a aumentar, com a MCR a ver os seus proveitos de publicidade incrementarem 5%, enquanto o mercado terá recuado 2%. Na primeira vaga de audiências de 2014, a Rádio Comercial registou a nona medição consecutiva na liderança.
- No **Digital**, o tráfego da rede de *sites* obteve um crescimento de *pageviews* de 50% durante o primeiro trimestre. O conjunto das propriedades TVI registou uma quota de 53%, liderando de forma clara o seu segmento. Na sequência do bom desempenho operacional, esta área contribuiu positivamente para o EBITDA do Grupo.

Queluz de Baixo, 5 de maio de 2014



1. Demonstração de Resultados Consolidada

milhares de €	1T 2014	1T 2013	Var %
Total de Rendimentos Operacionais	39.860	39.256	2%
Televisão	32.675	31.129	5%
Produção Audiovisual	9.578	10.194	-6%
Rádio	3.348	3.187	5%
Outros	4.507	4.385	3%
Ajustamentos de Consolidação	(10.248)	(9.640)	-6%
Total de Gastos Operacionais ex-D&A	34.594	36.136	-4%
EBITDA	5.266	3.120	69%
Margem EBITDA	13,2%	7,9%	5,3pp
Televisão	5.049	3.545	42%
Produção Audiovisual	(305)	(1.219)	75%
Rádio	485	427	13%
Outros	46	663	-93%
Ajustamentos de Consolidação	(9)	(296)	97%
Depreciações e Amortizações	2.218	2.555	-13%
Resultados Operacionais (EBIT)	3.048	565	439%
Resultados Financeiros (Líquidos)	(2.193)	(1.780)	-23%
Res. antes de imp. e int. s/ controlo	855	(1.214)	N/A
Imposto sobre o Rendimento	(139)	365	N/A
Res.Líquido Operações em Continuação	715	(849)	N/A
Resultado líquido do período	715	(849)	N/A

No primeiro trimestre de 2014 o Grupo Media Capital registou um total de **rendimentos operacionais consolidados** de € 39,9 milhões, valor que corresponde a uma subida homóloga de 2%, em resultado sobretudo do desempenho dos rendimentos de publicidade.

Os **gastos operacionais** recuaram 4% relativamente aos primeiros três meses de 2013 (1T'13).

O **EBITDA consolidado** do Grupo atingiu um valor de € 5,3 milhões, com uma margem de 13,2%. Verificou-se portanto uma melhoria substancial face ao ano anterior, com o EBITDA

a ficar 69% acima e a margem a expandir 5,3pp.

O **resultado operacional** (EBIT) consolidado atingiu os € 3,0 milhões (comparando com € 565 milhares no 1T'13), enquanto o **resultado líquido** foi positivo em € 715 milhares, quando no ano anterior foi negativo (€ -849 milhares). Desde 2011 que o Grupo não obtinha um resultado líquido positivo nos três primeiros meses do ano, o que é de assinalar, atendendo à sazonalidade da atividade, cujos picos tipicamente ocorrem nos segundo e quarto trimestre do ano por força da evolução do mercado de publicidade.



milhares de €	1T 2014	1T 2013	Var %
Rendimentos Operacionais	39.860	39.256	2%
Publicidade	23.549	22.360	5%
Outros Rendimentos Operacionais	16.311	16.895	-3%

Os **rendimentos de publicidade** subiram 5% com uma performance superior à do mercado (que terá registado uma melhoria de 2%). No segmento de Televisão, a publicidade recuperou 5%, percentagem idêntica à observada no segmento de Rádio. No segmento Outros (que inclui as áreas do Digital, Música e Eventos, assim como a holding e os serviços partilhados do Grupo), a subida foi ainda mais notória, ficando 10% acima do ano transato.

O Grupo Media Capital acredita ter ganho quota de **mercado de publicidade** no período em análise.

Os **outros rendimentos operacionais**, compostos essencialmente por rendimentos de produção audiovisual, serviços multimédia e direitos de transmissão, recuaram 3%, com o impacto a advir sobretudo do segmento de Produção Audiovisual, nomeadamente do mercado espanhol.

2. Televisão

milhares de €	1T 2014	1T 2013	Var %
Rendimentos Operacionais	32.675	31.129	5%
Publicidade	19.639	18.740	5%
Outros Rendimentos	13.036	12.389	5%
Gastos Operacionais, ex D&A	27.626	27.584	0%
EBITDA	5.049	3.545	42%
Margem EBITDA	15,5%	11,4%	4,1pp
Depreciações e Amortizações	910	1.131	-20%
Resultado Operacional (EBIT)	4.139	2.414	71%

A TVI confirmou mais uma vez que regista a preferência dos espectadores, tendo fechado o primeiro trimestre do ano como o canal mais visto na televisão portuguesa, com uma quota líder de 24,4%, de acordo com a GfK, para o *target* total de indivíduos. A segunda estação mais vista ficou com uma quota de audiência de 19,7%, sendo que a terceira obteve 15,4%.

Neste trimestre a TVI atingiu em horário nobre um *share* de audiência de 26,9%, que corresponde a uma vantagem de 2,5 pp relativamente ao seu concorrente comercial mais próximo.

Em termos agregados, nos primeiros três meses de 2014, o conjunto dos canais da TVI obteve uma quota consolidada de 26,6%, confirmando-se como o mais visto quer durante o dia quer em *prime-time* (28,6%).

O conjunto dos canais da TVI proporcionou, no primeiro trimestre de 2014, uma cobertura média diária de 5 milhões e 768 mil indivíduos no total do dia. No horário nobre este mesmo indicador é de 4 milhões e 150 mil indivíduos por dia.

2014	All-Day (%)
Grupo TVI	26,6
Grupo SIC	23,0
RTP	19,0

Fonte: GfK



Quando os valores por canais individuais são redimensionados para a quota de audiência entre canais em sinal aberto, a TVI regista uma quota de 39,6% no total do dia e de 40,0% no horário nobre.

O canal lidera a generalidade dos horários relevantes do ponto de vista comercial, mantendo uma oferta programática inovadora e de grandes marcas nos vários géneros televisivos. Neste trimestre o género dominante do canal foi a ficção com 37,5% do espaço de grelha, seguido do entretenimento com 28,5%. O terceiro género mais presente foi a informação com 24,5%. O desporto ocupou

1,5% do tempo de emissão. Os valores por género excluem o espaço publicitário.

A concretização destes géneros em programas e formatos tem sido feita com recurso, de forma dominante, a programação nacional, sendo que mais de 75% da grelha da estação é falada em português, através de originais na ficção ou adaptação de formatos, sobretudo em programas de grande entretenimento.

Neste último género destacam-se no período em escrutínio a estreia de dois formatos de grande adesão junto do público português. No dia 8 de março a TVI estreou o programa "MasterChef Portugal" o qual, seguindo uma linha de grande sucesso internacional, de imediato ocupou o primeiro lugar entre os mais visto na noite de sábado, com uma audiência média de 1 milhão e 380 mil espectadores correspondendo a uma quota em total de indivíduos de 32,4%. Este projeto regista forte adesão dos *targets* comerciais com especial destaque para o *share* de audiência de 32,3% obtido em indivíduos ABCD com idades entre os 15 e os 44 anos. Num registo musical e emitido ao domingo, "A Tua a Cara não me é Estranha - Kids" é igualmente o mais visto na noite, sendo que as oito emissões deste trimestre apresentaram uma audiência média de 1 milhão e 366 mil indivíduos garantindo uma quota de audiência de 32,4%. Ao domingo o primeiro mês do ano foi ocupado com a transmissão de um desafio final da "Casa dos Segredos", o qual registou ótimas audiências: a gala de domingo com 1 milhão e setecentos mil espectadores (38,7%) e os programas diários com 1 milhão e 400 mil espectadores (30,4%).

Nos formatos de entretenimento já habituais e que ocorrem nos dias de semana de manhã e de tarde, os programas da TVI asseguram igualmente a primeira posição: "A Tarde é Sua" é o programa de referência tendo garantido de novo o primeiro lugar em audiência regular, com 490 mil espectadores diários (60% acima do concorrente mais próximo) e uma quota líder de 23,8%. Nas manhãs, "Você na TV" continua a assegurar a primeira posição de forma muito confortável, com uma quota média de 33%, correspondendo a 470 mil espectadores.

Ainda no capítulo do entretenimento, a TVI estreou em março "Mais Vale à Tarde do que Nunca" ao sábado à tarde: nas suas quatro emissões no trimestre este programa regista uma audiência média de 659 mil espectadores

e um *share* de 19,5% co-liderando ao final da tarde.

Nas tardes de domingo o programa mais visto, e a grande distância da sua concorrência, continua a ser "Somos Portugal": 937 mil espectadores nas treze emissões do período em análise correspondendo a 25,8% de *share*, ultrapassando a soma do *share* dos dois concorrentes mais próximos.

Na informação, a TVI manteve a liderança clara, com o "Jornal da Uma" e o "Jornal da 8" a confirmarem a sua posição como os mais vistos nestes três primeiros meses do ano. À hora de almoço o valor médio de audiência do jornal foi de 732 mil espectadores e uma quota de audiência de 28,5%, enquanto o jornal das vinte horas regista neste primeiro trimestre uma audiência média de 1 milhão e 257 mil indivíduos o que permitiu uma quota no início do horário nobre de 26,1%. O valor mais elevado dos jornais televisivos é conseguido na edição de domingo do "Jornal das 8", com os comentários de Marcelo Rebelo de Sousa sobre a atualidade política e social, que obteve uma audiência média de 1 milhão e 538 mil espectadores (30,3% de *share*).

Neste trimestre a TVI transmitiu em exclusivo quatro jogos da *Champions League*, os quais registaram uma audiência média de 1 milhão e 454 mil espectadores (30,8% de *share*) em total de indivíduos. No seu *target* nuclear, indivíduos do sexo masculino, estas transmissões obtiveram uma quota de audiência média de 39,1%.

Relativamente à ficção nacional, no segundo mês do ano a TVI estreou "O Beijo do Escorpião", com uma audiência média de 1 milhão e 217 mil indivíduos (25,4% de *share*). No segundo *slot* de ficção a TVI mantém em emissão "Belmonte", que regista no trimestre uma audiência de 1 milhão e 149 mil para uma quota de 28,7%. Neste período terminaram duas outras novelas portuguesas, ambas com assinalável sucesso: "Doida por Ti" e "Destinos Cruzados", respetivamente com 725 mil e 1,2 milhões de espectadores, considerando a média da totalidade dos episódios.

REFORÇO DA PROGRAMAÇÃO

Não obstante o seu estatuto de líder, já no segundo trimestre a TVI inicia um novo ciclo com novas apostas na ficção e entretenimento,

garantindo a máxima eficácia própria de um canal generalista.

Assim, em maio destaca-se a estreia de "Rising Star", um programa de talentos à procura da próxima estrela no panorama musical português, que tem a particularidade de reunir pela primeira vez a televisão com outros ecrãs de outros dispositivos numa aplicação informática em que centenas de milhares de portugueses têm oportunidade de escolher em direto os seus concorrentes preferidos, através do telemóvel ou computador.

Na ficção, a TVI estreará a novela "Mulheres", que conta com no elenco com alguns dos mais notáveis atores portugueses, uma produção da Plural, na qual se narra a história de sete mulheres de todas as classes sociais e que têm em comum a ambição máxima de serem felizes no amor.

No entretenimento, há a destacar ainda a aposta no programa diário de humor "Melhor do Que Falecer" após o "jornal das 8", com repetição na TVI24.

Na informação, o ato eleitoral mais significativo do ano, as eleições para o Parlamento Europeu, a 25 de maio, serão acompanhadas em direto numa emissão especial na TVI. O tema será aprofundado na TVI24 com alguns formatos inovadores e transversais para incorporar as novas linhas de participação que pela primeira vez vão ser aplicadas neste ato eleitoral.



Neste primeiro trimestre a TVI24 aproximou-se bastante do lugar cimeiro de quota de audiência entre os canais de informação, ao registar 1,4% de *share*, somente 0,1pp abaixo do canal mais visto (considerando o universo de canais de notícias portuguesas, o *share* é de 28,3%). Neste período entre as 20 e as 24 horas e considerando o mesmo universo de canais, a TVI24 registou uma quota de 31,3%, sendo que o canal mais visto obteve 34,6% e o terceiro 20,7%.

Este resultado histórico do canal é sustentado por uma audiência média ao minuto de 62 mil espectadores na TVI24. O contato diário do canal em horário nobre foi de 786 mil indivíduos.

A comparação homóloga de resultados de audiência entre o primeiro trimestre de 2014 versus 2013, aponta para uma variação positiva de 30,9% na quota do canal na totalidade do dia e de 36% no horário nobre.



Os canais por cabo TVI Ficção e o +TVI foram renovados durante o primeiro trimestre de 2014, com novas grelhas de programação e uma oferta reposicionada e mais diversificada. Maioritariamente focado na emissão de conteúdo de e sobre ficção, predominantemente nacional, o TVI Ficção apresentou em lares com cabo um *share* de audiência de 0,8% e uma audiência total diária de 268 mil indivíduos. Já o +TVI, agora a completar um ano de existência e registou neste trimestre um *share* médio de 0,2% com 135 mil indivíduos de contato diário.



A internacionalização dos canais da TVI prosseguiu durante os primeiros meses do ano. Assim, e já em abril, a TVI Internacional começou a transmitir na plataforma SFR, em França, depois de já estar presente naquele território através da Orange e da Free. A TVI Internacional está presente em 12 países, a saber: Angola, Moçambique, Espanha, França, Andorra, Suíça, Mónaco, Luxemburgo, Estados Unidos, Porto Rico, Austrália e Nova Zelândia, levando às comunidades de língua portuguesa, o que de melhor se faz na Ficção e no Entretenimento, a par de uma Informação atual e rigorosa.

Os canais TVI24, TVI Ficção e +TVI estão já presentes em Angola, Moçambique e Cabo Verde (neste último apenas a TVI24, em duas plataformas). A TVI Ficção está ainda presente em França, na plataforma Free desde abril deste ano.

DESEMPENHO FINANCEIRO

Em termos de **desempenho financeiro**, o segmento de Televisão viu os seus rendimentos operacionais totais subirem 5%.

Os **rendimentos de publicidade** ficaram 5% acima do verificado no ano anterior. A Media Capital estima que o mercado publicitário em

sinal aberto tenha crescido cerca de 5% e que o mercado de cabo tenha melhorado aproximadamente 6%.

Os **outros rendimentos**, que englobam entre outros, direitos de transmissão e serviços multimédia, subiram igualmente 5%.

Não obstante a dinâmica de crescimento no que concerne aos rendimentos, os **gastos operacionais** permaneceram em linha com o ano anterior. Com efeito, a TVI ajustou, entre outras naturezas, os gastos de programação,

sobretudo ao nível dos conteúdos internacionais, mas também da produção nacional, com a exceção de entretenimento.

A combinação evolutiva positiva entre rendimentos e custos resultou num desempenho assinalável na linha de EBITDA, a qual ascendeu a € 5,0 milhões, que compara com € 3,5 milhões em 2013 (+42%), com a margem respetiva a expandir de 11,4% para 15,5% (+4,1pp).



3. Produção Audiovisual

milhares de €	1T 2014	1T 2013	Var %
Rendimentos Operacionais	9.578	10.194	-6%
Publicidade	0	0	0%
Outros Rendimentos	9.578	10.194	-6%
Gastos Operacionais, ex D&A	9.882	11.413	-13%
EBITDA	(305)	(1.219)	75%
Margem EBITDA	-3,2%	-12,0%	8,8pp
Depreciações e Amortizações	791	926	-15%
Resultado Operacional (EBIT)	(1.096)	(2.145)	N/A

O segmento de produção audiovisual atingiu um total de **rendimentos operacionais** de € 9,6 milhões, recuando 6%. A menor atividade teve como causa uma estratégia consciente de desinvestimento nas linhas de negócio com menor atratividade ao nível da rentabilidade, pelo que, como se verá mais abaixo, os resultados revelaram melhorias importantes.

Em Portugal, os rendimentos operacionais subiram 12%, mercê das atividades de produções televisivas e construção de cenários a nível nacional e internacional.

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

Por forma a melhorar os níveis de retorno do segmento, o Grupo continuou a estratégia de adaptação e flexibilização das estruturas afetas às produções, não obstante a firme aposta de longo prazo neste segmento. O Grupo acredita

que, com este movimento, se encontra melhor preparado para encarar o futuro e para responder positivamente aos desafios do setor.

Assim, e apesar do menor volume de rendimentos operacionais, o **EBITDA** melhorou em € 0,9 milhões, tendo atingido um valor negativo de € 0,3 milhões, beneficiando do menor montante de gastos operacionais.

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



4. Rádio

milhares de €	1T 2014	1T 2013	Var %
Rendimentos Operacionais	3.348	3.187	5%
Publicidade	3.162	3.019	5%
Outros Rendimentos	186	168	11%
Gastos Operacionais, ex D&A	2.863	2.760	4%
EBITDA	485	427	13%
Margem EBITDA	14,5%	13,4%	1,1pp
Depreciações e Amortizações	430	372	16%
Resultado Operacional (EBIT)	54	56	-2%

Os **rendimentos de publicidade** da MCR melhoraram 5% relativamente ao período homólogo. À semelhança do ocorrido nos últimos trimestres e anos, estima-se um aumento da quota de mercado, uma vez que o mercado terá recuado aproximadamente 2%. Os outros rendimentos operacionais aumentaram 11%.

Quanto aos **gastos operacionais** deste segmento, a variação anual foi de 4%, portanto inferior ao crescimento dos rendimentos.

Face ao descrito, o **EBITDA** do segmento foi de € 485 milhares (+13% face a 2013), com uma margem de 14,5% (+1,1pp).

Os dados relativos às audiências continuaram a evidenciar o excelente desempenho dos formatos explorados pela MCR.

Com efeito, o conjunto das rádios do Grupo Media Capital registou, na primeira vaga de 2014 (que corresponde aos meses de janeiro e fevereiro), uma **audiência acumulada de véspera** (AAV) de **22,0%** e um **share de 31,9%**, destacando-se o desempenho da **Rádio Comercial**, que manteve a liderança com uma AAV de **15,1%** (**share de 21,3%**), que melhorou 1,4pp e 0,1pp face, respetivamente, à primeira e última vagas de

2013. É a nona medição consecutiva de audiências de rádio liderada pela Rádio Comercial.

Por seu turno, a **m80** – a rádio dos êxitos dos anos 60, 70 e 80 – obteve uma AAV de 4,1% (*share* de 6,2%, melhor que os 5,5% obtidos na vaga equivalente de 2013).

Relativamente aos outros formatos, a **Cidade FM** obteve uma AAV de 3,4% (*share* de 3,9%), mantendo a liderança no segmento das rádios cujo principal alvo é a população mais jovem.

No que respeita à presença digital das marcas, destaque para a Rádio Comercial que, com mais de 1,1 milhão de seguidores no Facebook, continua a liderar o *ranking* das marcas portuguesas de media com maior número de fãs nesta rede social. A Cidade FM também faz parte da lista de páginas de Facebook com maior número de fãs, com praticamente 700 mil seguidores.

Por fim, é de destacar o sucesso e elevada adesão que caracterizaram os dois espetáculos realizados no Norte de Portugal (Gondomar) – “Parabéns in the Night”, a propósito da comemoração do 35º aniversário da Rádio Comercial.


5. Outros


milhares de €	1T 2014	1T 2013	Var %
Rendimentos Operacionais	4.507	4.385	3%
Publicidade	744	677	10%
Outros Rendimentos Operacionais	3.763	3.708	1%
Gastos Operacionais, ex D&A	4.461	3.722	20%
EBITDA	46	663	-93%
Margem EBITDA	1,0%	15,1%	-14,1pp
Depreciações e Amortizações	86	126	-32%
Resultado Operacional (EBIT)	(40)	537	N/A

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

No que refere ao Digital, em 2014 continuamos a assistir a uma intensificação da presença no mercado português dos concorrentes multinacionais, bem como a um crescimento da presença das redes sociais. Apesar desta intensificação do ambiente competitivo, a MCD conseguiu melhorar a qualidade das audiências da sua rede de *sites*, o que permitiu registar crescimentos significativos nas suas audiências através dos indicadores *pageviews* e *unique browsers*. A título de exemplo, a TVI fecha o trimestre na liderança do seu segmento (referente a *sites* de canais de TV), com um *share* de 50,9% em visitas e de 53,0% em páginas.

Com uma aposta cada vez maior nesta área, a MCD continua a trabalhar na inovação e aperfeiçoamento dos seus conteúdos digitais para as diversas plataformas (Apple, Android, e Windows) e dispositivos (*smartphones*, *tablets* e *smart tvs*), tendo já desenvolvido mais de 20 aplicações para as diferentes marcas do grupo que, no total, registam já mais de 1.300.000 de *downloads*.

No trimestre em análise destacam-se as seguintes novidades:

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

Os **rendimentos de publicidade** do segmento subiram 10%, beneficiando dos fortes crescimentos verificados nos vários projetos.

Por seu turno, os **outros rendimentos operacionais** tiveram uma evolução marginal (+1%).

O **EBITDA** do segmento foi assim positivo em € 46 milhares, que compara com € 663 milhares no período homólogo.



6. Ajustamentos de Consolidação

milhares de €	1T 2014	1T 2013	Var %
Rendimentos Operacionais	(10.248)	(9.640)	-6%
Publicidade	4	(76)	N/A
Outros Rendimentos Operacionais	(10.252)	(9.564)	-7%
Gastos Operacionais, ex D&A	(10.239)	(9.343)	-10%
EBITDA	(9)	(296)	N/A
Margem EBITDA	0,1%	3,1%	-3,0pp
Depreciações e Amortizações	0	0	0%
Resultado Operacional (EBIT)	(9)	(296)	N/A

Quanto às rubricas de **ajustamentos de consolidação**, os valores constantes das mesmas refletem na sua larga maioria a atividade intra-grupo existente entre a TVI (Televisão) e a Plural (Produção).

O valor de EBITDA resulta dos ajustes de margem entre, por um lado, TVI e, por outro, Plural e CLMC.



7. Cash Flow

milhares de €	1T 2014	1T 2013	Var %
Recebimentos	51.044	50.670	1%
Pagamentos	(56.536)	(46.955)	-20%
Fluxos das atividades operacionais (1)	(5.492)	3.715	N/A
Recebimentos	49	2.015	-98%
Pagamentos	(1.696)	(1.755)	3%
Fluxos das at. de investimento (2)	(1.647)	260	N/A
Recebimentos	30.861	28.439	9%
Pagamentos	(25.881)	(35.811)	28%
Fluxos das at. de financiamento (3)	4.980	(7.372)	N/A
Caixa e equivalentes no início do período	5.237	10.790	-51%
Var. caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	(2.158)	(3.397)	36%
Efeito das variações de câmbios	(4)	(7)	43%
Caixa e equivalentes no final do período	3.075	7.387	-58%

O **cash flow das atividades operacionais** foi de € -5,5 milhões, comparando com € 3,7 milhões nos primeiros três meses de 2013. Esta variação é afetada por desfasamentos correntes e já previstos nesta fase do ano entre pagamentos a fornecedores e recebimentos de clientes, nomeadamente nos segmentos de televisão e de produção audiovisual. Dada a atividade sazonal do Grupo, é expectável uma melhoria substancial desta métrica já no segundo trimestre, mantendo no entanto presente que o trimestre

tipicamente mais forte em termos de geração de **cash flow** é o último de cada ano.

O **cash flow das atividades de investimento** foi de € -1,6 milhões, quando o ano passado havia sido de € 0,3 milhões. Analisando o **cash flow** respeitante a pagamentos de ativos fixos tangíveis e intangíveis, este ascendeu a € -1,0 milhões, valor que compara com € -1,1 milhões no período homólogo, demonstrando a manutenção do enfoque do Grupo na maximização da geração de caixa, neste caso

através de uma forte contenção do *capex*, com enfoque muito claro em projetos com elevada probabilidade de trazerem valor acrescentado.

O **cash flow das atividades de financiamento** foi positivo em € 5,0 milhões,

refletindo os movimentos verificados nas atividades operacionais e de investimento, e o menor montante de caixa e seus equivalentes no início de 2014.



8. Endividamento

milhares de €	Mar 14	Dez 13	Var Abs	Var %
Dívida financeira	117.948	110.807	7.141	6%
Empréstimos bancários / Papel comercial	115.674	108.304	7.370	7%
Outro endividamento	2.274	2.503	(229)	-9%
Caixa & equivalentes	3.075	5.237	(2.162)	-41%
Dívida líquida	114.873	105.571	9.303	9%

No que diz respeito ao **endividamento líquido**, este registou um aumento de 9% ou seja, € 9,3 milhões face a dezembro de 2013, situando-se no final de março em € 114,9 milhões. De salientar que o valor da dívida

inclui os *leasings*, que ascendem no total a € 2,3 milhões no final do período em análise.

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

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

(Montantes expressos milhares de Euros)

ATIVO	31.03.2014	31.12.2013
ATIVOS NÃO CORRENTES:		
<i>Goodwill</i>	153.568	153.568
Ativos intangíveis	15.373	15.972
Ativos fixos tangíveis	16.057	17.357
Investimentos em associadas	1.639	1.612
Ativos financeiros disponíveis para venda	8	8
Direitos de transmissão de programas de televisão	46.495	46.469
Outros ativos não correntes	3.894	3.961
Ativos por imposto diferido	4.544	4.279
	<u>241.578</u>	<u>243.225</u>
ATIVOS CORRENTES:		
Direitos de transmissão de programas de televisão	30.423	33.091
Inventários	74	102
Clientes e outras contas a receber	47.034	42.086
Ativos por imposto corrente	309	127
Outros ativos correntes	14.680	10.748
Caixa e seus equivalentes	3.075	5.237
	<u>95.594</u>	<u>91.391</u>
TOTAL DO ATIVO	<u><u>337.172</u></u>	<u><u>334.616</u></u>
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO		
CAPITAL PRÓPRIO:		
Capital	89.584	89.584
Reservas	38.964	25.261
Resultado líquido consolidado do período	715	13.683
Capital próprio atribuível aos acionistas da empresa-mãe	<u>129.263</u>	<u>128.529</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	<u>129.263</u>	<u>128.529</u>
PASSIVO:		
PASSIVO NÃO CORRENTE:		
Financiamentos obtidos	58.822	77.566
Provisões	6.621	6.602
Passivos por imposto diferido	1.478	1.478
	<u>66.921</u>	<u>85.647</u>
PASSIVO CORRENTE		
Financiamentos obtidos	59.126	33.241
Fornecedores e outras contas a pagar	44.644	45.442
Passivos por imposto corrente	1.179	1.159
Outros passivos correntes	36.039	40.598
	<u>140.988</u>	<u>120.440</u>
TOTAL DO PASSIVO	<u>207.909</u>	<u>206.087</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO	<u><u>337.172</u></u>	<u><u>334.616</u></u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS RESULTADOS
DOS TRIMESTRES FINDOS EM 31 DE MARÇO DE 2014 E 2013

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>31.03.2014</u>	<u>31.03.2013</u>
<u>RENDIMENTOS OPERACIONAIS:</u>		
Prestações de serviços	26.535	26.454
Vendas	119	406
Outros rendimentos operacionais	<u>13.206</u>	<u>12.396</u>
Total de rendimentos operacionais	<u>39.860</u>	<u>39.256</u>
<u>GASTOS OPERACIONAIS:</u>		
Custo dos programas emitidos e das mercadorias vendidas	(7.128)	(7.536)
Fornecimentos e serviços externos	(15.511)	(15.700)
Gastos com o pessoal	(11.537)	(13.384)
Amortizações e depreciações	(2.218)	(2.555)
Provisões e perdas de imparidade ((reforços) / reversões)	(133)	682
Outros gastos operacionais	<u>(286)</u>	<u>(198)</u>
Total de gastos operacionais	<u>(36.812)</u>	<u>(38.690)</u>
Resultados operacionais	<u>3.048</u>	<u>565</u>
<u>RESULTADOS FINANCEIROS:</u>		
Gastos financeiros	(2.259)	(2.251)
Rendimentos financeiros	<u>38</u>	<u>417</u>
Gastos financeiros, líquidos	(2.221)	(1.833)
Ganhos / (perdas) em empresas associadas, líquidos	<u>28</u>	<u>54</u>
Resultados antes de impostos	<u>855</u>	<u>(1.214)</u>
Imposto sobre o rendimento do período	(139)	365
Resultado consolidado líquido das operações em continuação	<u>715</u>	<u>(849)</u>
Atribuível a:		
Acionistas da empresa-mãe	<u>715</u>	<u>(849)</u>
Resultado por ação das operações em continuação em Euros		
Básico	0,0085	(0,0100)
Diluído	<u>0,0085</u>	<u>(0,0100)</u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS CONDENSADAS DOS FLUXOS DE CAIXA
DOS TRIMESTRES FINDOS EM 31 DE MARÇO DE 2014 E 2013

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>31.03.2014</u>	<u>31.03.2013</u>
<u>ATIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	51.044	50.670
Pagamentos a fornecedores	(29.945)	(26.185)
Pagamentos ao pessoal	(11.387)	(12.646)
Fluxos gerados pelas operações	<u>9.712</u>	<u>11.839</u>
(Pagamento) / recebimento do imposto sobre o rendimento	11	359
Outros pagamentos relativos à atividade operacional	(15.215)	(8.483)
Fluxos das atividades operacionais (1)	<u>(5.492)</u>	<u>3.715</u>
<u>ATIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos provenientes de:		
Alienação de subsidiárias	8	-
Vendas de ativos fixos tangíveis e ativos intangíveis	21	11
Juros e rendimentos similares	20	448
Reembolsos de financiamentos concedidos	-	1.556
	<u>49</u>	<u>2.015</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Concentrações empresariais	-	(21)
Aquisição de ativos fixos tangíveis	(986)	(1.063)
Aquisição de ativos intangíveis	(7)	-
Financiamentos concedidos	(703)	(671)
	<u>(1.696)</u>	<u>(1.755)</u>
Fluxos das atividades de investimento (2)	<u>(1.647)</u>	<u>260</u>
<u>ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos	<u>30.861</u>	<u>28.439</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos	(23.639)	(33.140)
Amortização de contratos de locação financeira	(332)	(308)
Juros e gastos similares	(1.508)	(1.828)
Outras despesas financeiras	(402)	(536)
	<u>(25.881)</u>	<u>(35.811)</u>
Fluxos das atividades de financiamento (3)	<u>4.980</u>	<u>(7.372)</u>
Caixa e seus equivalentes no início do período	5.237	10.790
Variação de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	(2.158)	(3.397)
Efeito das diferenças de câmbio	(4)	(7)
Caixa e seus equivalentes no fim do período	3.075	7.387