



Resultados Anuais de 2010

Grupo Média Capital, SGPS, S.A.

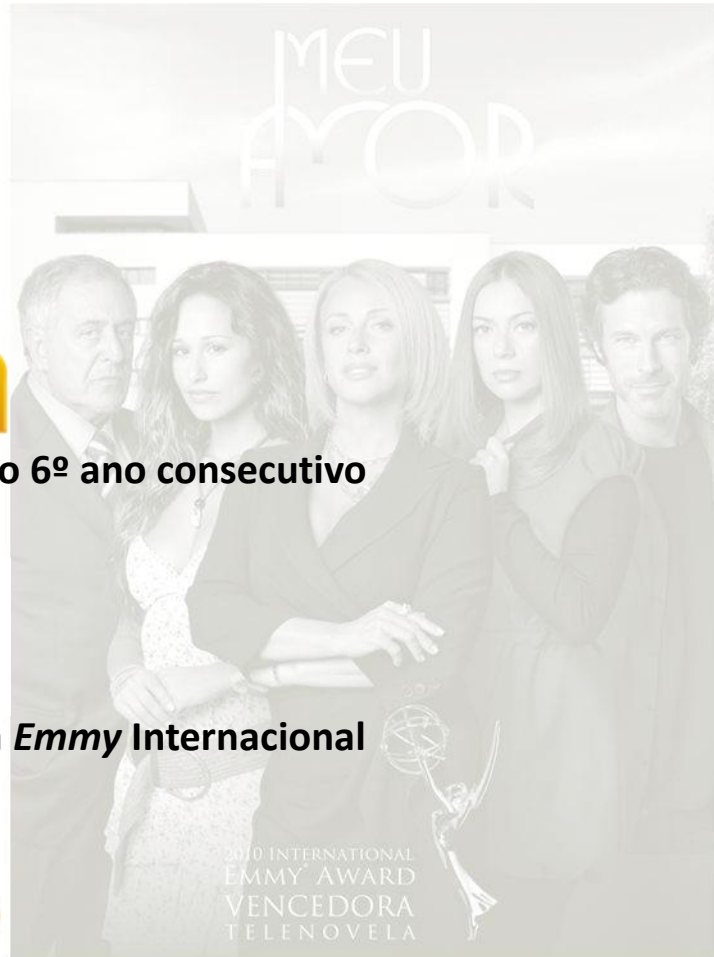


TVI líder em audiências pelo 6º ano consecutivo

o mesmo de sempre **TONY CARREIRA**



Novela "Meu Amor" ganha *Emmy* Internacional



Rádios com as melhores audiências de sempre



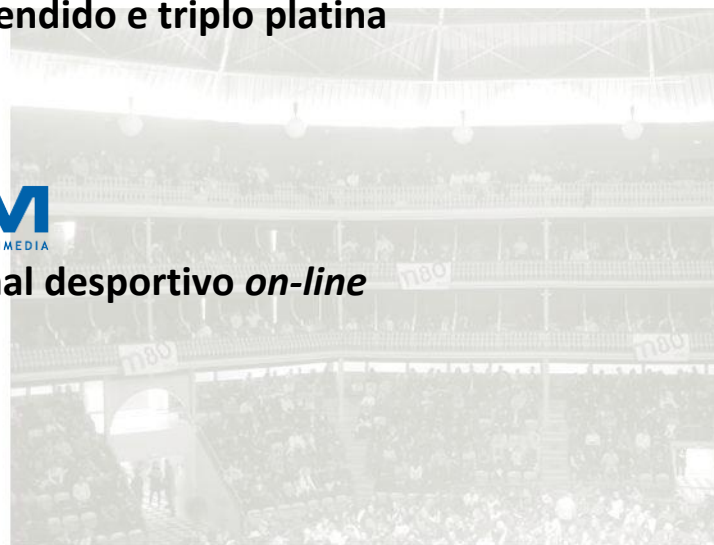
Avatar – Filme mais visto do ano



Tony Carreira – Disco mais vendido e triplo platina



Maisfutebol - Primeiro jornal desportivo *on-line*



GRUPO MÉDIA 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 Colectiva n.º 502 816 481
Capital Social: 89.583.970,80 euros

RESULTADOS ANUAIS DE 2010

O Grupo Media Capital apresenta Proveitos Operacionais de € 249 milhões e um EBITDA Ajustado de € 52,3 milhões.

- Em 2010 o Grupo Media Capital registou um **EBITDA Ajustado** de € 52,3 milhões (4% acima de 2009).
- O Grupo obteve um total de **receitas publicitárias** de € 149,6 milhões, valor ligeiramente superior ao de 2009. As estimativas apontam para que o mercado de publicidade referente a agências, tenha recuado 2,5% em 2010.
- A **TVI** continuou a liderar as audiências de televisão todos os meses e por larga margem, com *shares* médios em sinal aberto de 34,2% no total do dia e de 39,2% no horário nobre. A margem EBITDA do segmento de Televisão expandiu-se de 27,9% para 28,5%.
- A **TVI Internacional** iniciou emissões no final de Maio. Este novo canal constitui um passo adicional na estratégia de alargar a presença geográfica da TVI e de exploração de receitas alternativas à publicidade.
- A actividade de **Produção Audiovisual** registou uma contracção de 15% dos proveitos operacionais, apresentando uma margem EBITDA de 9% (13,5% no 4T).
- No segmento de **Entretenimento**, o EBITDA ajustado para efeitos não recorrentes atingiu o valor de € -1,3 milhões, que compara com € -7,0 milhões no ano transacto.
- Em **Rádio**, os proveitos de publicidade subiram 3%, tendo 2010 sido o melhor ano de sempre em termos de audiências das rádios do Grupo. A margem EBITDA ajustada para efeitos não recorrentes foi de 10% (21% no trimestre).
- Em **Internet**, o portal IOL e a rede de sites MCM atingiram o melhor tráfego de sempre durante o quarto trimestre de 2010, sendo que a TVI confirmou a sua posição de líder entre os sites de TV em Portugal.
- Os resultados operacionais foram afectados em € -12,9 milhões, resultante de impactos não recorrentes associados a (i) reorganização da actividade de vídeo da CLMC; (ii) descontinuação do formato de rádio RCP; e (iii) imparidades relativas ao *goodwill*.

Queluz de Baixo, 21 de Fevereiro de 2011

Grupo Media Capital Relações com Investidores

Pedro Mendes, Director
Contactos
e-mail: ir@mediacapital.pt
Tel: +351 21 434 59 04



1. Demonstração de Resultados Consolidada

milhares de €	2010	2009	Var %	4T 2010	4T 2009	Var %
Total de Proveitos Operacionais	249.008	267.868	-7%	76.187	73.865	3%
Televisão	158.574	156.590	1%	47.884	45.556	5%
Produção Audiovisual	91.714	107.916	-15%	27.947	28.147	-1%
Entretenimento	17.489	28.140	-38%	4.449	6.415	-31%
Rádio	13.874	13.469	3%	4.242	3.663	16%
Outros	15.316	19.066	-20%	3.306	4.445	-26%
Ajust. Consolidação	(47.960)	(57.312)	-16%	(11.641)	(14.360)	-19%
Total de Custos Operac. ex-D&A	209.527	217.743	-4%	63.768	54.970	16%
EBITDA	39.480	50.125	-21%	12.419	18.895	-34%
Margem EBITDA	15,9%	18,7%	-2,9pp	16,3%	25,6%	-9,3pp
Televisão	45.195	43.743	3%	18.182	19.066	-5%
Produção Audiovisual	8.444	12.254	-31%	3.768	3.415	10%
Entretenimento	(8.024)	(7.013)	14%	(5.349)	(4.556)	17%
Rádio	(2.472)	288	n.a.	(2.159)	443	n.a.
Outros	(2.784)	1.643	n.a.	(1.949)	279	n.a.
Ajust. Consolidação	(879)	(790)	11%	(74)	248	n.a.
Custos CLMC Vídeo (Líquido)	6.682	0	n.a.	5.366	0	n.a.
Custos Encerramento RCP (Rádio)	815	0	n.a.	55	0	n.a.
Imparidade de Goodwill	5.367	0	n.a.	5.367	0	n.a.
Itens não recorrentes de 2010	12.864	0	n.a.	10.787	0	n.a.
EBITDA Ajustado	52.344	50.125	4%	23.206	18.895	23%
Margem EBITDA Ajustada	21,0%	18,7%	2,3pp	30,5%	25,6%	4,9pp
Amortizações	12.174	12.527	-3%	3.120	3.230	-3%
Resultados Operacionais (EBIT)	27.306	37.598	-27%	9.299	15.666	-41%
Resultados Financeiros (líquido)	(5.109)	(9.328)	-45%	(1.231)	(4.510)	-73%
Res. antes de imp. e int. s/ controlo	22.197	28.270	-21%	8.067	11.155	-28%
Imposto sobre o rendimento	(8.624)	(9.568)	-10%	(5.122)	(3.676)	39%
Res.líquido das operações em continuação	13.573	18.702	-27%	2.946	7.479	-61%
Res.líquido das operações descontinuadas	0	0	n.a.	0	0	n.a.
Interesses sem controlo	(1.173)	(1.090)	8%	(235)	(302)	-22%
Resultado líquido do período	12.400	17.612	-30%	2.710	7.178	-62%

As demonstrações financeiras consolidadas do Grupo Media Capital encontram-se afectadas por encargos contabilísticos não recorrentes que afectaram o desempenho do Grupo. São de salientar:

- Os custos (líquidos de proveitos) referentes à actividade de Vídeo da CLMC, no montante global de € 6,7 milhões, afectado pela reestruturação e reorganização da mesma;
- Os custos de descontinuação do formato de rádio RCP (€ 0,8 milhões); e
- Um total de € 5,4 milhões, relacionados com a imparidade de goodwill (€ 3 milhões no segmento das rádios e € 2,4 milhões no segmento "Outros", mas relativo à participação na CLMC).

Em 2010 o Grupo Media Capital registou um total de **proveitos operacionais consolidados** de € 249 milhões, o que corresponde a uma redução de 7% em relação a idêntico período de 2009.

O **EBITDA consolidado** do Grupo, ajustado dos efeitos atrás mencionados melhorou 4% para os € 52,3 milhões, com uma margem de

21%. De salientar que os valores de 2009 incluem o impacto da mais-valia da venda de 35% da Transjornal em 2009. Relativamente ao trimestre, o EBITDA ajustado melhorou 23% para os € 23,2 milhões.

O **resultado operacional** (EBIT), já reflectindo os impactos supra, reduziu-se 27%, quedando-se nos € 27,3 milhões, enquanto o

resultado líquido atingiu os € 12,4 milhões (€ 17,6 milhões em 2009), verificando-se uma melhoria dos resultados financeiros e redução

nos impostos sobre o rendimento, enquanto os interesses sem controlo aumentaram € 0,1 milhões.



milhares de €	2010	2009	Var %	4T 2010	4T 2009	Var %
Proveitos Operacionais	249.008	267.868	-7%	76.187	73.865	3%
Publicidade	149.617	149.324	0%	44.464	44.294	0%
Outros proveitos operacionais	99.391	118.544	-16%	31.723	29.571	7%

Na evolução do total de proveitos consolidados, os **proveitos de publicidade** ficaram estáveis, situação que ocorreu no segmento de Televisão, sendo que no segmento de Rádio a variação foi positiva em 2% e no segmento Outros subiu 3%. A nível trimestral, a variação homóloga foi igualmente neutra, com 0% em televisão, +9% em Rádio e -2% em Outros.

Relativamente à situação do **mercado de publicidade**, a informação disponível relativa exclusivamente a agências (portanto não contando com investimento publicitário de clientes directos) e antes de descontos de *rappel*, aponta para uma queda de 2,5% para 2010, com a Internet a subir 24%, a Rádio a ficar estável e os restantes a recuarem, destacando-se a Imprensa (-9%, com -15% na diária e -6% na não diária). Por seu turno, a variação homóloga no quarto trimestre terá ficado em cerca de -6%, com os segmentos de Internet, Rádio e Cinema a registarem desempenhos positivos.

Os **outros proveitos** registam uma variação negativa de 16%, derivado dos segmentos de Produção Audiovisual e Outros, apesar das contribuições positivas da Televisão e Rádio.

Em relação ao total de **custos operacionais**, e não obstante o impacto da TVI24 e da TVI Internacional (que iniciaram emissões, respectivamente, no final de Fevereiro de 2009 e no final de Maio do corrente ano), estes registaram, apesar dos impactos não recorrentes, um decréscimo de 4% em 2010, como resultado não só de menor actividade nos segmentos de Produção Audiovisual e Entretenimento mas também dos ganhos de eficiência que têm vindo a ser obtidos nos diversos segmentos de actividade e centralmente.

Em 2010 os **resultados financeiros** melhoraram de € -9,3 milhões para € -5,1 milhões, com uma redução dos juros suportados e do menor impacto do *swap* sobre taxas de juro que o Grupo tem contratado. Ainda assim este último item penalizou em € 1,1 milhões os resultados financeiros durante o ano em análise.

O **resultado líquido** atingiu os € 12,4 milhões, contra € 17,6 milhões em 2009. De salientar que a taxa efectiva de imposto atingiu 39% em 2010 por via do reconhecimento da imparidade de *goodwill*, sem o qual tal percentagem baixaria para 31%.

2. Televisão



milhares de €	2010	2009	Var %	4T 2010	4T 2009	Var %
Proveitos Operacionais	158.574	156.590	1%	47.884	45.556	5%
Publicidade	134.913	135.219	0%	40.411	40.558	0%
Outros Proveitos	23.661	21.370	11%	7.473	4.997	50%
Custos Operacionais, ex D&A	113.379	112.847	0%	29.702	26.489	12%
EBITDA	45.195	43.743	3%	18.182	19.066	-5%
Margem EBITDA	28,5%	27,9%	0,6pp	38,0%	41,9%	-3,9pp
Amortizações	6.076	5.764	5%	1.542	1.443	7%
Resultado Operacional (EBIT)	39.119	37.979	3%	16.640	17.624	-6%

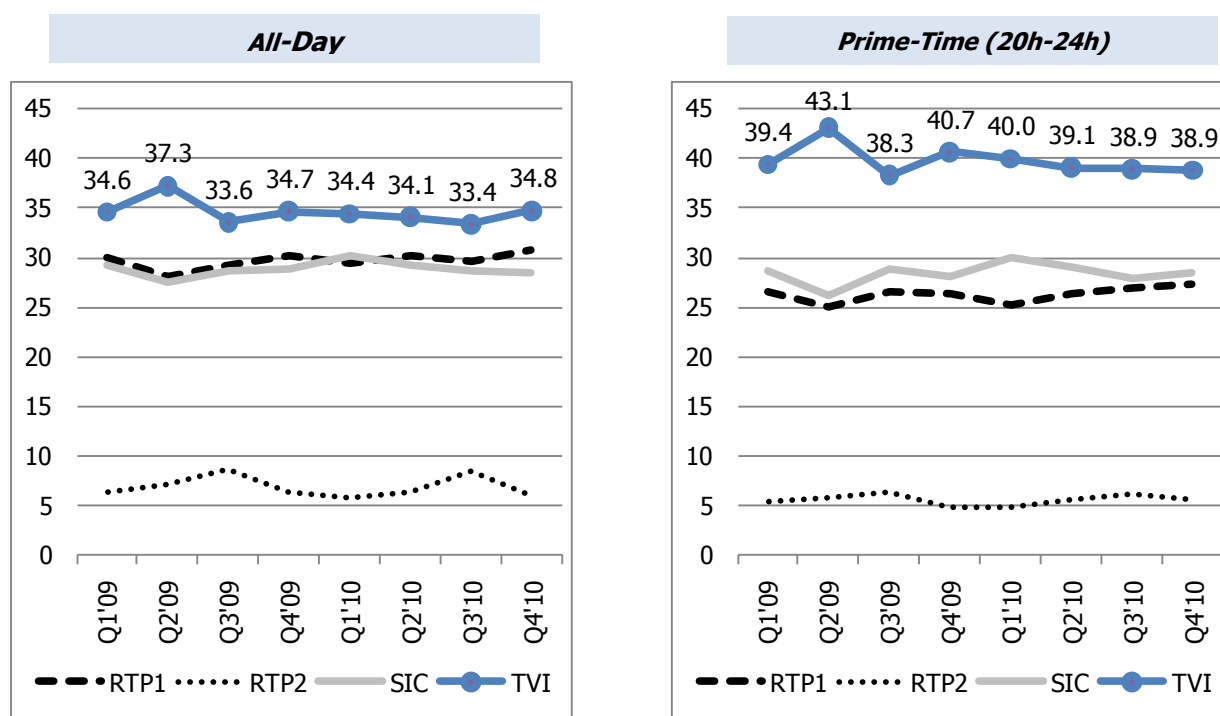
O segmento de Televisão incorpora a TVI, bem como a Publipartner, empresa do Grupo com actividade nas áreas de gestão de marketing e de parcerias, com o objectivo de desenvolver receitas complementares à publicidade, cuja maior parte do investimento publicitário é efectuado na TVI (e noutros meios do Grupo). Por este motivo, as receitas de publicidade do segmento reportado são ligeiramente inferiores às da TVI de forma isolada.

No âmbito do acordo celebrado entre a TVI e a Zon TV Cabo, a 26 de Fevereiro de 2009 foi lançado a TVI24, o novo canal de notícias 24 horas por dia. Por seu turno, a TVI

Internacional iniciou emissões a 30 de Maio de 2010.

A TVI Internacional é um canal de cariz generalista, criado com o objectivo de apresentar uma proposta portuguesa de conteúdos de ficção, entretenimento e informação, não descurando as especificidades próprias de cada mercado/país na sua área de cobertura. Este novo canal constitui um passo adicional do Grupo na estratégia de exploração de proveitos alternativos, aproveitando competências existentes e o vasto leque de conteúdos próprios de referência.

Share de Audiência Trimestral (Canais em Aberto, %)



Fonte: Marktest

A TVI foi a estação de televisão mais vista em 2010, ao registar um *share* de audiência de

34,2%. Este foi o **sexto ano consecutivo de liderança da estação nas audiências do total do dia**. A segunda posição entre os canais generalistas obteve um *share* de 30,1% e a terceira posição registou 29,1% para o mesmo indicador.

Confirmando os resultados obtidos desde 2001, também no horário nobre de emissão televisiva, entre as 20 e as 24 horas, a TVI foi a estação preferida pelos espectadores portugueses, ao registar um *share* de 39,2% em total de indivíduos, ou seja 10,4 pontos percentuais acima do operador mais próximo, que obteve 28,8%. A terceira posição em *prime-time* atingiu 26,5% de quota de mercado.

Na análise global da distribuição do consumo para os canais de sinal aberto e sinal codificado (correspondendo à totalidade do mercado de televisão em Portugal), a TVI mantém uma posição de clara vantagem ao registar uma quota de 27,5% no total do dia e de 32,4% em *prime-time*. O conjunto dos canais temáticos distribuídos exclusivamente por cabo ou plataformas similares obteve uma quota de 19,7% em 2010 no total do dia e em *prime-time* este indicador foi de 17,3%.

No ano em análise a TVI foi contactada com regularidade diária por mais de 5,8 milhões de indivíduos (cobertura média diária numa população de 9,5 milhões) e no horário nobre a programação da TVI atraiu, 4,3 milhões de indivíduos em média diária.

A partir da observação do **consumo de televisão** para a totalidade do ano, verifica-se que o meio televisão manteve a sua forte penetração, com uma ligeira variação positiva relativamente ao ano anterior. A cobertura média diária do meio TV foi de 7,4 milhões ou seja 79% da população. O indicador complementar, tempo médio de visionamento para os indivíduos que contactaram televisão, atingiu quase quatro horas e meia para um dia médio (em *prime-time* este valor regista duas horas e oito minutos).

Na análise dos **géneros dominantes na grelha** de emissão da TVI, verifica-se que o género Ficção (Nacional e Internacional) é maioritário com uma ocupação percentual do tempo de 38,9% cuja grande maioria corresponde a produção original desenvolvida em Portugal. Na segunda posição surge o Entretenimento que ocupa 22,8% seguido dos programas de Informação com 20,1%. Os eventos desportivos ocuparam 1,7% do tempo de emissão de programas. No global, a TVI

assegura que mais de 75% da sua grelha diária seja difundida em língua portuguesa.

Continuando a sua aposta na **Ficção Nacional**, a estação emitiu vários produtos televisivos de ficção produzidos pela Plural, empresa do Grupo Media Capital. No seu conjunto, estes produtos obtiveram quotas de audiência líderes nos respectivos horários.

A totalidade da ficção nacional da TVI obteve no ano 2010 uma audiência média de 950 mil indivíduos diários e uma audiência total média de 1,9 milhões. A quota de referência para este conjunto foi de 42,5% em total de indivíduos e 44,8% em Donas de Casa.

Esta grande aposta da TVI na produção e emissão de ficção portuguesa foi este ano reconhecida internacionalmente com **atribuição do "Emmy Internacional"** a **"Meu Amor"**, na categoria de "Melhor Novela".

"Meu Amor", da autoria de António Barreira e produzida pela Plural, iniciou as suas emissões em Outubro de 2009 e ao longo de precisamente um ano, registou uma quota de audiência de 46,7% e uma audiência média de 1,2 milhões espectadores. No *target* Feminino, esta novela registou igualmente uma quota líder com 50,0% do consumo disponível nos seus horários de emissão (49,4% em Donas de Casa).

Em Março de 2010 terminou **"Deixa que Te Leve"** (estreada em 2009), que obteve ao longo do seu período de emissão uma média de 45,9% de *share* de audiência e um milhão e trezentos mil espectadores. Em sua substituição, **"Mar de Paixão"**, ainda em emissão, registou em 2010 mais de um milhão de espectadores diários e 44,8% de quota de audiência.

Em Junho terminou a novela **"Sentimentos"** que liderou de forma regular o respectivo horário de emissão com uma quota de audiência de 42,1% em total de indivíduos (814 mil espectadores em média por episódio) e um *share* de 46,6% no *target* Feminino.

Nessa data, a TVI estreou **"Espírito Indomável"** (ainda em emissão) que, passou a liderar o início do horário nobre televisivo, com um *share* de 43,7%, 1,2 milhões de fiéis seguidores diários (47% em Femininos) e um perfil de audiência fortemente transversal em vários segmentos sócio demográficos.

Pelo oitavo ano consecutivo, e ao longo de 2010, a TVI emitiu regularmente ao final da tarde dos dias de semana a série juvenil **"Morangos com Açúcar"**. Para o seu alvo de referência, indivíduos com idades entre os 4 e os 24 anos, o conjunto das três séries emitidas em 2010 (Série VII – Vive o teu Talento, Verão e Série VIII – Agarra o teu Futuro) obteve uma quota de audiência de 58,4%, correspondendo a aproximadamente 330 mil indivíduos por dia, sendo hoje o conceito de ficção com maior duração de emissão da televisão portuguesa.

Durante este período, a estação inovou com a introdução das mini-séries de produção nacional exibidas em três partes. No final de Janeiro estreou **"Destino Imortal"**, a qual obteve uma audiência média acima de um milhão de indivíduos e uma quota de 38,7% que lhe permitiu liderar o final das tardes de Domingo. No *target* dos indivíduos mais jovens, com idades entre os 4 e os 24 anos, esta mini-série obteve uma quota de audiência de 65,2%. Já em Fevereiro estreou **"37"**, um *thriller* urbano de protagonismo Feminino: para o conjunto das três emissões registou-se um *share* líder no horário de 41,5% sustentado numa audiência média de 760 mil espectadores. Por último para este género, em Abril estreou a produção **"Dias Felizes"** a qual registou uma quota média de 40%.

No que se refere ao género **Informação**, a TVI manteve em 2010 três espaços diários de acompanhamento da actualidade. Das sete às dez da manhã, o "Diário da Manhã" com as primeiras notícias do dia. Com início de transmissão às 13 horas, o "Jornal da Uma" obteve em 2010 um *share* de 27,7% para a totalidade da semana (29,2% nos dias úteis). Às 20 horas, o "Jornal Nacional" manteve em 2010 uma posição de destaque, ao registar uma audiência média regular de 890 mil espectadores e 30,2% de quota média em total de indivíduos de segunda a sexta-feira. Nesta área destaca-se o regresso do Professor Marcelo Rebelo de Sousa, que nas 32 ocorrências registadas a partir de 31 de Maio, permitiu uma média de contacto regular acima de 1 milhão de espectadores, com uma quota líder de audiência de 37,5%.

Ao longo de 2010 a TVI reforçou a sua oferta na área de investigação jornalística, sob título "Repórter TVI". Foram emitidos na totalidade do ano 43 programas deste tipo, sendo que no seu global obtiveram uma audiência média de 1,1 milhões de espectadores e 36,3% de *share*.

No **desporto** a estação esteve fortemente activa com as transmissões da Taça de Portugal Millennium, jogos da Selecção Nacional e Liga Zon-Sagres.

Na primeira metade do ano a TVI exibiu seis jogos da Taça de Portugal Millennium, que obtiveram um valor médio de audiência de aproximadamente 900 mil indivíduos.

A partir de Agosto, a TVI voltou a deter os direitos exclusivos em canal aberto para Liga Portuguesa de Futebol – Liga Zon-Sagres. Foram transmitidos um total de 14 encontros, com uma quota de audiência de 44,9% e valor médio de 1,2 milhões de espectadores. No *target* Masculino a quota média de audiência foi de 53,9%.

Na área do **entretenimento**, o *talk-show* diário **"Você na TV"** obteve, para o total de 253 emissões, uma quota de audiência média de 32,9% (líder na sua faixa horária), registando no *target* de referência, indivíduos do sexo Feminino, 34,9% de *share*. Também de forma diária, As **"Tardes da Júlia"** ocuparam o período vespertino reunindo diariamente 300 mil indivíduos correspondentes a uma quota de audiência de 34,2% (36,8% em Feminino). Ainda durante a tarde, a partir de Setembro a estação estreou um novo concurso intitulado **"Agora é que Conta"**, apresentado por Fátima Lopes, que aceitou o convite para vir para a TVI a assumir novos desafios profissionais. No seu conjunto, as 68 emissões de 2010 obtiveram uma quota de 32,2% junto do *target* Feminino (esta programa substituiu **"Quem Quer Ganha"** que obteve um valor médio de 24,5% nos primeiros nove meses do ano).

O ano de 2010 foi marcado pelo regresso dos grandes formatos de entretenimento do tipo *reality-show*, com a estreia de **"Secret Story – A Casa dos Segredos"**, emitido no último trimestre do ano, com 39,7% de quota média (49,8% nos "extras" emitidos no final da noite. Semanalmente, o dia de Nomeações (terça-feira), o Compacto de fim de semana e a Gala de Domingo apresentaram também resultados líderes de 40,9%, 47,5% e 40,9%, respectivamente. A Gala Final, que teve lugar na noite de passagem de ano, obteve 66% de quota de audiência (1,7 milhões de indivíduos). A TVI, em parceria com o MEO, lançou um canal interactivo, TVI Direct, com transmissão em directo e durante 24h dos acontecimentos da casa, obtendo excelentes resultados de audiências.

Ao longo de catorze emissões nas noites de sexta-feira, o programa **"Depois da Vida"** registou uma quota de audiência média por emissão de 51,3% e 687 mil seguidores (54,9% em Femininos).

Nos especiais, destaque para a Gala "Nicolau Breyner 50", que obteve uma audiência média de 932 mil espectadores o que levou a uma quota líder de 47,2% em total de indivíduos. Durante o Verão, a TVI promoveu alguns eventos direccionados a públicos específicos, dos quais são exemplo o espectáculo "Morangomania" (30,8% de quota), a "Festa de Verão da TVI", a 31 de Julho (50,9% de *share* e 572 mil indivíduos), a 7 de Agosto, a "Festa da Praia" (46,6% de *share* e 721 mil espectadores), a "Gala Somos Portugal" e o Concerto "Morangos com Açúcar – Vive o teu Talento".

Relativamente à **ficção de origem internacional**, a TVI estreou em Fevereiro a sexta temporada de **"Dr.House"**, a qual registou uma quota média de 29,5% durante o trimestre. No mês de Abril a TVI estreou a série norte-americana **"Glee"** a qual obteve para o conjunto dos 22 episódios uma quota média de 30,3% sendo que no *target* de indivíduos entre os 4 e os 24 anos esta série registou 47,5% de *share*.

A TVI continuou igualmente a obter uma posição significativa no que refere a cinema. Para um total aproximado de 450 títulos emitidos, a programação de cinema nas tardes de fim-de-semana registou cerca de 490 mil espectadores e uma quota média de 30,7%.

Lançado no dia 26 de Fevereiro de 2009, e inicialmente em exclusivo na rede de distribuição da ZON TV Cabo, o **TVI24** alargou a sua base potencial de espectadores a partir do dia 1 de Setembro de 2010 com a sua inclusão no pacote básico do MEO. Ainda em 2010, o TVI24 integrou também os pacotes da Vodafone Casa (29 de Setembro) e da Cabovisão (1 de Dezembro). Deste modo, e a partir do final do ano, o TVI24 passou a estar disponível na grande maioria dos lares portugueses com televisão por subscrição.

O TVI24 está também disponível em África (Angola e Moçambique) desde 29 de Março através do operador ZAP, tendo sido posteriormente alargado a outras plataformas.

Decorridos cerca de 2 anos sobre o nascimento deste projecto, o TVI24 registou um contacto superior a 800 mil espectadores e uma quota

de 14% no total do dia, considerando o universo dos canais de notícias produzidos em Portugal. Esta quota de audiência do TVI24 sobe para 16% quando observado o período nobre de consumo (20/24 horas). No panorama dos canais de cabo, o TVI24 obteve uma quota média audiência de 0,9%.

DESEMPENHO FINANCEIRO

Em termos de **desempenho financeiro**, o segmento de Televisão verificou uma subida de 1% nos seus proveitos operacionais totais, sendo que no trimestre a taxa de variação homóloga foi de +5%. As **receitas de publicidade** foram idênticas às do ano transacto, o mesmo acontecendo na análise trimestral. A Media Capital estima que o mercado publicitário em sinal aberto terá melhorado no ano cerca de 4% face a 2009 (c. -2% no 4T). Nos resultados do segmento, para além do efeito de mercado, são de salientar outros dois: Por um lado, a ausência de proveitos relacionados com as eleições (ao contrário de 2009) e, por outro, a não emissão de jogos do Mundial FIFA 2010 por parte da TVI.

Os **outros proveitos** no segmento de Televisão subiram 11% em relação aos observados em 2009 (tvh, taxa de variação homóloga, de +50% no trimestre), representando 15% do total de proveitos operacionais. É de salientar que em 2009 foram registados proveitos extraordinários relacionados com a prestação de serviços técnicos, sendo ainda que em 2010 a actividade da Publipartner recuou face a 2009. Ainda assim, estes movimentos foram mais do que compensados com proveitos decorrentes de chamadas de valor acrescentado e direitos de transmissão. Relativamente ao comparativo homólogo trimestral, a variação deriva igualmente do bom desempenho destes dois últimos itens.

Os **custos operacionais** permaneceram num nível semelhante ao do ano transacto. Para este desempenho foi decisiva a continuação do esforço de melhoria de eficiência em todas as áreas, uma vez que os custos relacionados com o TVI24 ficaram neste período acima dos verificados em 2009, dado que este canal iniciou as emissões já no final de Fevereiro de 2009. No caso do TVI Internacional, e conforme já mencionado, a contribuição para proveitos e custos teve lugar somente em 2010, a partir de Maio.

De entre as várias rubricas, destaque para a contenção dos custos de programação, nomeadamente ficção nacional e entretenimento, recuando 1% numa base pró-forma (excluindo TVI24 e TVI Internacional), isto apesar dos custos adicionais decorrentes da aquisição dos direitos da Superliga. Finalmente, os custos operacionais encontram-se penalizados em € 0,9 milhões, valor que corresponde ao acréscimo de perdas cambiais resultantes da forte apreciação do dólar.

É de salientar que uma componente relevante dos custos de grelha - ficção nacional - corresponde a produção interna ao Grupo (via Plural), que assim retém valor acrescentado do mesmo.

A combinação da evolução dos proveitos e dos custos favoreceu o **EBITDA** anual do segmento, o qual aumentou 3%, com a margem respectiva a melhorar 0,6pp de 27,9% para 28,5%. Em termos trimestrais, o EBITDA recuou 5%, com a margem a baixar 3,9pp de 41,9% para 38,0%.



3. Produção Audiovisual

milhares de €	2010	2009	Var %	4T 2010	4T 2009	Var %
Proveitos Operacionais	91.714	107.916	-15%	27.947	28.147	-1%
Publicidade	0	0	n.a.	0	0	n.a.
Outros proveitos	91.714	107.916	-15%	27.947	28.147	-1%
Custos Operacionais, ex D&A	83.270	95.662	-13%	24.179	24.732	-2%
EBITDA	8.444	12.254	-31%	3.768	3.415	10%
Margem EBITDA	9,2%	11,4%	-2,1pp	13,5%	12,1%	1,3pp
Amortizações	2.983	3.114	-4%	827	852	-3%
Resultado Operacional (EBIT)	5.461	9.140	-40%	2.941	2.563	15%

O segmento de produção audiovisual atingiu em 2010 um total de proveitos operacionais de € 91,7 milhões.

No que respeita a **proveitos operacionais**, a actividade em Espanha registou uma redução, sobretudo a nível da produção para televisões generalistas, exceptuando a Telecinco. Esta situação não foi compensada pela maior actividade relacionada com (i) a gestão de televisões autonómicas; (ii) vendas internacionais; e (iii) venda de direitos de cinema.

Quanto às operações em Portugal, os proveitos operacionais também recuaram derivado, na sua larga maioria, de menores receitas com produções televisivas.

Em resultado do menor nível de actividade agregado, e apesar da redução de custos, o **EBITDA** acabou impactado de forma negativa, recuando para € 8,4 milhões (margem de 9% vs. 11% em 2009).

Relativamente ao comparativo homólogo trimestral, os proveitos operacionais ficaram ligeiramente abaixo do observado há um ano atrás, com a actividade em Espanha (maior produção e proveitos de cinema) a praticamente compensar o recuo verificado em Portugal. Todavia, a margem do 4T10 melhorou face ao 4T09 (13,5% vs 12,1%), com o EBITDA a subir 10%.



4. Entretenimento



milhares de €	2010	2009	Var %	4T 2010	4T 2009	Var %
Proveitos Operacionais	17.489	28.140	-38%	4.449	6.415	-31%
Música & Eventos	7.579	11.089	-32%	2.202	2.233	-1%
Cinema & Vídeo	9.910	17.051	-42%	2.247	4.183	-46%
Custos Operacionais, ex D&A	25.513	35.153	-27%	9.798	10.971	-11%
EBITDA	(8.024)	(7.013)	14%	(5.349)	(4.556)	17%
Margem EBITDA	-45,9%	-24,9%	-21,0pp	-120,2%	-71,0%	-49,2pp
Custos CLMC Vídeo (Líquido)	6.682	0	n.m.	5.366	0	n.m.
EBITDA Ajustado	(1.342)	(7.013)	-81%	16	(4.556)	n.a.
Margem EBITDA Ajustada	-7,7%	-24,9%	17,3pp	0,4%	-71,0%	71,4pp
Amortizações	157	190	-17%	41	48	-15%
Resultado Operacional (EBIT)	(8.181)	(7.203)	14%	(5.390)	(4.604)	17%

O segmento de Entretenimento inclui a actividade de edição e distribuição discográfica, a gestão de direitos musicais, o agenciamento de artistas e produção de espectáculos e eventos, bem como a actividade de distribuição cinematográfica e vídeo da CLMC – Multimédia.

Face a um contexto de mercado desfavorável, a CLMC procedeu a uma reorganização de forma a racionalizar a actividade do vídeo e adaptar-se aos desafios vindouros. Os objectivos futuros passarão por uma procura de redução dos custos operacionais, uma optimização nas receitas e procura contínua de valor acrescentado para o negócio.

Em resultado da referida reorganização de que a actividade de vídeo da CLMC foi alvo em 2010 (com especial enfoque no quarto trimestre), o Grupo Media Capital optou por apresentar uma linha com o impacto da contribuição de custos operacionais (líquido de proveitos operacionais) daquele negócio, para melhor visibilidade relativamente ao desempenho operacional da restante actividade do segmento. Os valores desta actividade incluem, sobretudo no 4T, impactos do reconhecimento de custos de reorganização e reestruturação.

O total de **proveitos operacionais** do segmento registou uma redução de 38% em 2010 (31% no 4T), com a actividade de Música & Eventos a recuar 32% (-1% no 4T), ao passo que os proveitos na actividade de Cinema & Vídeo observaram uma descida de 42% (-46% no 4T).

Na actividade de **Música & Eventos**, à continuação da queda estrutural do mercado físico (14% em valor, dado estimado), correspondeu uma redução da venda de CD's de 8% (+22% no 4T), correspondendo assim a um ganho de quota. Entre as unidades mais vendidas pela Farol, destacam-se títulos como "O Mesmo de Sempre – Tony Carreira" (Tripla Platina), "Escola de Talentos - Morangos com Açúcar" (nas várias versões), "O melhor de Beto" ou "Luar" (Rita Guerra). Nas restantes receitas desta unidade de negócio verificou-se igualmente uma redução generalizada, nomeadamente ao nível do agenciamento e eventos/concertos, mercado que se ressentiu dos cortes orçamentais de inúmeras autarquias.

Na actividade de **Cinema**, em 2010 o mercado apresentou um crescimento de cerca de 5,4% em número de espectadores e de 11,3% em receitas de bilheteira. Este facto ficou a dever-se a um aumento do preço médio do bilhete para o qual terá contribuído de forma decisiva a cada vez mais frequente estreia de filmes em 3D com preço de bilhete superior ao normal.

No cinema, a CLMC atingiu 13% de quota de mercado em valor (16% em 2009). Esta redução de quota prende-se essencialmente com o menor número de filmes estreados e títulos menos fortes do que no ano anterior, tanto no catálogo 20th Century Fox como em Independentes. No entanto, relativamente aos títulos exibidos, verificou-se uma boa performance sobretudo do lote de filmes da 20th Century Fox, onde se destacou a super produção "Avatar" que, embora com estreia em

finais de 2009, obteve resultados com impacto relevante em 2010, sendo o filme mais visto nas salas de cinema nacionais em 2010. Destaque também para os filmes "Imparável", "Dia e Noite", "Wall Street 2" e "Crónicas de Narnia", da 20th Century Fox e também distribuídos pela CLMC. Entre os filmes independentes estreados neste ano pela CLMC, são de salientar o filme "Juntos ao Luar", "O Concerto" e "Os Míudos estão Bem", vencedor de Globo de Ouro para melhor Actriz, Annette Bening. No 4T, o destaque de títulos de cinema da CLMC vai para "Imparável", "Crónicas de Narnia", e "Ponha Aqui o Seu Dentinho".

No que respeita ao **Vídeo**, pelo terceiro ano consecutivo o mercado de venda (*sell-out*) sofre uma quebra nas receitas, tendo o decréscimo em 2010 sido de 20% em valor (-10% em 2009), acompanhado por um decréscimo em unidades de 18%, e uma evolução do preço médio unitário de mercado de -3%. Esta tendência decrescente é resultado claro da evolução tecnológica, a qual abre novos canais de distribuição e vias de acesso que colocam cada vez mais à disposição do consumidor conteúdos audiovisuais (*video on*

demand), bem como do aumento de *downloads* e venda de cópias ilegais nesta área.

A CLMC cimentou o seu lugar como segundo operador de mercado de distribuição de vídeo, tendo a 20th Century Fox reconquistado a sua posição como principal estúdio no mercado nacional (com uma quota de mercado de 14,1% em valor) apresentando inclusivamente um crescimento em valor absoluto, apesar do extremamente difícil contexto de mercado. Por outro lado o conteúdo definido como Independente manteve a sua quota de mercado em valor.

Os **custos operacionais** do segmento registaram uma queda de 27% (-11% no trimestre). Todavia, esta redução teria sido mais significativa, não fossem os impactos não recorrentes registados na actividade de vídeo.

O segmento Entretenimento obteve assim um **EBITDA Ajustado** de € -1,3 milhões, resultado que compara com o valor de € -7,0 milhões obtidos no ano transacto.



5. Rádio

milhares de €	2010	2009	Var %	4T 2010	4T 2009	Var %
Proveitos Operacionais	13.874	13.469	3%	4.242	3.663	16%
Publicidade	12.747	12.458	2%	3.775	3.472	9%
Outros proveitos	1.127	1.010	12%	467	190	145%
Custos Operacionais, ex D&A	16.347	13.181	24%	6.402	3.219	99%
EBITDA	(2.472)	288	n.a.	(2.159)	443	n.a.
Margem EBITDA	-17,8%	2,1%	-20,0pp	-50,9%	12,1%	-63,0pp
Custos Encerramento RCP	815	0	n.a.	55	0	n.a.
Imparidade de Goodwill	3.000	0	n.a.	3.000	0	n.a.
EBITDA Ajustado	1.343	288	366%	896	443	102%
Margem EBITDA Ajustada	9,7%	2,1%	7,5pp	21,1%	12,1%	9,0pp
Amortizações	2.281	2.345	-3%	559	592	-6%
Resultado Operacional (EBIT)	(4.753)	(2.057)	131%	(2.718)	(148)	n.m.

O Bareme referente ao quarto trimestre continuou a evidenciar o excelente desempenho já observado nos períodos anteriores.

Com efeito, o conjunto das rádios do Grupo Media Capital registou um **share de audiência de 26,6% no quarto trimestre**, o que permite uma média trimestral de 26,8% em

2010 (a mais elevada de sempre), e correspondendo o valor trimestral à sexta variação homóloga positiva consecutiva. O forte desempenho em 2010 ficou a dever-se aos formatos comercialmente mais relevantes: "Comercial", "m80" e "Cidade FM", que melhoraram o *share* médio em 0,8pp, 3,8pp e 0,1pp respectivamente. Depois do primeiro e segundo trimestres deste ano terem sido os

mais fortes da Rádio Comercial desde 2006, o quarto trimestre deste ano foi o melhor último trimestre desde 2000, contribuindo para que a distância para o líder de mercado se encurtasse significativamente em 2010 (-2,9pp) para o valor mais baixo desde 2001. Quanto à m80, este formato manteve uma *performance* de realce, já que atingiu um *share* de 7,4% no 4T10, valor que compara com 3,4% no trimestre homólogo, o que perfaz uma média de 6,8% no ano, beneficiando não só da reafecção de emissores em seu favor mas também da crescente aceitação do formato junto do público-alvo.

Em termos de audiência acumulada de véspera (AAV), uma métrica mais interessante na medida em que reflecte o consumo, os dados foram igualmente muito encorajadores, passando a MCR de 16,7% no 4T09 para 17,6% no 4T10, colocando a média trimestral deste ano em 17,9%, valor que historicamente é o mais elevado de sempre, comparando com 16,4% de 2009 e 17,1% em 2000. A este respeito, e utilizando os valores médios trimestrais, o consumo de rádio (mercado) recuou, ainda que ligeiramente, em 2010 face a 2009 (-2%). Relativamente à Rádio Comercial, há ainda a assinalar que se cimentou como a segunda rádio a nível nacional, atingindo no quarto trimestre uma AAV de 9,5%, percentagem sem par a nível histórico. Por seu turno, a m80 continuou numa trajetória

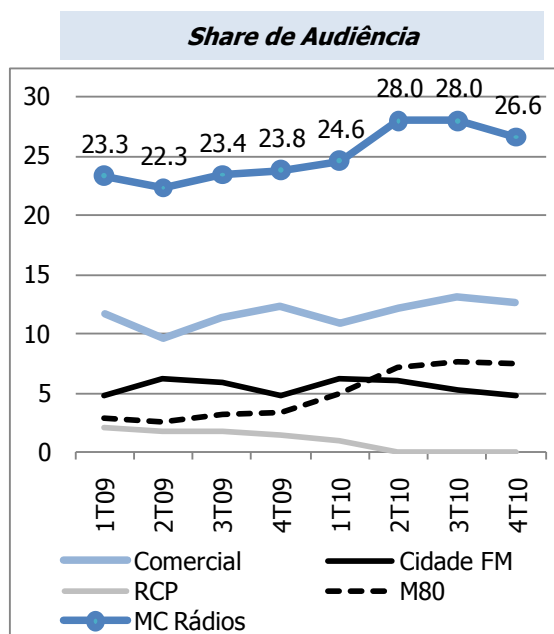
ascendente, ao atingir uma AAV de 4,2% no 4T10, percentagem que compara com 2,1% no 4T09, perfazendo uma média no ano de 3,9%. No início de Julho, o Grupo decidiu pela descontinuidade das emissões do RCP, derivado da sua inviabilidade económica, justificada pela clara insuficiência dos proveitos relativamente à pesada estrutura de custos operacionais. Os custos relacionados com o encerramento do RCP ascenderam a € 815 milhares.

É de salientar que esta é uma decisão isolada, sendo que a MCR irá continuar a apostar firmemente no desenvolvimento contínuo dos restantes projectos desta unidade de negócio, os quais aliás têm registado uma evolução favorável quer ao nível de audiências quer ao nível operacional.

Dando sequência a esta lógica, desde 12 de Julho que o RCP emite num novo formato de conteúdos, com uma forte aposta em música dos anos 50, 60 e 70. Este formato foi baptizado de "Star FM" a partir do final de Novembro de 2010, evidenciando uma receptividade alargada quer de anunciantes quer de público radiofónico.

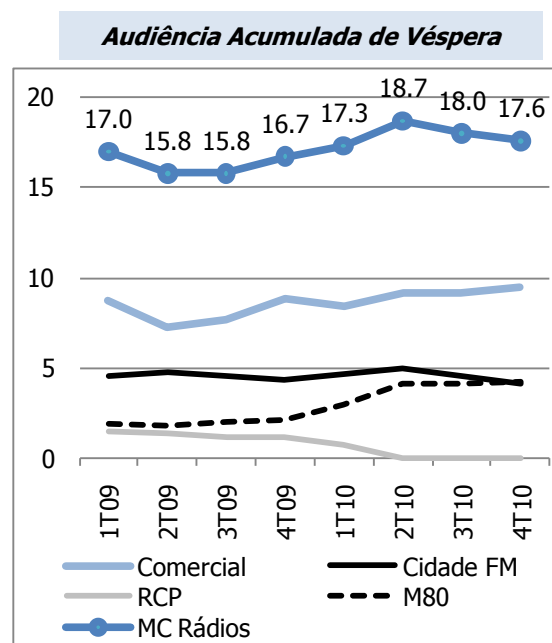
Nas últimas semanas de 2010 preparava-se o lançamento da Vodafone FM, projecto que utiliza a anterior rede transmissora da Romântica FM.

Share e Audiência Acumulada de Véspera Trimestral (%)



Fonte: Marktest

Os **proveitos de publicidade** da MCR subiram 3% face a 2009, com um desempenho homólogo de +16% no 4T10. De



acordo com a informação levantada, em 2010 o mercado de rádio relativo a centrais e agências terá ficado estável (subida de 6% no

quarto trimestre), tendo a MCR registado um incremento muito relevante da quota de mercado junto destes anunciantes.

Quanto aos **custos operacionais** deste segmento, e no seguimento do esforço de racionalização iniciado há já vários trimestres, recuaram 5% em 2010 se excluirmos os custos não recorrentes (incremento de 4% no 4T).

Face ao descrito, o **EBITDA ajustado** deste segmento melhorou de € 0,3 milhões em 2009 para € 1,3 milhões em 2010, com a margem a atingir 9,7%.

No que respeita à presença das rádios no universo *online*, a *performance* das marcas da MCR melhorou em 2010, face ao total de 2009, em mais 125% no número de *page views*, tendo-se o número de *unique users* mantido acima dos 2.5 milhões (26.030.180 e 2.515.451 de média mensal, respectivamente). O *Cotonete*, *site* líder de música online com mais de 300 rádios temáticas e mais de 40.000 rádios pessoais, subiu o seu número de *page views*, registando uma média mensal de 6.255.232, contando com 1,3 milhões de *unique users* mensais.

6. Outros



milhares de €	2010	2009	Var %	4T 2010	4T 2009	Var %
Proveitos Operacionais	15.316	19.066	-20%	3.306	4.445	-26%
Publicidade	3.301	3.206	3%	821	838	-2%
Outros proveitos operacionais	12.015	15.859	-24%	2.486	3.607	-31%
Custos Operacionais, ex D&A	18.100	17.423	4%	5.255	4.166	26%
EBITDA	(2.784)	1.643	n.a.	(1.949)	279	n.a.
Margem EBITDA	-18,2%	8,6%	-26,8pp	-58,9%	6,3%	-65,2pp
Imparidade de Goodwill	2.367	0	n.a.	2.367	0	n.a.
EBITDA Ajustado	(417)	1.643	n.a.	418	279	50%
Margem EBITDA	-2,7%	8,6%	-11,3pp	12,6%	6,3%	6,4pp
Amortizações	677	1.114	-39%	152	296	-49%
Resultado Operacional (EBIT)	(3.461)	529	n.a.	(2.101)	(16)	n.m.

Este segmento inclui a área de Internet, a Holding, e a unidade de serviços partilhados.

O portal IOL e a rede de *sites* MCM atingiram o melhor tráfego de sempre durante o quarto trimestre de 2010, com uma média de 189 milhões de páginas visualizadas por mês. Com este resultado, a média mensal de 2010 elevou-se a 161 milhões, o que compara muito favoravelmente com um valor médio de 123 milhões em 2009, representado uma subida de 30%. Também o número de utilizadores únicos registou um desempenho assinalável, com um crescimento de 33% em 2010, para uma média mensal de 3,9 milhões. A justificar estes números, e a destacar entre os vários projectos, estão "TVI24", "Maisfutebol", e "Lux".

De salientar ainda que em Dezembro os *sites* da TVI subiram ao 4º lugar em número de visitas, no *ranking* nacional da Netscope,

alcançando o seu melhor resultado de sempre. Nesse mês, e relativamente ao número de *pageviews*, a TVI continua no 2º lugar do *ranking*, mantendo assim a sua posição relativamente a Outubro e Novembro. No panorama *online* dos canais de televisão FTA, a TVI obteve em Dezembro um *share* de 64% das visitas a *sites* das três televisões (10,8 milhões), sendo portanto o líder destacado.

As **receitas publicitárias** subiram 3% face ao ano transacto (-2% no 4T), derivado do bom desempenho de volume acima mencionado.

Por seu turno, o comportamento dos **outros proveitos operacionais** encontra justificação nos menores proveitos da Holding e serviços partilhados, relacionado com os *fees* cobrados às várias unidades de negócio, bem como na mais-valia na venda de 35% da Transjornal,

registada em 2009, no segundo trimestre (€ 0,8 milhões).

A evolução da rubrica de **custos operacionais** reflecte o esforço na contenção de custos ao nível das estruturas centrais. De salientar que no 4T foi registada uma

imparidade de € 2,4 milhões, associada à participação na CLMC.

O **EBITDA** ajustado do segmento foi negativo em € 0,4 milhões, o que compara com € 1,6 milhões positivos em 2009.



7. Ajustamentos de Consolidação

milhares de €	2010	2009	Var %	4T 2010	4T 2009	Var %
Proveitos Operacionais	(47.960)	(57.312)	-16%	(11.641)	(14.360)	-19%
Publicidade	(1.345)	(1.560)	-14%	(543)	(574)	-5%
Outros proveitos operacionais	(46.615)	(55.751)	-16%	(11.099)	(13.786)	-19%
Custos Operacionais, ex D&A	(47.081)	(56.522)	-17%	(11.568)	(14.608)	-21%
EBITDA	(879)	(790)	11%	(74)	248	n.a.
Margem EBITDA	1,8%	1,4%	0,5pp	0,6%	-1,7%	2,4pp
Amortizações	0	0	n.m.	0	0	n.m.
Resultado Operacional (EBIT)	(879)	(790)	11%	(74)	248	n.a.

Quanto às rubricas de **ajustamentos de consolidação**, os valores constantes das mesmas reflectem na sua larga maioria a actividade 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.



8. Cash Flow

milhares de €	2010	2009	Var %	4T 2010	4T 2009	Var %
Fluxos das actividades operacionais (1)	25.736	44.207	-42%	30.783	18.347	68%
Fluxos das act. de investimento (2)	14.565	-2.732	n.a.	4.604	11.679	-61%
Fluxos das act. de financiamento (3)	-37.279	-28.090	33%	-16.478	-15.416	7%
Var. de caixa e seus equivalentes (4)=(1)+(2)+(3)	3.022	13.385	-77%	18.909	14.610	29%
Caixa e equivalentes no início do período	20.556	7.172	187%	4.669	5.947	-21%
Caixa e equivalentes no final do período	23.579	20.556	15%	23.579	20.556	15%

O **cash flow** das actividades operacionais atingiu os € 25,7 milhões, que compara com € 44,2 milhões no ano transacto. A contribuir decisivamente para esta evolução estiveram (pela menor actividade) as actividades de Produção Audiovisual, Cinema & Vídeo e Música, as quais compensaram de forma negativa o melhor desempenho dos segmentos Televisão, Rádio e Outros.

O **cash flow** das actividades de **investimento** passou de € -2,7 milhões para € 14,5 milhões. Analisando o **cash-flow** respeitante a pagamentos de imobilizado corpóreo e incorpóreo, este ascendeu a € -9,7 milhões, valor que compara com € -7,7 milhões no ano transacto. É de salientar igualmente (i) o pagamento de uma tranche referente à compra da Plural Entertainment (€ 9,3 milhões) e (ii) € 0,6 milhões referentes a aquisições (10% do capital social da CLMC e

prestações acessórias, bem como de 100% do capital da PCP – produtora em Espanha). O valor de 2009 incluía, no que respeita a pagamentos, um montante idêntico ao deste ano relativo à compra da Plural Entertainment, bem como a aquisição de 30,71% do capital social do IOL Negócios (€ 0,6 milhões). O valor final positivo deve-se ao impacto líquido entre reembolsos e cedências de empréstimos concedidos à Promotora de Informaciones, S.A, bem como ao recebimento da última

tranche referente à venda da actividade de Outdoors.

O **cash flow das actividades de financiamento** apresentou um valor de € - 37,3 milhões, reflectindo o desempenho das actividades operacionais e de investimento e finalmente, o pagamento de dividendos no montante global de € 17,1 milhões.



9. Endividamento

milhares de €	Dez 2010	Dez 2009	Var Abs	Var %
Dívida financeira	113.729	128.866	(15.137)	-12%
Empréstimos bancários / Papel comercial	109.543	124.096	(14.553)	-12%
Outro endividamento	4.186	4.770	(583)	-12%
Caixa & equivalentes	23.579	20.556	3.022	15%
Dívida líquida	90.150	108.310	(18.159)	-17%

Em função dos movimentos acima descritos, o **endividamento líquido** do Grupo Media Capital registou uma redução de 17% ou € 18,2 milhões face a Dezembro de 2009, situando-se no final de Setembro em € 90,2 milhões. O endividamento líquido **ajustado**

dos empréstimos à Promotora de Informaciones, S.A. **atingiu € 73,1 milhões** no final do período, que compara com € 63,8 milhões no final do ano transacto, colocando o Grupo Media Capital numa confortável estrutura de capital.

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS DA POSIÇÃO FINANCEIRA EM 31 DE DEZEMBRO DE 2010 E 2009

(Montantes expressos em milhares de Euros)

ACTIVO	2010	2009
ACTIVOS NÃO CORRENTES:		
Goodwill	167.113	172.741
Activos intangíveis	20.320	21.452
Activos tangíveis	30.645	31.114
Investimentos em associadas	66	-
Activos financeiros disponíveis para venda	8	8
Direitos de transmissão de programas de televisão	54.593	59.526
Outros activos não correntes	1.448	1.470
Impostos diferidos activos	5.543	5.335
	<u>279.737</u>	<u>291.645</u>
ACTIVOS CORRENTES:		
Direitos de transmissão de programas de televisão	12.168	8.903
Existências	1.047	1.921
Clientes e contas a receber	53.328	53.594
Activos por imposto corrente	758	1.027
Outros activos correntes	36.197	59.944
Caixa e seus equivalentes	23.579	20.556
	<u>127.077</u>	<u>145.945</u>
TOTAL DO ACTIVO	<u><u>406.814</u></u>	<u><u>437.591</u></u>
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO		
CAPITAL PRÓPRIO:		
Capital	89.584	89.584
Reservas	23.124	22.495
Resultado líquido do período	12.400	17.612
Capital próprio atribuível aos accionistas maioritários da empresa mãe	125.107	129.690
Capital próprio atribuível a interesses sem controlo	4.023	4.521
Total do Capital Próprio	<u>129.130</u>	<u>134.211</u>
PASSIVO:		
PASSIVO NÃO CORRENTE:		
Empréstimos	32.668	115.145
Provisões	7.868	7.144
Outros passivos não correntes	13.555	22.148
Impostos diferidos passivos	1.612	1.638
Instrumentos financeiros derivados	2.083	-
	<u>57.786</u>	<u>146.075</u>
PASSIVO CORRENTE:		
Empréstimos	78.978	11.241
Fornecedores e contas a pagar	73.179	76.420
Passivos por imposto corrente	905	1.905
Outros passivos correntes	66.836	65.408
Instrumentos financeiros derivados	-	2.330
	<u>219.898</u>	<u>157.304</u>
Total do passivo	<u>277.684</u>	<u>303.379</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO	<u><u>406.814</u></u>	<u><u>437.591</u></u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS DOS RESULTADOS
DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2010 E 2009

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
<u>PROVEITOS OPERACIONAIS:</u>		
Vendas	10.141	16.925
Prestações de serviços	213.734	227.462
Outros proveitos operacionais	<u>25.133</u>	<u>23.481</u>
Total de proveitos operacionais	<u>249.008</u>	<u>267.868</u>
<u>CUSTOS OPERACIONAIS:</u>		
Custo dos programas emitidos e das mercadorias vendidas	(25.334)	(24.271)
Fornecimentos e serviços externos	(106.848)	(112.625)
Custos com pessoal	(67.190)	(74.607)
Amortizações	(12.174)	(12.527)
Provisões e perdas de imparidade	(7.929)	(3.195)
Outros custos operacionais	<u>(2.226)</u>	<u>(3.045)</u>
Total de custos operacionais	<u>(221.702)</u>	<u>(230.270)</u>
Resultados operacionais	<u>27.306</u>	<u>37.598</u>
<u>RESULTADOS FINANCEIROS:</u>		
Custos financeiros	(6.000)	(11.352)
Proveitos financeiros	<u>1.031</u>	<u>2.190</u>
Custos financeiros, líquidos	(4.969)	(9.162)
Perdas em empresas associadas, líquidas	<u>(140)</u>	<u>(165)</u>
Resultados antes de impostos	<u>22.197</u>	<u>28.270</u>
Imposto sobre o rendimento do exercício	(8.624)	(9.568)
Resultado consolidado líquido das operações em continuação	<u>13.573</u>	<u>18.702</u>
Atribuível a:		
Accionistas da empresa mãe	12.400	17.612
Interesses sem controlo	<u>1.173</u>	<u>1.090</u>
	<u>13.573</u>	<u>18.702</u>
Resultado por acção das operações em continuação (€)		
Básico	0,1467	0,2084
Diluído	<u>0,1467</u>	<u>0,2084</u>

GRUPO MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.
DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS DOS FLUXOS DE CAIXA
DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2010 E 2009

(Montantes expressos em milhares de Euros)

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
<u>ACTIVIDADES OPERACIONAIS:</u>		
Recebimentos de clientes	311.721	336.654
Pagamentos a fornecedores	(170.204)	(162.291)
Pagamentos ao pessoal	(68.451)	(65.698)
Fluxos gerados pelas operações	<u>73.067</u>	<u>108.665</u>
Outros recebimentos/(pagamentos) relativos à actividade operacional	(47.330)	(64.458)
Fluxos das actividades operacionais (1)	<u><u>25.736</u></u>	<u><u>44.207</u></u>
<u>ACTIVIDADES DE INVESTIMENTO:</u>		
Recebimentos provenientes de:		
Alienação de subsidiárias	3.000	15.250
Venda de activos tangíveis	208	450
Venda de activos intangíveis	200	17.352
Subsídios de investimento obtidos	-	3
Juros e proveitos similares	1.746	2.816
Reembolso de empréstimos concedidos	39.816	42.950
	<u>44.971</u>	<u>78.821</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Concentrações empresariais	(9.864)	(9.810)
Aquisição de activos tangíveis	(9.354)	(7.170)
Aquisição de activos intangíveis	(337)	(493)
Empréstimos concedidos	(10.851)	(64.081)
	<u>(30.406)</u>	<u>(81.554)</u>
Fluxos das actividades de investimento (2)	<u><u>14.565</u></u>	<u><u>(2.732)</u></u>
<u>ACTIVIDADES DE FINANCIAMENTO:</u>		
Recebimentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	<u>147.109</u>	<u>65.588</u>
Pagamentos respeitantes a:		
Empréstimos obtidos	(161.866)	(66.904)
Amortização de contratos de locação financeira	(1.162)	(1.373)
Juros e custos similares	(2.502)	(2.501)
Dividendos	(17.086)	(20.360)
Outras despesas financeiras	(1.772)	(2.541)
	<u>(184.388)</u>	<u>(93.678)</u>
Fluxos das actividades de financiamento (3)	<u><u>(37.279)</u></u>	<u><u>(28.090)</u></u>
Varição de caixa e seus equivalentes (4) = (1) + (2) + (3)	3.022	13.385
Caixa e seus equivalentes no início do período	20.556	7.172
Caixa e seus equivalentes no fim do período	23.579	20.556



10. Outras Notas de Destaque

- ✓ Prémios Meios e Publicidade 2010 - O Grupo Media Capital e seus colaboradores foram vencedores nas seguintes categorias:
 - Produtora de Televisão – Plural
 - Rádio - Rádio Comercial
 - Personalidade de Media - Luís Cabral (Director-Geral MCR)

- ✓ TVI
 - Reportagens premiadas:
 - Grande reportagem «Terra Desafio Global», emitida no Repórter TVI - prémio especial do Príncipe Rainier III para a Melhor Reportagem na Categoria de Ambiente, no Festival Internacional de Televisão de Monte Carlo, Mónaco
 - “Fora de Controlo” - conquistou o primeiro lugar na segunda edição do Prémio de jornalismo na área de saúde mental atribuído pela Fundação AstraZeneca
 - “Esperança de Vida” - Menção Honrosa no Prémio Jornalismo Novartis Oncology. À mesma jornalista foi atribuído, pela ACIDI, o Prémio do Diálogo Intercultural pela reportagem “Música no Coração”
 - MAC 2010 - Programa Cultural Televisão – Galardão atribuído ao Programa “Cartaz das Artes” da TVI;
 - Liga Portuguesa de Futebol - épocas 2010/2011 e 2011/2012 - A Sport TV e a TVI chegaram a acordo para a transmissão televisiva, em território nacional e em sinal aberto, de um jogo por jornada para estas duas épocas
 - Clube Nacional da Imprensa Desportiva - Programa de televisão do ano – prémio atribuído ao programa “Maisfutebol”
 - Lançamento do TVI Internacional, a 30 Maio 2010
 - TVI24 no MEO e Vodafone Casa a partir de Setembro e na Cabovisão, a partir de Dezembro

- ✓ Plural
 - “Meu Amor” – Novela vencedora do Emmy na categoria “Telenovela”. A cerimónia (International Emmy World Television Festival), teve lugar em Nova Iorque, a 20/21 de Novembro.

- ✓ Farol
 - Tripla platina: “O Mesmo de Sempre” – Tony Carreira
 - Disco de Platina: “Morangos com Açúcar – Vive o teu talento”
 - Disco de Ouro: “O Melhor de Beto” – Beto; “Luar” – Rita Guerra; “Ao vivo no Coliseu” – Mickael Carreira; “Toda a Escolinha de Música” – Escolinha de Música; “Benfica Campeão” – Vários; “The Resistance” – Muse (Warner)

- ✓ MC Multimédia
 - “Mais Futebol” – lança livro «Onda Benfica», em parceria com editora Objectiva
 - Lançamento do projecto de ecommerce euqueroumdestes.com
 - Sites da TVI líderes entre os sites de TVs (*share* de 64% em Dezembro)

- ✓ CLMC
 - “Avatar” foi o filme mais visto do ano e o que gerou mais receitas nos últimos 3 anos em Portugal

- ✓ MCR
 - Descontinuidade do RCP em Julho
 - Lançamento da Star FM em Novembro
 - Conjunto das rádios MCR bate *records* de audiências, em contraciclo com o consumo do meio rádio
 - Rádio Comercial consolida posição como segunda rádio a nível nacional