

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS PRIMEIRO TRIMESTRE 2012



ZON MULTIMEDIA

1

DESTAQUES 1T12

- Grande resiliência do negócio *core* de *Triple Play*, apesar do cenário macroeconómico muito desafiante
- Esforços de contenção de custos e de redução de CAPEX continuam a suportar o sólido desempenho financeiro
- Novas opções de crescimento começam a gerar resultados, nomeadamente a parceria Angolana “ZAP”

Tabela 1.

Destques 1T12	1T11	1T12	1T12 / 1T11
Operacionais ('000)			
RGUs ⁽¹⁾	3,181.3	3,381.0	6.3%
Clientes de <i>Triple Play</i>	666.0	715.7	7.5%
Adições Líquidas de TV por Subscrição	(17.1)	19.8	n.a.
Adições Líquidas de Banda Larga Fixa	14.4	9.4	(34.6%)
Adições Líquidas de Voz Fixa	29.9	37.5	25.4%
ARPU Global (Euros)	35.8	35.0	(2.2%)
Financeiros (Milhões de Euros)			
Receitas de Exploração	214.1	214.2	0.0%
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	195.6	191.9	(1.9%)
EBITDA	79.5	79.7	0.2%
Margem EBITDA	37.1%	37.2%	0.1pp
Resultado Consolidado Líquido	10.2	10.3	1.7%
CAPEX	38.8	29.6	(23.7%)
Free Cash Flow	(2.0)	16.3	n.a.

(1) O número total de RGUs reportado reflete a soma dos subscritores de TV por Subscrição, Banda Larga, Voz Fixa e Mobile.

DESTAQUES OPERACIONAIS

- Um novo trimestre de forte crescimento de RGUs com adições líquidas de 65,8 mil no 1T12, quase o dobro do valor registado no 1T11 e representando uma subida de 12,4% face ao 4T11;
- Ritmo de crescimento dos RGUs impulsionado pelas adições líquidas de TV por Subscrição e Voz Fixa:
 - O número de clientes de TV por Subscrição cresceu em 19,8 mil, um aumento explicado pela adição líquida de 26,2 mil clientes de cabo, que foi parcialmente compensada por um declínio da base de clientes de satélite, de 6,5 mil subscritores;
 - O forte crescimento nos clientes de TV por Subscrição por cabo foi impulsionado pela boa adesão aos pacotes de serviços de TV e Voz Fixa de gama mais baixa, direcionados para os clientes que foram afetados pelo desligamento do sinal analógico;
 - A base de clientes de Voz Fixa cresceu em 37,5 mil subscritores, um valor significativamente superior aos 29,9 mil que se registaram no 1T11, e semelhante aos níveis verificados no 4T11;
 - Adições líquidas de Banda Larga de 9,4 mil subscritores no 1T12, elevando o número total de clientes para 749 mil.
- Os clientes de *Triple Play* registaram um acréscimo anual de 7,5% no 1T12 para 715,7 mil, com a penetração de serviços de *Triple Play* a reduzir-se ligeiramente para 59,4% devido ao crescimento muito forte da base de clientes de cabo, principalmente nos pacotes *Dual Play*;
- A adesão a pacotes de serviços de gama mais baixa, em conjunto com um desempenho ainda com alguns constrangimentos por parte das receitas de canais *premium* levou a uma diluição do ARPU Global para 35 euros no 1T12;
- Fraco desempenho no negócio de Exibição Cinematográfica, com um declínio no número de bilhetes vendidos transversal a todo o sector.

DESTAQUES FINANCEIROS

- As Receitas de Exploração mantiveram-se estáveis face ao 1T11 nos 214,2 milhões de euros, com o ritmo de decréscimo anual das receitas do negócio *core* de *Triple Play* a abrandar para 1,9%;
- Desempenho sólido do EBITDA consolidado com um crescimento anual de 0,2% devido à forte melhoria da margem, mais do que compensando o decréscimo nas receitas do negócio de *Triple Play*, permitindo um crescimento de 3,0% do EBITDA deste segmento, tendo por base um forte controlo de custos;
- Consolidação proporcional das operações internacionais da “ZAP” pela primeira vez no 1T12;
- Após apenas 18 meses de operações comerciais, a ZAP atingiu o *breakeven* ao nível do EBITDA no 1T12;
- Continuação de um desempenho forte no FCF. O EBITDA – CAPEX cresceu 23,0% para 50,1 milhões de euros no 1T12 face ao 1T11 e o FCF aumentou para 16,3 milhões de euros, o que compara com um valor negativo de 2,0 milhões de euros no 1T11;
- O Resultado Líquido registou um crescimento anual de 1,7% para 10,3 milhões de euros.

2 EVOLUÇÃO DO NEGÓCIO

Tabela 2.

Indicadores de Negócio ('000)	1T11	1T12	1T12 / 1T11
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz			
Casas Passadas ⁽¹⁾	3,206.9	3,187.4	(0.6%)
RGUs ⁽²⁾	3,181.3	3,381.0	6.3%
RGUs de Cabo por Subscritor (unidades) ⁽³⁾	2.29	2.37	3.4%
Subscritores ⁽⁴⁾	1,554.4	1,586.8	2.1%
dos quais Subscritores de Cabo	1,155.5	1,204.6	4.2%
Clientes de <i>Triple Play</i>	666.0	715.7	7.5%
% Clientes Cabo com <i>Triple Play</i>	57.6%	59.4%	1.8pp
dos quais Subscritores de Satélite	398.9	382.2	(4.2%)
Banda Larga Fixa	704.7	748.6	6.2%
Voz Fixa	807.5	921.4	14.1%
Mobile	114.7	124.1	8.2%
ARPU Global (Euros)	35.8	35.0	(2.2%)
Exibição Cinematográfica			
Receitas por Espetador (Euros)	4.7	4.8	2.1%
Bilhetes Vendidos	2,016.5	1,724.9	(14.5%)
Salas (unidades)	217	210	(3.2%)

(1) O número de Casas Passadas foi corrigido no 3T11, consistindo numa atualização da base de dados em 86,5 mil Casas Passadas. Os dados referentes a trimestres anteriores não foram reexpressos.

(2) O número total de RGUs reportado reflete a soma dos subscritores de TV por Subscrição, Banda Larga, Voz Fixa e Mobile.

(3) RGUs de Cabo por Subscritor correspondem à soma dos subscritores de Cabo de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz divididos pelo número de subscritores de TV por Subscrição por Cabo.

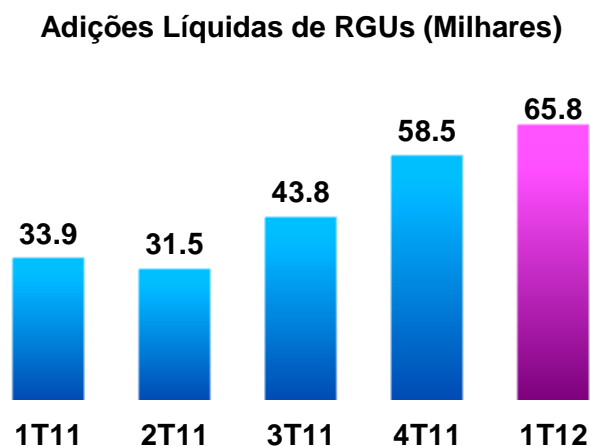
(4) Os números apresentados referem-se ao número total de clientes do serviço básico da ZON Multimédia, incluindo as plataformas de cabo e de satélite. Saliente-se que a ZON Multimédia oferece vários serviços básicos, suportados em diversas tecnologias, direcionados para diferentes segmentos de mercado (doméstico, imobiliário e empresarial), com distinto âmbito geográfico (Portugal Continental e ilhas) e com um número variável de canais.

Tal como em trimestres anteriores, o negócio *core* de *Triple Play* da ZON continua a demonstrar resiliência face ao ambiente macroeconómico desafiante que se faz sentir em Portugal. Os serviços base de entretenimento e comunicações têm uma importância primordial nos lares Portugueses e, apesar de uma maior prudência evidenciada pelos clientes ao nível da subscrição de serviços discricionários adicionais como os canais *premium*, não se tem verificado o desligamento dos seus pacotes de serviços base de *Triple Play*.

O desligamento do sinal analógico em Portugal que decorreu no 4T11 e nos primeiros meses de 2012 proporcionou uma oportunidade para aumentar a penetração dos nossos serviços, com um número significativo de lares a optar por subscrever pacotes *Dual Play* de TV e Voz Fixa de gama mais baixa e, em alguns casos, soluções de *Triple Play*, em detrimento da migração para a TDT.

Forte crescimento dos RGUs, +66 mil serviços no 1T12

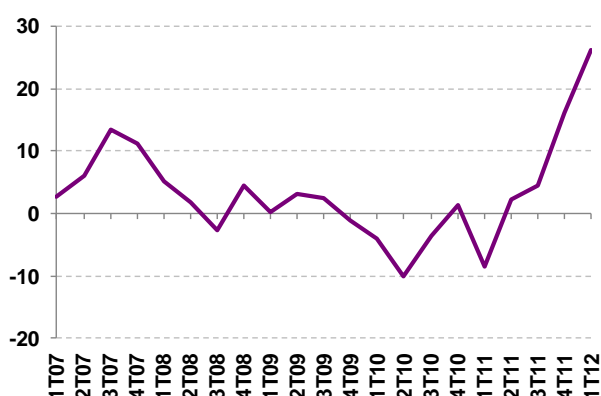
O 1T12 foi para a ZON mais um trimestre de desempenho muito positivo em termos de crescimento de RGUs, com 66 mil adições líquidas, impulsionadas sobretudo pela contínua adesão aos serviços de TV por Subscrição, pela solidez do crescimento na Voz Fixa e pelas adições líquidas em linha com os trimestres anteriores, na Banda Larga.



Crescimento recorde na base de clientes de cabo, +26 mil subscritores no 1T12

A base de clientes de TV por Subscrição aumentou em 19,8 mil clientes no 1T12, o maior aumento desde 2007, refletindo uma combinação de duas realidades distintas – crescimento líquido recorde na base de clientes de cabo de 26,2 mil clientes, que foi parcialmente compensada por um declínio na base de clientes de satélite de 6,5 mil subscritores.

TV por Subscrição – Adições Líquidas de Cabo (Milhares)



Uma fatia significativa do crescimento da base de clientes de cabo foi impulsionada pelo sucesso da oferta de gama mais baixa da ZON, direcionada para os clientes afetados pelo desligamento do sinal analógico que decorreu no final de 2011 e nos primeiros meses de 2012.

No final de 2011, a ZON desenvolveu uma oferta muito atrativa através da qual os clientes continuam a receber os mesmos 4 canais FTA de que já dispunham, com distribuição multi-sala do sinal através de cabo, e um serviço de Voz Fixa ilimitada por apenas 9,99 euros por mês. Para quem tenha interesse em subscrever um serviço de Banda Larga, foi também lançada uma oferta de *Triple Play* de base de gama, com internet de 6 Mbps, por 24,99 euros por mês. Cerca de 75% dos clientes destas ofertas de gama mais baixa subscrevem ofertas de *Dual Play*, sendo que os remanescentes subscrevem ofertas de *Triple Play*.

Cerca de 120 mil clientes IRIS, 10% da base de clientes de cabo

No outro extremo da base de clientes, a adesão aos nossos pacotes de serviços de topo de gama IRIS permanece muito encorajadora, registando-se cerca de 120 mil clientes no final do 1T12, representando 10% da base de clientes de cabo. O crescimento do número de clientes IRIS acelerou ainda mais nas últimas semanas do 1T12 devido ao lançamento de uma campanha que conheceu um grande sucesso, oferecendo permanentemente a todos os clientes IRIS velocidades de Banda Larga de 100 Mbps, uma oferta que foi lançada com o intuito de responder a uma campanha lançada pelo nosso principal concorrente em Fevereiro.

Uma das funcionalidades mais inovadoras da interface IRIS é o Restart TV. A sua utilização por parte dos clientes tem aumentado exponencialmente, quadruplicando nos últimos 6 meses à medida que estes se familiarizam cada vez mais com esta funcionalidade. Na sua base está a capacidade da ZON fornecer, a pedido, um *video stream unicast* para cada cliente de forma individual, permitindo-lhe visionar desde o início programas que estejam a ser transmitidos. No final do 1T12 este serviço já era oferecido para os 50 canais mais populares.

ZON Online #1 na App Store em Portugal

A ZON Online, a aplicação que replica a interface de utilização IRIS para computadores pessoais, tablets e *smartphones*, tem conhecido uma grande procura. A comprovar este interesse da parte dos consumidores está o facto de a aplicação ZON Online, disponível para *download* na loja iTunes Portuguesa, ter ocupado a primeira posição na lista das aplicações mais vendidas durante três semanas consecutivas.

Continuação do crescimento na Banda Larga e na Voz Fixa

A ZON voltou a registar um bom trimestre de crescimento na Banda Larga com adições líquidas de 9,4 mil clientes, elevando a penetração da base de cabo para 62,1%, num total de 749 mil clientes. 53% destes clientes subscrevem serviços de internet de largura de banda superior a 20 Mbps, sendo que 32% subscrevem larguras de banda iguais ou superiores a 30 Mbps. A rede WiFi gratuita da ZON, a ZON@FON, é um fator-chave de diferenciação face aos outros operadores. Os mais de 524 mil *hotspots* WiFi em Portugal, com uma densidade de cobertura muito elevada nos principais centros urbanos, proporcionam aos clientes ZON uma ligação móvel à internet de grande qualidade.

O crescimento nos serviços de Voz Fixa continua a ser muito robusto com adições líquidas de 37,5 mil clientes no 1T12, o que compara com 29,9 mil no 1T11 e 39,9 mil no 4T11.

Muitos dos novos clientes são subscritores das ofertas de gama mais baixa, acima descritas. Os clientes de Voz Fixa totalizam agora 921,4 mil, representando uma penetração de 74,9% da base de subscritores de cabo. A ZON lançou uma nova e inovadora funcionalidade para os seus clientes de Voz Fixa, a aplicação ZON Phone, que lhes permite utilizar os seus *smartphones* para realizar e receber chamadas utilizando os seus números de telefone e tarifários fixos, onde quer que estejam. Esta funcionalidade está também a conhecer um grande sucesso, acrescentando valor à oferta de Voz Fixa da ZON.

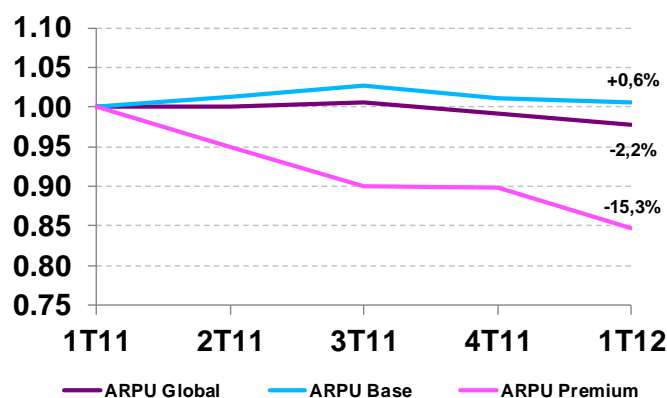
716 mil clientes de *Triple Play*

A base de clientes de *Triple Play* da ZON registou um acréscimo anual de 7,5% para 715,7 mil subscritores no 1T12. Em resultado do forte crescimento da base de clientes de cabo previamente explicado, que foi significativamente mais elevado que o acréscimo de clientes de pacotes de serviços de *Triple Play*, a penetração de subscritores de *Triple Play* na base de clientes de cabo diminuiu ligeiramente para 59,4%. No entanto, a penetração de clientes *Dual Play* registou neste trimestre um acréscimo de 2,5 pontos percentuais.

Diluição do ARPU devido à adesão às ofertas de gama mais baixa e abrandamento das receitas *premium*

As receitas de canais *premium* continuam a apresentar um desempenho inferior aos níveis registados no ano anterior, impactando assim o nível do ARPU Global. Excluindo o impacto desta diminuição das receitas provenientes de canais *premium*, o ARPU base continua a demonstrar resiliência, com um crescimento anual na ordem dos 0,6%, suportado também pelo aumento de preços que teve lugar em Janeiro de 2012. Paralelamente, com o sucesso das ofertas *Dual* e *Triple Play* de gama mais baixa durante os últimos meses, o ARPU Global registou alguma diluição no 1T12 para os 35 euros. Se excluíssemos este impacto dos pacotes de serviços de gama mais baixa, o ARPU dos serviços base teria registado um acréscimo anual de 2,4%, em linha com o valor apresentado no 4T11.

Evolução do ARPU Base, Premium e Global (1T11 = Base 1)



Audiovisuais e Cinemas

O 1T12 representou um decréscimo anual de 14,5% em termos do número de bilhetes de Cinema vendidos. No entanto, este desempenho foi ligeiramente superior ao do restante mercado. Como um todo, e de acordo com dados recentemente publicados pelo Instituto do Cinema e Audiovisual, ICA, o mercado sofreu uma diminuição no número de bilhetes vendidos de 14,9%. A quota da ZON em termos do número de bilhetes vendidos cifrou-se em 55,1% durante o 1T12. Para além do ambiente macroeconómico desafiante, as vendas de bilhetes de cinema foram impactadas negativamente pelo aumento do IVA de 6% para 13% que entrou em vigor no início de 2012. As receitas foram também afetadas pelo número comparativamente inferior de filmes em 3D lançados neste trimestre face ao ano anterior, cujas vendas representaram apenas 4% do número total de bilhetes vendidos no 1T12, o que compara com 20% no 1T11.

No primeiro trimestre de 2012, a receita por bilhete vendido aumentou em 2,1% de 4,7 euros no 1T11 para 4,8 euros. Este desempenho é suportado pela posição de liderança da ZON em termos de inovação, com níveis de digitalização e de penetração de tecnologia de projeção em 3D (83 de um total de 210 salas) sem paralelo no mercado Português.

No que concerne às receitas brutas de exibição cinematográfica, o desempenho relativo da ZON também foi mais forte comparativamente com o restante mercado, registando-se um decréscimo de 7% no 1T12, sendo que o total das receitas brutas do mercado caiu 9%. A quota de mercado da ZON em termos de receitas brutas de exibição cinematográfica permaneceu relativamente estável no 1T12 em 56,0%. Os filmes de maior sucesso exibidos no 1T12 foram “Sherlock Holmes: Jogo de Sombras”, “Os Descendentes”; “Os Marretas”; “A Invenção de Hugo”, e “A Dama de Ferro”.

As receitas da divisão de Audiovisuais registaram um ligeiro crescimento de 0,5% no 1T12 para 17,1 milhões de euros.

A ZON Audiovisuais manteve a sua posição de liderança na distribuição de filmes para exibição cinematográfica, no VoD e na venda de conteúdo *homevideo* em Portugal. Dos 10 filmes de maior sucesso exibidos em Portugal no 1T12, a ZON Lusomundo distribuiu 4, nomeadamente “Os Marretas”, “A Invenção de Hugo”, “Missão Impossível: Operação Fantasma” e “Detenção de Risco”. De acordo com dados do ICA, a quota de mercado da ZON em termos de receita bruta de distribuição cinematográfica no 1T12 cifrou-se em 46%. No 1T12 a ZON Audiovisuais estabeleceu novos acordos de distribuição, com a Universal para *homevideo* e com a Metro Goldwyn Mayer Studios para *homevideo* e distribuição cinematográfica.

3

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS

A partir do 1T12, a participação de 30% da ZON na sua parceria Angolana de TV por Subscrição passa a ser consolidada proporcionalmente. Anteriormente, a operação era consolidada através do método da equivalência patrimonial, surgindo então na linha de Resultados Financeiros.

Tabela 3.

Demonstração de Resultados (Milhões de Euros)	1T11	1T12	1T12 / 1T11
Receitas de Exploração	214.1	214.2	0.0%
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	195.6	191.9	(1.9%)
Audiovisuais	17.1	17.1	0.5%
Exibição Cinematográfica	13.6	11.8	(13.7%)
Internacional	0.0	6.4	n.a.
Outros e Eliminações	(12.1)	(13.0)	7.4%
Custos Operacionais, Excluindo Amortizações	(134.6)	(134.5)	(0.1%)
Custos com Pessoal	(14.7)	(14.3)	(3.1%)
Custos Diretos dos Serviços Prestados	(61.1)	(58.4)	(4.3%)
Custos Comerciais ⁽¹⁾	(15.2)	(16.2)	6.1%
Outros Custos Operacionais	(43.6)	(45.7)	4.8%
EBITDA ⁽²⁾	79.5	79.7	0.2%
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	73.4	75.5	3.0%
Audiovisuais e Exibição Cinematográfica	6.1	4.0	(35.5%)
Internacional	0.0	0.2	n.a.
Margem EBITDA	37.1%	37.2%	0.1pp
Amortizações	(55.6)	(55.9)	0.7%
Resultado Operacional ⁽³⁾	24.0	23.7	(1.0%)
Outros Custos / (Proveitos)	0.3	(0.1)	(123.4%)
EBIT (Res. Antes de Resultados Financeiros e Impostos)	24.3	23.7	(2.5%)
(Custos) / Ganhos Financeiros Líquidos	(10.3)	(8.3)	(19.1%)
Resultado Antes de Impostos e Interesses Minoritários	14.0	15.3	9.7%
Imposto Sobre o Rendimento	(3.6)	(4.6)	29.3%
Resultado das Operações Continuadas	10.4	10.7	3.0%
Interesses Não Controlados	(0.2)	(0.3)	58.6%
Resultado Consolidado Líquido	10.2	10.3	1.7%

(1) Custos Comerciais incluem Comissões, Marketing e Publicidade e Custos das Mercadorias Vendidas.

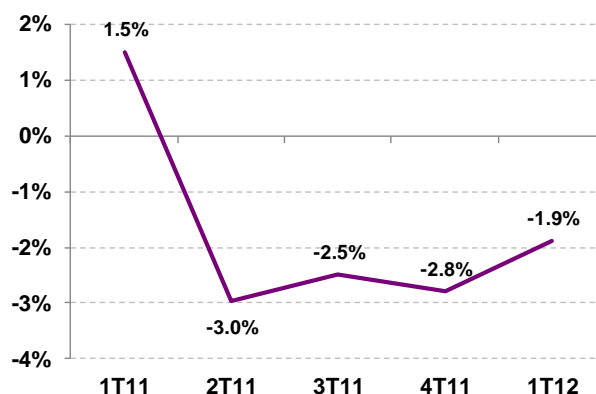
(2) EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações.

(3) Resultado Operacional = Resultado antes de Resultados Financeiros e Impostos + Custos com redução de efetivos ± Imparidade do Goodwill ± Menos/Mais valias na Alienação de Imobilizado ± Outros Custos/Proveitos.

3.1 Receitas de Exploração

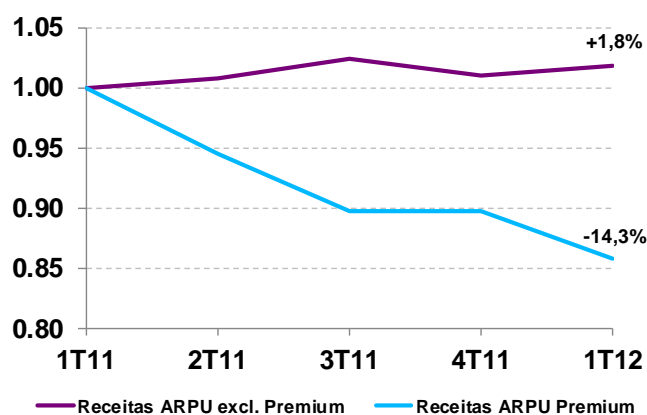
As **Receitas de Exploração** mantiveram-se estáveis no 1T12 face ao 1T11, ascendendo a 214,2 milhões de euros. As receitas *core* de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz registaram uma quebra anual de 1,9% para 191,9 milhões de euros, refletindo um abrandamento no ritmo de decréscimo face aos trimestres anteriores.

Crescimento anual das receitas de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz (%)



Tal como nos últimos trimestres, as subscrições de canais *premium* permaneceram em níveis inferiores aos de 2011. No 1T12, as receitas de canais *premium* registaram um decréscimo anual de 14,3% face ao 1T11. Ajustando o impacto da pressão sentida nas receitas *premium*, as receitas de ARPU dos serviços base cresceram 1,8% face ao 1T11, refletindo a resiliência que caracteriza os serviços *core* da ZON. As receitas de canais *premium* representaram 15% das receitas de ARPU no 1T12.

Crescimento anual das receitas de ARPU (%)



As receitas do negócio de Audiovisuais de 17,1 milhões de euros permaneceram relativamente estáveis face ao 1T11 (+0,5%). No entanto, as receitas de Exibição Cinematográfica registaram um desempenho fraco no 1T12, com um decréscimo anual de 13,7%.

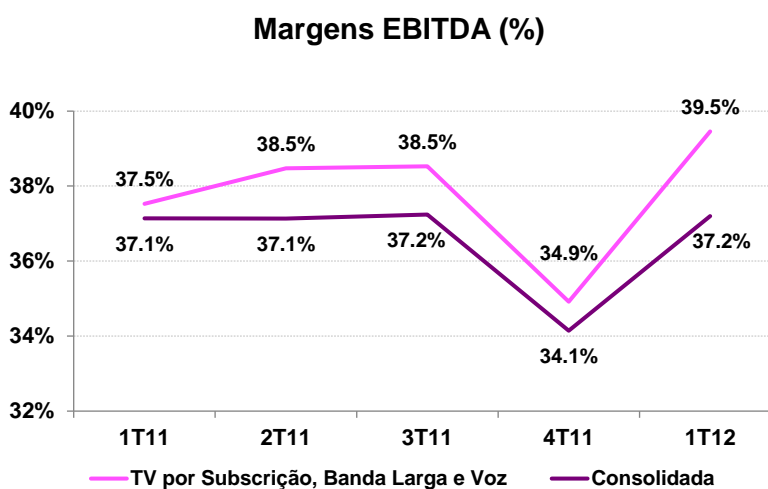
Esta redução foi semelhante ao desempenho do mercado em geral, sendo impulsionada pelo decréscimo significativo das receitas de bilheteira. De momento, ainda não é claro qual a proporção deste declínio que é explicada por uma oferta comparativamente mais reduzida de êxitos de bilheteira no 1T12 face ao 1T11, e qual a proporção explicada pelo aumento na taxa do IVA dos bilhetes de cinema de 6% para 13% em conjunto com o ambiente macroeconómico desafiante. A ZON está monitorizar atentamente esta área, ajustando a estrutura do negócio para acomodar alterações significativas na procura do mercado.

Pela primeira vez, a participação de 30% da ZON na sua operação de TV por Subscrição em Angola foi proporcionalmente consolidada. Como tal, a proporção da ZON nas receitas geradas pela operação Angolana foi de 6,4 milhões de euros no 1T12.

3.2 EBITDA

O **EBITDA Consolidado** registou um crescimento de 0,2% no 1T12 para 79,7 milhões de euros, gerando uma margem EBITDA de 37,2%.

O EBITDA *core* de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz atingiu 75,5 milhões de euros no 1T12, representando um aumento anual de 3,0%. A margem EBITDA, em percentagem das receitas, aumentou 1,9 pontos percentuais para 39,5%.



A margem consolidada do Grupo é mais reduzida que a margem gerada pelo negócio *core* de *Triple Play*, em resultado da menor margem dos negócios de Exibição Cinematográfica e Audiovisuais e, a partir do 1T12, devido à consolidação da operação Angolana. No 1T12, os negócios de Exibição Cinematográfica e Audiovisuais registaram um desempenho particularmente fraco, reduzindo-se assim significativamente a sua contribuição para a margem consolidada. A consolidação do EBITDA da ZAP teve pouco impacto no EBITDA consolidado uma vez que apenas atingiu o *breakeven* de EBITDA no 1T12, o que é um sucesso significativo passados apenas 18 meses de operação.

A capacidade de apresentar crescimento adicional na rentabilidade operacional, particularmente na divisão *core* de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz, deve-se ao enfoque continuado no controlo de custos e na eficiência, bem como ao ambiente de mercado mais maduro que se faz sentir.

3.3 Custos Operacionais Consolidados

Os **Custos Operacionais Consolidados** permaneceram estáveis no 1T12 face ao 1T11, cifrando-se em 134,5 milhões de euros. No entanto, não se trata de números diretamente comparáveis, devido à consolidação proporcional da operação Angolana a partir do 1T12. Excluindo o impacto da operação Angolana, os Custos Operacionais Consolidados teriam registado uma diminuição de 3,9% para 129,3 milhões de euros.

Os **Custos Com Pessoal** diminuíram 3,1% no 1T12 em comparação com o 1T11 para 14,3 milhões de euros. Excluindo o efeito da consolidação da operação Angolana a partir do 1T12, os Custos Com Pessoal comparáveis teriam diminuído 7,5%, refletindo um efeito não recorrente e um esforço de contenção do nível de custos e do número de colaboradores na operação Portuguesa.

Os **Custos Diretos** registaram um decréscimo de 4,3% para 58,4 milhões de euros, impulsionados principalmente por uma redução de 6,6% nos Custos de Programação, devida ao menor nível de subscrições de canais *premium*, bem como à renegociação de alguns contratos de conteúdos. Excluindo o impacto da consolidação da operação Angolana, os Custos Diretos comparáveis teriam diminuído em 5,5% face ao 1T11.

Os **Custos Comerciais** registaram um acréscimo anual de 6,1% para 16,2 milhões de euros, um aumento explicado quase inteiramente pelo aumento no custo das mercadorias vendidas devido ao facto de as *set top boxes* na operação da ZAP serem vendidas aos clientes, ao invés de serem alugadas como acontece predominantemente na operação Portuguesa. Como tal, são contabilizadas como custo no período em que são vendidas. Excluindo o impacto da operação Angolana, os Custos Comerciais ter-se-iam reduzido em 12,8%, principalmente devido a um decréscimo ao nível do custo das mercadorias vendidas, comissões e custos de marketing.

Os **Outros Custos Operacionais** registaram um crescimento anual de 4,8% face ao 1T11 para 45,7 milhões de euros, em resultado de uma combinação da consolidação de custos da operação Angolana e de outros custos operacionais relativamente estáveis, apesar de terem sido obtidas poupanças significativas em diversas áreas gerais e administrativas, nomeadamente no apoio ao cliente, manutenção e reparações, principalmente resultantes da implementação de uma série de medidas de melhoria de eficiência ao nível do *contact center*. Excluindo o impacto da consolidação da operação Angolana, os Outros Custos Operacionais comparáveis teriam registado um acréscimo anual de 2,6%.

3.4 Resultado Líquido

O **Resultado Consolidado Líquido** cifrou-se em 10,3 milhões de euros no 1T12, representando um crescimento anual de 1,7% face ao 1T11.

As **Depreciações e Amortizações** permaneceram estáveis face aos níveis registados no 1T11, ascendendo a 55,9 milhões de euros. As Depreciações e Amortizações apresentam ainda valores relativamente elevados devido ao significativo ciclo de CAPEX acelerado do período de 2008-2010.

O **Resultado Financeiro Líquido** registou uma melhoria anual de 19,1% no 1T12 para 8,3 milhões de euros face ao 1T11. No entanto, os números não são diretamente comparáveis devido à alteração no método de consolidação da operação Angolana, previamente mencionado.

Os Encargos com Juros Líquidos permaneceram estáveis no 1T12, cifrando-se em 6 milhões de euros. No 1T11 a ZON tinha registado uma contribuição negativa da consolidação da operação Angolana em 2,8 milhões de euros, que deixou de ser apresentada nesta linha de custos. Para efeitos de comparação, o impacto equivalente no 1T12 foi de uma contribuição negativa ao nível do Resultado Antes de Impostos de 1,3 milhões de euros, uma redução significativa face ao impacto negativo verificado em 2011.

O **Imposto Sobre o Rendimento** no 1T12 cifrou-se em 4,6 milhões de euros, representando uma taxa efetiva de imposto de 30%, devido à taxa de IRC mais elevada aplicada às empresas que ultrapassem determinados limites em termos de lucro tributável resultante das medidas de austeridade para 2012 e 2013, segundo o corrente Programa de Ajustamento. No caso da ZON, a empresa foi afetada, de um modo geral, por um aumento de 0,5pp para 29,5%.

4

CAPEX E CASH FLOW

4.1 CAPEX

Tabela 4.

CAPEX (Milhões de Euros)	1T11	1T12	1T12 / 1T11
Infra-estrutura TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	19.1	18.9	(1.2%)
Equipamento Terminal	15.1	9.1	(39.8%)
Outros	1.7	1.6	(2.7%)
CAPEX Recorrente	35.9	29.6	(17.5%)
CAPEX Não Recorrente	2.9	0.0	(100.0%)
CAPEX Total	38.8	29.6	(23.7%)

O CAPEX trimestral está agora de forma consistente em níveis muito inferiores aos anos anteriores. Todos os projetos relevantes de investimento e de *upgrade* de rede foram concluídos. No 1T12, o CAPEX ascendeu a 29,6 milhões de euros, uma diminuição de 23,7% face ao 1T11 e de 45,1% em comparação com o 1T10. Do CAPEX realizado no 1T12, 9,1 milhões de euros referem-se a equipamento terminal, o que compara com um valor de 15,1 milhões de euros no 1T11, uma redução explicada pelo menor nível de atividade comercial, e consequente necessidade de CAPEX de cliente, e pelo sucesso do processo de reacondicionamento de equipamentos. O CAPEX representou 15,4% das receitas de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz, um valor em linha com os níveis praticados por outros operadores de cabo e de telecomunicações que já se encontram em velocidade de cruzeiro, em termos de investimento.

Excluindo o impacto da consolidação da operação Angolana, o CAPEX Total ter-se-ia reduzido em 24,3% face ao 1T11.

CAPEX Total (Milhões de Euros)

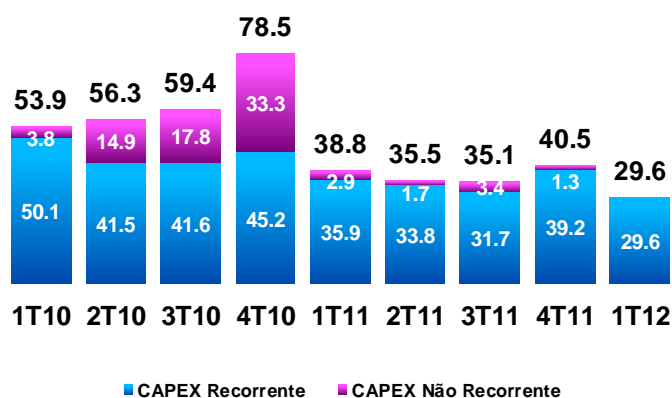


Tabela 5.

Cash Flow (Milhões de Euros)	1T11	1T12	1T12 / 1T11
EBITDA	79.5	79.7	0.2%
CAPEX	(38.8)	(29.6)	(23.7%)
CAPEX Recorrente	(35.9)	(29.6)	(17.5%)
CAPEX Não Recorrente	(2.9)	0.0	(100.0%)
Itens Não Monetários Incl. no EBITDA-CAPEX ⁽¹⁾ e Variação no Fundo de Maneio	(35.0)	(12.7)	(63.7%)
Cash Flow Operacional Após Investimento	5.7	37.4	n.a.
Contratos de Longo Prazo	(14.2)	(12.9)	(9.0%)
Juros Pagos (Líquidos) e Outros Encargos Financeiros	1.9	(7.5)	n.a.
Impostos Sobre o Rendimento	(0.7)	(2.4)	253.6%
Alienações de Investimentos Financeiros	6.7	0.8	(88.0%)
Outros Movimentos	(1.5)	0.9	(163.1%)
Free Cash-Flow	(2.0)	16.3	n.a.

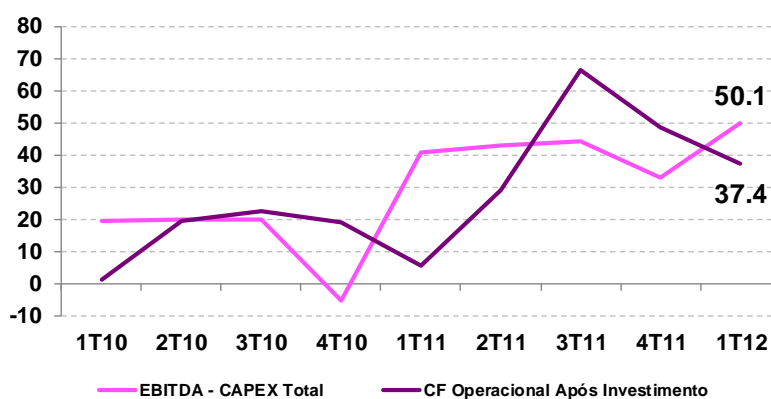
(1) Este item inclui essencialmente provisões non-cash incluídas no EBITDA e CAPEX non-cash relacionado com a capitalização à cabeça de contratos de longo prazo.

4.2 Cash Flow Operacional

O **EBITDA-CAPEX** apresentou um crescimento de 23,0% no 1T12 para 50,1 milhões de euros, principalmente em resultado da já mencionada redução do CAPEX, bem como do desempenho estável do EBITDA no 1T12 face ao 1T11.

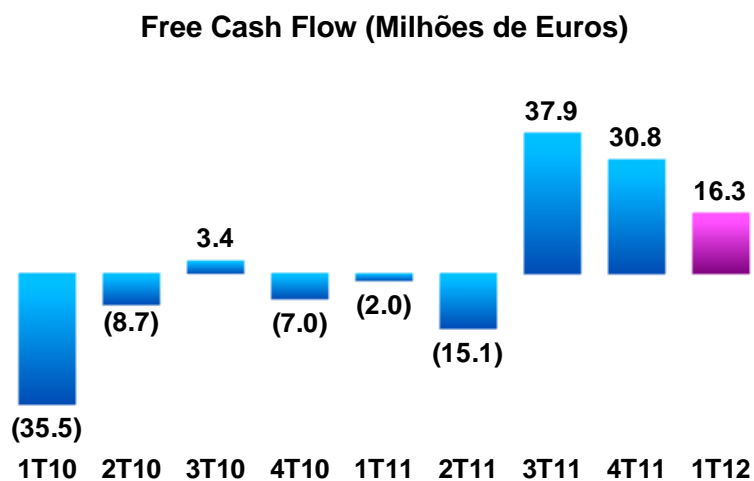
O **Cash Flow Operacional Após Investimento** registou um crescimento anual muito forte, passando de 5,7 milhões de euros no 1T11 para 37,4 milhões de euros no 1T12. No 1T11, o Investimento em Fundo de Maneio foi mais elevado que o habitual devido ao efeito provocado por um pico de CAPEX no final de 2010. Como tal, o desempenho do Cash Flow Operacional no 1T12, para além do aumento de 9,4 milhões de euros no EBITDA-CAPEX, reflete ainda um decréscimo anual significativo do Investimento em Fundo de Maneio.

EBITDA - CAPEX Total e CFO Após Investimento (Milhões de Euros)



4.3 Free Cash Flow

O **FCF Total** no 1T12 ascendeu a 16,3 milhões de euros, um crescimento face ao valor negativo de 2,0 milhões de euros registado no 1T11. Para além do forte ritmo de crescimento do FCF Operacional previamente explicado, os principais itens que afetaram o desempenho do FCF foram uma diminuição de 9% nos pagamentos de Contratos de Longo Prazo e Juros Líquidos e Outros Encargos Financeiros no montante de 7,5 milhões de euros.



5 BALANÇO CONSOLIDADO

Tabela 6.

Balanço Consolidado (Milhões de Euros)	2011	1T12
Ativo Corrente	708.9	684.1
Caixa e Equivalentes de Caixa	407.4	391.2
Contas a Receber	237.8	229.1
Existências	46.7	45.0
Impostos a Recuperar	5.1	5.3
Custos Diferidos e Outros Ativos Correntes	11.9	13.6
Ativo não Corrente	1,076.7	1,065.5
Investimentos em Empresas Participadas	0.5	0.4
Ativos Intangíveis	314.7	302.2
Ativos Tangíveis	647.1	644.9
Ativos por Impostos Diferidos	49.9	49.7
Outros Ativos não Correntes	64.5	68.3
Total do Ativo	1,785.6	1,749.6
Passivo Corrente	789.1	778.6
Dívida de Curto Prazo	500.0	500.6
Contas a Pagar	207.1	197.3
Acréscimos de Custos	56.5	56.4
Proveitos Diferidos	3.8	6.9
Impostos a Pagar	17.2	17.2
Provisões e Outros Passivos Correntes	4.6	0.2
Passivo Não Corrente	761.5	726.2
Dívida de Médio e Longo Prazo	729.4	707.4
Provisões e Outros Passivos não Correntes	32.1	18.8
Total do Passivo	1,550.6	1,504.8
Capital Próprio antes de Interesses Minoritários	225.0	234.5
Capital Social	3.1	3.1
Acções Próprias	(0.6)	(0.3)
Reservas e Resultados Transitados	188.3	221.4
Resultado Líquido	34.2	10.3
Interesses Não Controlados	10.0	10.3
Capital Próprio	235.0	244.8
Total do Passivo e Capital Próprio	1,785.6	1,749.6

5.1 Estrutura de Capital

No final de Março de 2012, a Dívida Financeira Líquida ascendia a 644,6 milhões de euros, um aumento de 7,1 milhões de euros em comparação com o final de 2011. O aumento da Dívida Líquida neste trimestre deve-se à geração positiva de FCF de 16,3 milhões de euros, já mencionada, que foi mais do que compensada pela consolidação proporcional no 1T12 da Dívida Líquida do negócio Internacional no montante de 23,4 milhões de euros.

Tal como mencionado em Divulgações de Resultados anteriores, no 3T11 a ZON tinha negociado operações de cobertura de taxa de juro no montante de 257,5 milhões de euros (dos quais 157,5 milhões de euros entraram em vigor em Dezembro de 2011). Como tal, o montante total de operações de cobertura de taxa de juro em vigor no final do 1T12 era de 407,5 milhões de euros, aproximadamente 63% da Dívida Financeira Líquida total.

A dívida financeira total no final do 1T12 ascendia a 1.092,1 milhões de euros, sendo compensada por uma posição de caixa e equivalentes de caixa no Balanço Consolidado de 447,5 milhões de euros. O custo médio all-in da Dívida Financeira Líquida da ZON foi de 4,24% no 1T12.

Em Fevereiro de 2012, a ZON divulgou que tinha garantido um Programa de Papel Comercial totalmente subscrito com a Caixa Geral de Depósitos no montante de 100 milhões de euros e com maturidade em 2015. Esta nova linha de crédito substituiu o Programa de Papel Comercial semelhante no montante de 125 milhões de euros cuja maturidade seria atingida em 2012. A negociação desta nova linha de crédito contribuiu para uma maior estabilidade da estrutura de capital da ZON, aumentando a maturidade média da sua Dívida Financeira Líquida. Em conjunto com uma significativa melhoria do perfil de cash flow esta negociação coloca a ZON numa posição muito confortável, sem necessidades de refinanciamento previsíveis até final de 2013. Com esta nova linha, a maturidade média da dívida financeira da ZON é de 2,27 anos.

O **Rácio de Alavancagem Financeira** diminuiu para 72,5% no final do 1T12, o que compara com 73,1% no final de 2011 e o rácio **Dívida Financeira Líquida / EBITDA** (últimos 4 trimestres) encontra-se agora em 2,1x. A Dívida Líquida Total, no montante de 761,3 milhões de euros, inclui também compromissos com Contratos de Longo Prazo registados como Passivo no Balanço Consolidado, dos quais os mais relevantes são contratos de longo prazo de *transponders*, telecomunicações e de conteúdos.

Tabela 7.

Dívida Financeira Líquida (Milhões de Euros)	2011	1T12	1T12 / 2011
Dívida de Curto Prazo	467.4	472.1	1.0%
Empréstimos Bancários e Outros	462.4	465.5	0.7%
Locações Financeiras	5.0	6.6	31.7%
Dívida de Médio e Longo Prazo	640.4	620.1	(3.2%)
Empréstimos Bancários	628.6	609.8	(3.0%)
Locações Financeiras	11.7	10.3	(12.2%)
Dívida Total	1,107.8	1,092.1	(1.4%)
Caixa, Equivalentes de Caixa e Empréstimos Intra-Grupo	470.3	447.5	(4.8%)
Dívida Financeira Líquida	637.5	644.6	1.1%
Rácio de Alavancagem Financeira ⁽¹⁾	73.1%	72.5%	(0.6pp)
Dívida Financeira Líquida / EBITDA	2.0x	2.1x	n.a.

(1) Rácio de Alavancagem Financeira = Dívida Financeira Líquida / (Dívida Financeira Líquida + Capital Próprio)

6

CRESCIMENTO INTERNACIONAL – ANGOLA

A “ZAP”, a parceria de TV por Subscrição da ZON em Angola e Moçambique, continua a registar um desempenho operacional muito forte, bem acima das expectativas em termos de crescimento da base de subscritores.

Tendo por base uma rede de distribuição e de vendas muito forte, a ZAP continuou a implementar com sucesso a sua estratégia de marketing, transformando-se numa das marcas mais reconhecidas nos territórios onde está presente. Tal como em 2011, a ZAP continua a ser um dos principais 5 anunciantes em Angola, a par das maiores empresas Angolanas.

Ao nível do produto, a ZAP introduziu diversos novos canais neste trimestre, sendo de destacar o novo canal *premium* de desporto (SportTV África 2) e o canal de *lifestyle* TLC.

A partir do 1T12, a ZON começou a consolidar proporcionalmente a sua participação de 30% na ZAP. No 1T12, a ZAP gerou 21,3 milhões de euros de receitas (contribuindo com 6,4 milhões de euros para as receitas consolidadas da ZON) e, apesar dos custos de aquisição de clientes associados ao excelente desempenho operacional da ZAP, a empresa atingiu o *breakeven* ao nível do EBITDA. A contribuição da empresa para o Resultado Líquido da ZON é ainda negativa, mas diminuiu de (2,8) milhões de euros para (1,3) milhões de euros no 1T12.

7

ANEXOS

7.1 ANEXO I

Tabela 8.

Indicadores de Negócio ('000)	1T11	2T11	3T11	4T11	1T12
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz					
Casas Passadas ⁽¹⁾	3,206.9	3,223.3	3,151.0	3,152.6	3,187.4
Subscritores ⁽²⁾	1,554.4	1,552.8	1,554.2	1,567.1	1,586.8
os quais subscrevem					
Banda Larga Fixa	704.7	714.8	725.0	739.2	748.6
Voz Fixa	807.5	826.8	844.0	883.9	921.4
Mobile ⁽³⁾	114.7	118.4	133.4	125.0	124.1
Subscritores de Cabo	1,155.5	1,157.8	1,162.4	1,178.4	1,204.6
Clientes de <i>Triple Play</i>	666.0	678.5	688.8	708.7	715.7
% Clientes Cabo com <i>Triple Play</i>	57.6%	58.6%	59.3%	60.1%	59.4%
Clientes de <i>Double Play</i>	160.7	163.7	169.3	184.6	219.1
% Clientes Cabo com <i>Double Play</i>	13.9%	14.1%	14.6%	15.7%	18.2%
Clientes de <i>Single Play</i>	328.8	315.6	304.2	285.1	269.8
% Clientes Cabo com <i>Single Play</i>	28.5%	27.3%	26.2%	24.2%	22.4%
Subscritores de Satélite	398.9	395.0	391.9	388.7	382.2
Penetração de Canais Premium de Filmes e Desporto ⁽⁴⁾	44.1%	41.6%	42.9%	41.9%	40.8%
RGUs ⁽⁵⁾	3,181.3	3,212.8	3,256.6	3,315.1	3,381.0
RGUs de Cabo por Subscritor (unidades) ⁽⁶⁾	2.29	2.31	2.33	2.36	2.37
ARPU Global (Euros)	35.8	35.8	36.0	35.5	35.0
Adições Líquidas					
Clientes de <i>Triple Play</i>	23.8	12.5	10.3	19.9	7.0
Subscritores	(17.1)	(1.6)	1.4	12.8	19.8
Subscritores de Cabo	(8.4)	2.3	4.6	16.0	26.2
Subscritores de Satélite	(8.7)	(3.9)	(3.1)	(3.2)	(6.5)
Banda Larga Fixa	14.4	10.1	10.2	14.2	9.4
Voz Fixa	29.9	19.3	17.3	39.9	37.5
Mobile	6.8	3.7	15.0	(8.4)	(0.8)
RGUs	33.9	31.5	43.8	58.5	65.8
Exibição Cinematográfica					
Receitas por Espectador (Euros)	4.7	4.9	5.1	4.8	4.8
Bilhetes Vendidos	2,016.5	2,093.6	2,371.7	2,260.4	1,724.9
Salas (unidades)	217	217	217	217	210

(1) O número de Casas Passadas foi corrigido no 3T11, consistindo numa atualização da base de dados em 86,5 mil Casas Passadas. Os dados referentes a trimestres anteriores não foram reexpressos.

(2) Os números apresentados referem-se ao número total de clientes do serviço básico da ZON Multimédia, incluindo as plataformas de cabo e de satélite. Saliente-se que a ZON Multimédia oferece vários serviços básicos, suportados em diversas tecnologias, direcionados para diferentes segmentos de mercado (doméstico, imobiliário e empresarial), com distinto âmbito geográfico (Portugal Continental e ilhas) e com um número variável de canais.

(3) Os Subscritores Mobile incluem Voz Móvel e Banda Larga Móvel.

(4) Inclui canais Premium de Desporto, de Filmes, outros canais Premium de escala relevante, e serviços de Subscription VoD.

(5) O número total de RGUs reportado reflete a soma dos subscritores de TV por Subscrição, Banda Larga, Voz Fixa e Mobile.

(6) RGUs de Cabo por Subscritor correspondem à soma dos subscritores de Cabo de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz divididos pelo número de subscritores de TV por Subscrição por Cabo.

7.2 ANEXO II

Tabela 9.

Demonstração de Resultados (Milhões de Euros)	1T11	2T11	3T11	4T11	1T12
Receitas de Exploração	214.1	211.5	213.7	215.6	214.2
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	195.6	191.6	191.4	193.8	191.9
Audiovisuais	17.1	17.7	17.6	20.1	17.1
Exibição Cinematográfica	13.6	14.4	16.5	14.7	11.8
Internacional	0.0	0.0	0.0	0.0	6.4
Outros e Eliminações	(12.1)	(12.2)	(11.9)	(12.9)	(13.0)
Custos Operacionais, Excluindo Amortizações	(134.6)	(132.9)	(134.1)	(142.0)	(134.5)
Custos com Pessoal	(14.7)	(14.4)	(15.3)	(14.9)	(14.3)
Custos Diretos dos Serviços Prestados	(61.1)	(60.9)	(61.2)	(60.8)	(58.4)
Custos Comerciais ⁽¹⁾	(15.2)	(12.1)	(13.1)	(21.6)	(16.2)
Outros Custos Operacionais	(43.6)	(45.5)	(44.5)	(44.7)	(45.7)
EBITDA ⁽²⁾	79.5	78.5	79.6	73.6	79.7
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	73.4	73.7	73.7	67.6	75.5
Audiovisuais e Exibição Cinematográfica	6.1	4.8	5.8	6.0	4.0
Internacional	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
Margem EBITDA	37.1%	37.1%	37.2%	34.1%	37.2%
Amortizações	(55.6)	(53.3)	(55.5)	(53.3)	(55.9)
Resultado Operacional ⁽³⁾	24.0	25.3	24.1	20.3	23.7
Outros Custos / (Proveitos)	0.3	(0.9)	(0.4)	0.0	(0.1)
EBIT (Res. Antes de Resultados Financeiros e Impostos)	24.3	24.3	23.7	20.3	23.7
(Custos) / Ganhos Financeiros Líquidos	(10.3)	(10.5)	(10.5)	(11.8)	(8.3)
Resultado Antes de Impostos e Interesses Minoritários	14.0	13.9	13.3	8.5	15.3
Imposto Sobre o Rendimento	(3.6)	(4.6)	(3.9)	(2.7)	(4.6)
Resultado das Operações Continuadas	10.4	9.2	9.3	5.9	10.7
Interesses Não Controlados	(0.2)	(0.0)	(0.2)	(0.2)	(0.3)
Resultado Consolidado Líquido	10.2	9.2	9.1	5.7	10.3
CAPEX Recorrente	35.9	33.8	31.7	39.2	29.6
CAPEX Total	38.8	35.5	35.1	40.5	29.6
Free Cash Flow	(2.0)	(15.1)	37.9	30.8	16.3
Dívida Financeira Líquida	641.7	706.8	668.3	637.5	644.6

(1) Custos Comerciais incluem Comissões, Marketing e Publicidade e Custos das Mercadorias Vendidas.

(2) EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações.

(3) Resultado Operacional = Resultado antes de Resultados Financeiros e Impostos + Custos com redução de efetivos ± Imparidade do Goodwill ± Menos/Mais valias na Alienação de Imobilizado ± Outros Custos/Proveitos.

8

AVISO LEGAL

Com excepção dos dados históricos apresentados, o presente documento inclui algumas previsões e expectativas sobre a evolução futura dos negócios da sociedade e a sua situação económica e financeira que não envolvem qualquer garantia sobre resultados futuros. As previsões e expectativas aqui incluídas estão sujeitas a um conjunto de factores, riscos e incertezas que poderão provocar alterações substanciais nos pressupostos utilizados na elaboração de tais previsões ou nas expectativas e nas previsões aqui incluídas. Tais factores, riscos e incertezas incluem, entre outros, a contínua e crescente utilização pelos clientes dos serviços da sociedade, as evoluções tecnológicas, os efeitos da concorrência, as condições do sector das telecomunicações, as alterações na regulação, as condições económicas. As previsões sobre eventos futuros são naturalmente baseadas em expectativas actuais ou em opiniões razoáveis da gestão à data em que são produzidas. A ZON Multimédia não assume qualquer obrigação de actualizar a informação ou as previsões constantes deste documento nem de justificar as razões pelas quais os resultados reais venham a diferir dos planos, objectivos, estimativas, intenções, expressas ou implícitas nestas previsões. Este documento não é uma oferta para venda nem uma solicitação de uma oferta para compra de quaisquer valores mobiliários. A ZON Multimédia não está obrigada a submeter informação periódica junto da Securities and Exchange Commission (“SEC”), nos Estados Unidos da América, de acordo com o disposto na Rule 12g3-2(b) ao abrigo do Securities Exchange Act of 1934, na sua versão actualizada. O registo junto da SEC da excepção aplicável à ZON Multimédia corresponde ao n.º 82-5059. Ao abrigo desta excepção, a ZON Multimédia deve colocar no respectivo *website* versões ou sumários em língua Inglesa da informação que tenha divulgado ou esteja obrigada a divulgar ao mercado em Portugal, que tenha submetido ou esteja obrigada a submeter junto do mercado regulamentado *Eurolist by Euronext Lisbon* ou que tenha distribuído ou seja obrigada a distribuir aos titulares dos respectivos valores mobiliários.

9

CONTACTOS

Chief Financial Officer: José Pedro Pereira da Costa

Tel.: (+351) 21 799 88 19

Analistas/Investidores: Maria João Carrapato

Tel.: (+351) 21 782 47 25 / E-mail: ir@zon.pt

Imprensa: Paulo Camacho / Irene Luís

Tel.: (+351) 21 782 48 07 / E-mail: comunicacao.corporativa@zon.pt

Conference call agendada para as 12h do dia 10 de Maio de 2012

ID da Conferência: 78864535

UK Standard International: +44 (0) 1452 555 566

USA Dial In: +1 866 966 94 39

Número de Acesso ao Encore Replay: 78864535#

International Encore Dial In: +44 (0) 1452 55 00 00