

ZON

MULTIMEDIA

**DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS
2007**



Índice

01. Prefácio	3
02. Porquê ZON?.....	3
03. Forte Crescimento	3
04. Declaração do CEO	3
05. Evolução do Negócio	3
06. Demonstração de Resultados Consolidados	3
07. CAPEX e Cash Flow	3
08. Balanço Consolidado	3
07. Eventos Subsequentes	3
08. Perspectivas Futuras	3
09. Aviso Legal.....	3
10. Contactos	3

01. Prefácio

Lisboa, Portugal, 27 Fevereiro 2008

O presente relatório enumera os principais pontos operacionais e financeiros do ano fiscal de 2007, atribuindo particular destaque aos eventos ocorridos no último trimestre de 2007.

A 7 de Novembro de 2007, o *spin-off* entre a Portugal Telecom e a PT Multimédia conduziu a alterações significativas na estrutura accionista. Ainda antes do *spin-off*, a 21 de Setembro, foi nomeada a nova Comissão Executiva, iniciando-se uma nova fase no desenvolvimento institucional da PT Multimédia, que se assumiu então como uma empresa independente. O novo rumo foi divulgado em Dezembro, no Plano Estratégico para o triénio 2008/10, posteriormente detalhado no Dia do Investidor, em Janeiro de 2008.

Para consubstanciar o nascimento de uma nova identidade e nova estratégia empresarial, foi aprovada na Assembleia-Geral de Accionistas, realizada no dia 31 de Janeiro de 2008, a alteração da designação da empresa. Nasce assim a ZON (ZON Multimédia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S. A.).

02. Porquê ZON?

ZON é a afirmação não apenas da nova estratégia empresarial. É, antes de mais, um sinónimo de desenvolvimento e de integração de áreas de negócio, que permitem à ZON Multimédia oferecer aos seus clientes opções mais abrangentes e atractivas, satisfazendo todas as necessidades de entretenimento e de telecomunicações.

A marca ZON pretende criar uma imagem clara e única da sua oferta dos serviços fornecidos pela empresa, associando-se a marcas já existentes, TV Cabo, NetCabo e Lusomundo fortalecendo o espírito de equipa entre as diferentes áreas de negócio da empresa.

A nova designação corporativa será utilizada nos restantes pontos do relatório, sempre que se fizer referência à empresa.

Todos os comunicados institucionais relacionados com a Estratégia da empresa, com as Apresentações do Dia do Investidor e com as deliberações da Assembleia Geral de Accionistas, podem ser consultados no website de Relação com os Investidores em www.zon.pt/ir.

03. Forte Crescimento

DESTAQUES OPERACIONAIS

O último trimestre de 2007 foi excelente para a ZON Multimédia. A excelência da performance operacional é evidenciada pelo enorme crescimento do número de subscritores de Pay TV, Banda Larga e Voz – foi mesmo o melhor trimestre dos últimos três anos em termos de crescimento de RGUs. Os resultados operacionais dos primeiros meses de 2008 confirmam uma continuidade neste momento de forte crescimento.

- **Forte crescimento anual de subscritores de Pay TV:** Aumento de 4,5% para 1.547 mil subscritores no final de 2007, o que representa 67 mil adições líquidas durante o ano de 2007 (comparado com apenas mil em 2006) e 26 mil clientes no 4T07;
- **38 mil novos subscritores de Banda Larga** em 2007, o que representa um crescimento de 179,6% comparado com 2006 e adições líquidas de 13 mil clientes no 4T07. O número total de subscritores atingiu os 400 mil, o que representa um acréscimo de 10,6% face ao ano anterior;
- **Aumento do número médio mensal líquido de novos clientes do serviço de Voz para 10 mil** no 4T07, elevando o número total de clientes de Voz, no final de 2007 para 83 mil;
- **Forte crescimento contínuo de RGUs (unidades geradoras de receitas)** ao longo de 2007, atingindo mais de 2,4 milhões de serviços no final do ano, um acréscimo de 14,2% em relação ao ano anterior;
- **95 mil adições líquidas de RGUs** no 4T07, o melhor trimestre dos últimos três anos. Em média, cada cliente subscreveu 1,56 serviços no final de 2007, que compara com 1,43 serviços no final de 2006;
- **Crescimento de 5% do ARPU (Receita Média por Utilizador)** para 31,0 euros no 4T07 de 2007, comparado com 29,5 euros no 4T06, particularmente relevante dado o forte crescimento médio da base de clientes.

	4T06	4T07	Variação	2006	2007	Variação
Adições Líquidas de Subscritores ^(1,2)	29	26	(10,6%)	1	67	n.a.
Adições Líquidas de Subscritores TV Digital	48	26	(46,8%)	161	112	(30,5%)
Adições Líquidas de Subscritores Banda Larga	13	13	(1,6%)	14	38	179,6%
Adições Líquidas de Subscritores Voz	0	30	n.a.	0	83	n.a.
Adições Líquidas RGU	91	95	4,4%	175	301	71,3%
RGUs ⁽³⁾	2.112	2.413	14,2%	2.112	2.413	14,2%
RGUs por Subscritor	1,43	1,56	9,3%	1,43	1,56	9,3%
ARPU Global (Euro)	29,5	31,0	5,0%	29,1	30,8	5,6%

(1) Os números apresentados referem-se ao número total de clientes do serviço básico da TV Cabo. Saliente-se que a TV Cabo oferece vários serviços básicos, suportados em diversas tecnologias, direccionados para diferentes segmentos de mercado (doméstico, imobiliário e hotelaria), com distinto âmbito geográfico (Portugal Continental e ilhas) e com um número variável de canais em cada

(2) Os números apresentados incluem produtos em regime de promoção temporária (p.e., promoções do tipo "Try and Buy"), ligações em redes comerciais e contratos com promotores imobiliários ainda não activos.

(3) RGUs - Revenue Generating Units - corresponde à soma do número de subscritores dos serviços básicos de TV por Subscrição com o número de subscritores do serviço de TV Digital, o número de subscritores de Internet de Banda Larga e o número de subscritores do serviço de Telefone Fixo.

DESTAQUES FINANCEIROS

A ZON Multimédia encerra o ano fiscal de 2007 apresentando um impressionante conjunto de resultados financeiros, não obstante diversos impactos não recorrentes, a maior parte dos quais relacionados com o processo de *spin-off*, que influenciaram negativamente o EBITDA e o Resultado Líquido.

- **Forte crescimento das receitas de exploração anuais** de 7,4% para 715,7 milhões de euros em 2007 e de 6,1% para 188,1 milhões de euros no último trimestre de 2007;
- **Aumento de 4,3% do EBITDA** para 220,2 milhões de euros em 2007. Retirando os impactos não recorrentes, o EBITDA teria aumentado 7,5% em 2007 e 7,4% no 4T07;
- **Resultado líquido de 48,9 milhões de euros** em 2007. Excluindo os impactos não recorrentes, mencionados anteriormente, o resultado líquido teria ficado em linha com 2006 e o 4T06;
- **CAPEX** aumentou 13% em 2007. Excluindo os impactos não recorrentes - tais como a aquisição de equipamento de rede ao Grupo PT, a capitalização do novo contrato de telecomunicações e a capitalização do 8º transponder - o CAPEX ter-se-ia situado perto dos 100 milhões de euros;
- **EBITDA menos CAPEX** diminuiu 10,3% para 70,2 milhões de euros. Excluindo os impactos não recorrentes, teria aumentado 25,6% em 2007 e 4,6% no 4T07;
- Excluindo os compromissos financeiros relacionados com os contratos de telecomunicações de longo prazo e os *transponders*, a ZON tinha uma **Dívida Líquida** de 23,5 milhões de euros à data de 31 de Dezembro de 2007;
- As **Reservas Distribuíveis** ascenderam a 328 milhões de euros à data de 31 de Dezembro de 2007.

04. Declaração do CEO

Comentando a performance da ZON no ano de 2007, Rodrigo Costa, CEO, afirmou:

"2007 foi um ano fulcral para a nossa empresa. Tornámo-nos verdadeiramente independentes, implementando uma estratégia de negócio autónoma e uma nova identidade corporativa. Hoje estamos preparados para explorar as novas oportunidades de crescimento que se nos deparam, enquanto único operador Triple Play estável, com cobertura geográfica generalizada em Portugal. No último trimestre de 2007, registámos uma performance operacional muito forte, a qual resultou, apesar do processo de spin-off, no melhor trimestre dos últimos três anos, em termos de crescimento RGU.

Tal como planeado, quando apresentámos os resultados do terceiro trimestre de 2007, anunciámos o plano estratégico para o período 2008/10. Propusemo-nos objectivos ambiciosos e o nosso enfoque está agora centrado em atingir o crescimento com o qual nos comprometemos, sustentado na eficiência operacional, na excelência nas práticas de negócio e numa equipa muito experiente e altamente motivada. Um espaço de intervenção crítico será o do controlo e optimização da estrutura de custos, em particular na gestão da rede, SI/TI, serviços gerais e programação. Os próximos trimestres serão muito exigentes para nós. Vamos concentrar-nos em executar todas as iniciativas que anunciámos, tais como atrair clientes para pacotes multi-serviço (2 e 3 Play), melhorar o serviço de Apoio ao Cliente e os sistemas de suporte, efectuar upgrades da rede e lançar novas ofertas e funcionalidades, como os conteúdos HD e o MVNO".

05. Evolução do Negócio

DESTAQUES OPERACIONAIS

Tabela 2. Indicadores de Negócio ('000)	4T06	4T07	Variação	2006	2007	Variação
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz						
Casas Passadas ⁽¹⁾	2.651	2.753	3,8%	2.651	2.753	3,8%
Subscritores ^{(2) (3)}	1.480	1.547	4,5%	1.480	1.547	4,5%
dos quais						
TV Digital	270	382	41,3%	270	382	41,3%
Premium	780	841	7,8%	780	841	7,8%
Banda Larga	362	400	10,6%	362	400	10,6%
Voz	0	83	n.a.	0	83	n.a.
RGUs ⁽⁴⁾	2.112	2.413	14,2%	2.112	2.413	14,2%
RGUs por Subscritor	1,43	1,56	9,3%	1,43	1,56	9,3%
Adições Líquidas						
Subscritores	29	26	(10,6%)	1	67	n.a.
TV Digital	48	26	(46,8%)	161	112	(30,5%)
Premium	40	38	(4,5%)	6	61	n.a.
Banda Larga	13	13	(1,6%)	14	38	179,6%
Voz	0	30	n.a.	0	83	n.a.
RGUs	91	95	4,4%	175	301	71,3%
ARPU (Euros)						
ARPU Global	29,5	31,0	5,0%	29,1	30,8	5,6%
ARPU TV por Subscrição	24,4	25,2	3,6%	23,8	25,0	5,1%
ARPU Banda Larga	21,8	21,3	(2,4%)	22,0	21,7	(1,3%)
Exibição Cinematográfica						
Receitas por Espectador (Euros)	3,9	4,0	2,5%	3,9	4,0	0,7%
Bilhetes Vendidos	2.177	2.093	(3,9%)	8.026	8.193	2,1%
Salas (unidades)	195	204	4,6%	195	204	4,6%

(1) No 2T07, no âmbito de uma auditoria interna às suas bases de dados, a TV Cabo procedeu a um ajustamento da sua base de dados relativa às casas passadas que se traduziu na diminuição do número das mesmas em 230 mil. Considerando o impacto deste ajustamento à base de dados, o número de casas passadas seria de 2.676 mil no final do 1T07 e de 2.651 mil no final de 2006;

(2) Os números apresentados referem-se ao número total de clientes do serviço básico da TV Cabo. Saliente-se que a TV Cabo oferece vários serviços básicos, suportados em diversas tecnologias, direccionados para diferentes segmentos de mercado (doméstico, imobiliário e hotelaria), com distinto âmbito geográfico (Portugal Continental e ilhas) e com um número variável de canais em cada pacote;

(3) Os números apresentados incluem produtos em regime de promoção temporária (p.e., promoções do tipo "Try and Buy"), ligações em redes comerciais e contratos com promotores imobiliários ainda não activos;

(4) RGUs - Revenue Generating Units - corresponde à soma do número de subscritores dos serviços básicos de TV por Subscrição com o número de subscritores do serviço de TV Digital, o número de subscritores de Internet de Banda Larga e o número de subscritores do serviço de Telefone Fixo.

3 Play - Pay TV, Banda Larga e Voz

A base de clientes da ZON TV Cabo cresceu 4,5% durante 2007, para 1.547 mil no final do último trimestre de 2007 e o número de RGUs aumentou 14,2% para 2.413 mil. Em média, no final do ano, cada cliente subscrevia 1,56 serviços, o que compara com 1,43 serviços no último trimestre de 2006.

O crescimento de RGUs por cliente é um reflexo da estratégia da ZON para aumentar a penetração de serviços adicionais no seio dos seus clientes de Pay TV, através de iniciativas

cross e up-selling e do lançamento de pacotes 2 e 3 Play. No final de Dezembro, 26% dos clientes da ZON subscreviam dois ou três serviços e 4% subscreviam os três serviços (Pay TV, Banda Larga e Voz).

O valor percebido pelos nossos clientes quanto à subscrição de mais que um serviço aumentou significativamente, em resultado de um crescente esforço de marketing, da oferta de conteúdos diferenciados e do lançamento de novas funcionalidades.

Pay TV

O número de subscritores de Pay TV atingiu 1.547 mil em 2007, com adições líquidas de 26 mil no último trimestre de 2007. Esta sólida performance reflecte um trimestre muito forte em termos de novas adesões, reflexo de uma oferta de conteúdos muito atractiva e mais abrangente, após o lançamento dos serviços de Voz.

A ZON alargou, de forma significativa, durante 2007, o leque e a qualidade de canais incluídos nas suas diversas ofertas. Foram lançados os seguintes canais: (i) em Setembro, FX e Fox Crime no Pacote Digital "Funtastic Life"; (ii) 10 canais generalistas e de notícias foram incluídos no Pacote Base da TV *Cabo* em Outubro; (iii) também em Outubro, adicionados dois canais Premium brasileiros: TV Globo (generalista) e PFC (futebol), com grande sucesso, e, finalmente, (iv) o MOV, um canal de filmes e séries exclusivo da TV Cabo, disponível para os subscritores do Pacote Funtastic Life, com disponibilidade promocional durante um mês em todos os Pacotes Base. Para além do lançamento destes novos canais, ZON TV Cabo alterou o nome e reposicionou os seus 4 canais Premium de cinema TVCine (TVC1, TVC2, TVC3, TVC4).

O pacote base digital ("Funtastic Life") atingiu 382 mil subscritores em 2007, com 112 mil adições líquidas durante este período. Este pacote continua a ser um factor-chave para o crescimento de RGU's e aumento do ARPU.


As subscrições Premium continuaram a crescer de forma contínua durante 2007, atingindo 841 mil no final do ano. O último trimestre foi muito forte, com um crescimento líquido de 38 mil clientes, suportado por uma forte adesão aos canais brasileiros TV Globo e PFC, que registaram perto de 20 mil subscritores nos primeiros três meses. Também a Sport TV continuou a aumentar a sua penetração, atingindo 514 mil clientes no final de 2007.

O ARPU de Pay TV atingiu 25,2 euros no 4T07, um aumento anual de 3,6%, suportado pelas adesões ao pacote digital, pelo crescimento da penetração dos canais Premium e pelos aumentos de preço em 2007.

Banda Larga

O número de subscritores de Banda Larga atingiu os 400 mil clientes (um acréscimo de 10,6% relativamente a 2006), com 38 mil adições líquidas durante o ano de 2007 (um acréscimo significativo de 179,6% relativamente a 2006). No 4T07, as adições líquidas cifravam-se em 13 mil, quase tantas quanto as registadas no ano de 2006. Apesar da concorrência extremamente agressiva neste segmento, o ARPU da Banda Larga manteve-se relativamente estável nos 22 euros.

No dia 7 de Janeiro de 2008, a ZON reforçou a sua posição enquanto fornecedor líder de velocidade de internet no mercado português, através do *upgrade* de todas as suas ofertas, enquanto mantinha os preços. A nossa oferta de referência de 18Mbps, comercializada por cerca de 35 euros/mês, e a oferta mais sofisticada de 30 Mbps, estão nos mesmos patamares de preços das ofertas de 16 Mbps e 24 Mbps de operadores ADSL concorrentes.



Flex	Light	Mega	Plus	Max
Antes 256Kb	Antes 2Mb	Antes 4Mb	Antes 12Mb	Antes 24Mb
512Kb	3Mb	6Mb	18Mb	30Mb
Sem consumos obrigatórios	€19,99 / mês	€24,99 / mês	€35,59 / mês	€59,99 / mês
Aderir	Aderir	Aderir	Aderir	Aderir

Voz

A disponibilização de serviços de voz para os nossos clientes aumentou significativamente nos últimos trimestres de 2007 e a oferta tornou-se ainda mais atractiva em Janeiro de 2008 com a introdução da portabilidade do número. A ZON possui uma clara vantagem competitiva, relacionada com a facilidade de instalação em casa de clientes de Pay TV, de serviços adicionais de Voz e Banda Larga, uma vez que se trata de um processo bastante simples, que não envolve intervenções específicas.

30 mil subscritores foram adicionados durante o 4T07, em linha com a boa performance registada no 3T07. Nesta altura, o crescimento mensal da base de clientes de Voz cifra-se em 10 mil, tendo-se chegado ao fim de 2007 com 83 mil clientes.

ARPU

Apesar do forte crescimento de clientes e da intensa concorrência, a ZON aumentou o ARPU em 5,6% para 30,8 euros durante 2007. O crescimento do ARPU foi suportado inicialmente por: (i) um aumento no número de RGU's por subscritor, com maior penetração da nossa oferta digital "Funtastic Life" (25% no 4T07, comparado com 18% no 4T06); (ii) uma subida dos preços médios da Sport TV em Setembro; (iii) um acréscimo no número de clientes que subscreveram os nossos canais Premium, em particular, a Sport TV (54% de penetração de serviços premium no 4T07 relativamente aos 53% do 4T06) e (iv) um aumento geral do preço efectivo desde Janeiro de 2007.

Rede & Casas Passadas

O investimento na rede prolongou-se ao longo do ano. No final de 2006, a ZON já tinha uma cobertura da sua rede de cabo de 2.753 mil de lares, sendo que 98% da rede de cabo já é bi-direccional, logo, passível de fornecer Banda Larga e serviços de TV digital; e 96% preparada para o fornecimento de serviços de Voz.

De forma a fazer chegar o serviço de Pay TV a zonas não cabladas, a ZON tem um serviço de DTH (satélite) que cobre 100% do país. No final de 2007, a ZON investiu num 8^o *transponder* de satélite (Hispasat) o que lhe permitirá, no futuro, disponibilizar aos seus clientes de DTH uma oferta de mais de 100 canais, bem como fornecer canais HD.

No último trimestre de 2007, a ZON TV Cabo continuou a investir na expansão e *upgrade* da sua rede, de forma a providenciar maior largura de banda e melhorar a qualidade de serviço. No final de Dezembro de 2007, já tinham sido instaladas e encontravam-se operacionais três das quatro redes de cobertura de fibra óptica de alta capacidade que constituem a arquitectura *fibre to the hub* do Grande Porto.

Audiovisuais e Cinema

A inovação tem sido um ponto fulcral na estimulação do negócio relativamente maduro da exibição de cinema em Portugal. Durante o ano passado, a ZON introduziu novas características na sua rede de cinemas, designadamente, tornou-se no primeiro operador em Portugal a exhibir regularmente em formatos Digital e Digital 3D (já disponíveis em 15 salas de cinema), lançou o serviço de bilheteira através de telemóvel, e iniciou um teste piloto para quiosques self-service. A venda de bilhetes de Cinema subiu para 8,2 milhões, comparada com 8 milhões em 2006. No final de 2007, a ZON Lusomundo Cinemas tinha aumentado o número de ecrãs em 9, para 204 (tendo em conta novas aberturas, remodelações e encerramentos).

No que concerne à distribuição de filmes e séries, o negócio de Audiovisuais da ZON Lusomundo distribuiu em exclusivo 4 dos *top 5* êxitos de bilheteira de 2007, nomeadamente, "Shrek III", "Ratatouille", "Piratas das Caraíbas: Nos Confins do Mundo" e "Mr Bean em Férias".

No que diz respeito ao *home entertainment*, as vendas a retalho de DVD apresentaram um forte crescimento de 15%¹ em 2007, devido à riqueza do catálogo de filmes, a uma redução na pirataria e nas ofertas promocionais e ao reforço do marketing quer ao nível do retalho quer ao nível da distribuição. A quota de mercado da ZON Lusomundo aumentou de 22,3% em 2006 para 28,1% em 2007; e de 23,1% no 4T06 para 31,4% no 4T07. Parte deste crescimento explica-se através da inclusão do catálogo da Dreamworks nos produtos da Paramount Pictures. Relativamente à *home distribution*, em 2007 o negócio de audiovisual da ZON Lusomundo distribuiu os primeiros três filmes do *top 5* de êxitos de bilheteira já referido.

¹ Fonte GFK statistics

06. Demonstração de Resultados Consolidados

Tabela 3. Destaques Financeiros (Milhões de Euros)	4T06	4T07	Variação	2006	2007	Variação
Receitas de Exploração	177,3	188,1	6,1%	666,5	715,7	7,4%
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	153,8	163,2	6,1%	591,1	629,5	6,5%
Audiovisuais	14,6	18,4	26,2%	52,6	61,8	17,6%
Exibição Cinematográfica	12,2	12,3	0,7%	43,7	46,2	5,7%
Outros e Eliminações	(3,2)	(5,8)	81,1%	(20,9)	(21,9)	4,8%
Custos Operacionais, excluindo Amortizações	124,7	138,9	11,4%	455,4	495,5	8,8%
Custos com Pessoal	10,4	14,1	35,1%	40,0	44,3	10,7%
Custos Directos dos Serviços Prestados ⁽¹⁾	53,6	58,7	9,4%	203,0	221,9	9,3%
Custos com Programação	37,6	41,2	9,5%	149,0	156,2	4,8%
Outros Custos Directos	16,0	17,5	9,4%	54,0	65,7	21,6%
Custos Comerciais ⁽²⁾	20,6	20,6	(0,3%)	56,9	61,0	7,3%
Outros Custos Operacionais	40,0	45,5	13,8%	155,5	168,3	8,2%
Resultado Operacional Antes de Amortizações (EBITDA) ⁽³⁾	52,7	49,2	(6,5%)	211,1	220,2	4,3%
Amortizações	26,3	40,6	54,5%	102,5	122,1	19,1%
Resultado Operacional ⁽⁴⁾	26,4	8,6	(67,4%)	108,6	98,1	(9,6%)
Outros Custos / (Proveitos)	5,2	16,7	218,6%	(2,4)	24,6	n.a.
Custos com Redução de Efectivos	1,0	(0,4)	(141,3%)	1,3	3,1	127,9%
Menos / (Mais) Valias na Alienação de Activos	0,7	0,6	(18,7%)	0,4	3,5	n.a.
Outros Custos / (Ganhos) Não Recorrentes, Líquidos	3,5	16,5	n.a.	(4,1)	18,1	n.a.
Resultado Antes de Resultados Financeiros e Impostos	21,1	(8,1)	(138,3%)	110,9	73,5	n.a.
Custos / (Ganhos) Financeiros Líquidos	1,7	(1,5)	(186,5%)	7,8	3,7	(52,8%)
Juros Líquidos	2,4	2,1	(13,5%)	8,4	9,6	15,0%
Diferenças de Cambio Desfavoráveis (Favoráveis), Líquidos	(0,2)	(0,2)	18,2%	(0,4)	(0,4)	1,7%
Custos / (Ganhos) em Activos Financeiros	0,0	0,0	n.a.	0,0	(2,7)	n.a.
Perdas / (Ganhos) em Empresas Participadas, Líquidos	(0,6)	(1,1)	87,8%	(0,4)	(3,0)	n.a.
Outras Custos / (Ganhos) Financeiros, Líquidos	0,1	(2,2)	n.a.	0,2	0,2	22,9%
Resultados Antes de Impostos e Interesses Minoritários	19,4	(6,6)	(134,2%)	103,2	69,9	n.a.
Imposto Sobre o Rendimento	(8,1)	4,1	(149,8%)	(29,1)	(18,1)	(37,6%)
Resultado das Operações Continuadas	11,3	(2,6)	(123,0%)	74,1	51,7	(30,2%)
Interesses Minoritários	(0,5)	(0,4)	(18,9%)	(3,0)	(2,8)	(5,4%)
Resultado Consolidado Líquido	10,7	(3,0)	(128,1%)	71,1	48,9	(31,2%)

(1) Custos Directos dos Serviços Prestados incluem, essencialmente, Custos com Telecomunicações, royalties de Audiovisuais e Exibição Cinematográfica; e custos de partilha de receita de publicidade;

(2) Custos Comerciais incluem Comissões, Marketing e Publicidade e Custos das Mercadorias Vendidas;

(3) EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações;

(4) Resultado operacional = Resultado antes de Resultados Financeiros e Impostos + Custos com redução de efectivos + Imparidade do Goodwill ± Mais/Menos valias na Alienação de Imobilizado ± Outros Custos/Proveitos

Receitas Operacionais

As receitas operacionais cresceram 7,4% em 2007 para 715,7 milhões de euros, representando uma aceleração no crescimento de 6,1% em relação ao ano anterior. O aumento nas receitas no negócio de Pay TV, Internet e Voz foi resultado do aumento do número de clientes de Pay TV (+4,5%), do crescimento dos RGU's por cliente (+9,3%) e do acréscimo no ARPU Global (+5,6%). As receitas operacionais geradas pelos serviços de Pay TV, Banda Larga e Voz foram de 629,5 milhões de euros.

As receitas operacionais geradas pelo negócio de cinema e audiovisuais em 2007 registaram aumentos de, respectivamente, 17,6%, para 61,8 milhões de euros, e 5,7%, para 46,2 milhões de euros, estimulados pelas recuperações nas vendas de DVD e Video, pela diversidade e

qualidade dos títulos distribuídos e exibidos nos nossos cinemas e pela forte quota de mercado da ZON Lusomundo Audiovisuais na distribuição de *blockbusters*, em 2007.

EBITDA

O EBITDA (Resultados Operacionais antes de Amortizações) em 2007 foi de 220,2 milhões de euros, representando um aumento de 4,3% comparativamente com 2006. O crescimento do EBITDA apresentou-se forte ao longo do ano, embora com uma lenta progressão no último trimestre, por força de diversos factores não recorrentes. Os principais itens que afectaram o EBITDA no 4T07 foram o ajustamento aos critérios de provisões, que introduziram pressupostos mais conservadores para a recuperação de cobranças duvidosas e para as existências, o que se traduziu num impacto negativo de 3,1 milhões de euros e num impacto positivo de 2,1 milhões de euros no 4T06. Ocorreram também alguns custos de interligação relacionados com serviços promocionais fraudulentos detectados no início do 4T07 e a contabilização no mesmo período de custos com o pessoal que diziam respeito à totalidade de 2007. A conjugação destes itens teve um impacto negativo de 5,1 milhões de euros no 4T07, comparado com um impacto positivo de 2,1 milhões de euros no 4T06.

Eliminando o impacto destes itens não recorrentes, o EBITDA teria crescido 7,5% em 2007 e 7,4% no 4T07 face aos períodos homólogos do ano anterior.

Custos Operacionais Consolidados

Os Custos com Pessoal aumentaram no 4T07 para aproximadamente 14 milhões de euros, comparado com 10 milhões de euros no 4T06 e 10 milhões de euros no 3T07, devido à internalização de funções anteriormente subcontratadas, nomeadamente à Pro Share, (divisão de serviços partilhados), a alterações no centro de custos corporativo resultante do spin-off, nomeadamente a integração de posições anteriormente não existentes ou subcontratadas, e à alteração na equipa de gestão e nos órgãos sociais. Adicionalmente, os custos com pessoal sofreram um impacto resultante do crescimento do número de efectivos durante o 3T07, resultado do aumento na actividade da empresa, que só tiveram reflexos relevantes na Demonstração de Resultados no final de 2007.

Os Custos Directos foram de 59 milhões de euros no 4T07, 7,3% mais elevados do que no 3T07, sendo que o principal responsável foi o aumento dos custos de programação originado pelo acréscimo de subscrições de canais premium Sport TV, lançamento da TV Globo e PFC, aumento de preço da Sport TV em Setembro e lançamento de outros canais. Os custos directos também reflectem um aumento nos custos de interligação resultantes do crescimento no tráfego de voz. Estes custos são puramente variáveis e resultam do aumento de receitas.

Os Custos Comerciais de 21 milhões de euros no 4T07, comparados com 21 milhões de euros no 4T06 e 15 milhões de euros no 3T07, reflectem o acréscimo sazonal nos custos comerciais e de marketing associado ao maior esforço de aquisição de clientes nos últimos meses do ano e ao aumento do custo de equipamentos vendidos resultante do maior número de adesões e instalações do serviço de Voz. No que concerne ao ano de 2007, estes custos aumentaram 7,3%, para 61 milhões de euros, abaixo do crescimento de RGU's durante o mesmo período.

Os Outros Custos Operacionais aumentaram 13,8%, para 46 milhões de euros no 4T07, comparativamente com 40 milhões de euros no 3T07 e também com 40 milhões de euros no 4T06. O acréscimo desta rubrica de custos resulta fundamentalmente da revisão dos critérios de provisões já referidos. Se excluirmos este efeito, o crescimento teria sido de 5,4%, bastante abaixo do crescimento das receitas. Também se verificou um aumento com os custos de *call-centre*, resultantes do crescimento da actividade comercial no trimestre e de custos relacionados com a disponibilização e instalação de novos serviços.

Resultado Líquido

O Resultado Líquido deteriorou-se em 2007 por comparação com 2006, devido a vários factores não recorrentes resultantes essencialmente do processo de *spin-off*, sendo a sua maioria reconhecida em 4T07.

Os principais itens não recorrentes que afectaram o Resultado Líquido em 2007 foram o registo de imparidade em certos activos de audiovisuais e de cinema; um *write-off* de equipamento obsoleto de Pay-TV e Banda Larga; um *write-off* de equipamento obsoleto de cinema; e custos diversos relacionados com o *spin-off*, de entre os quais se destacam custos com serviços de consultoria de suporte ao processo de *spin-off*, redução de efectivos, nova imagem da empresa e separação de call-centres anteriormente integrados. A combinação destes itens, juntamente com o impacto líquido de impostos dos itens não recorrentes que afectaram o EBITDA e as rubricas não recorrentes de 2006 registadas em Outros Custos Não Recorrentes e Imposto Sobre o Rendimento, totalizaram um efeito negativo de 23,5 milhões de euros em 2007 (a maior parte dos quais ocorreram no 4T07), comparado com um impacto negativo de 0,7 milhões de euros em 2006. Excluindo o impacto destes itens não recorrentes, o Resultado Líquido teria crescido 1% em 2007.

As Amortizações de Imobilizado Corpóreo e Incorpóreo registaram um crescimento anual de 19,1% em 2007. No 4T07, o aumento de 54,5% deveu-se, maioritariamente, à amortização, dos aditamentos aos contratos de telecomunicações de longo prazo registados no Balanço com efeitos retroactivos a Janeiro de 2007, e também à imparidade registada em certos activos de cinema e de audiovisuais. Estes dois factores tiveram um impacto total de cerca de 10 milhões de euros no 4T07. O aumento registado no ano é igualmente explicado pelo maior nível de CAPEX em 2006 e 2007, que incluiu: (i) *transponders* de satélite adicionais; (ii) o aumento do número de casas passadas; (iii) a instalação de *set-top* boxes relacionadas com o programa de digitalização; e (iv) o investimento em novos sistemas de gestão e de informação.

Os Custos com Redução de Efectivos foram de 3,1 milhões de euros e incluem principalmente uma provisão registada no 3T07 de 3 milhões de euros, relacionada com o processo de *spin-off*.

As Perdas na Alienação de Activos Fixos totalizaram 3,5 milhões em 2007. Este item inclui o *write-off* de equipamento obsoleto no negócio de Pay TV, e Banda Larga, ascendendo a 2,4 milhões de euros e um *write-off* de equipamento obsoleto de cinema no valor de 1,3 milhões de euros, ambos já reflectidos nas contas dos primeiros nove meses de 2007.

Outros Custos Não Recorrentes contabilizaram 18,1 milhões de euros em 2007, sendo que a principal componente foi o reconhecimento de custos relacionados com o *spin-off* de, aproximadamente, 15 milhões de euros no 4T07. Em 2006, esta rubrica tinha registado

ganhos líquidos de 4,1 milhões de euros, que incluíam: (i) um ganho de 8 milhões de euros relacionado com a reversão parcial de uma provisão para contingências, relativa à alienação da Lusomundo Media, nomeadamente a resolução com o comprador de indemnizações previstas no acordo de compra e venda; e (ii) um custo não recorrente de 6 milhões de euros relacionado com o ajuste do valor contabilístico de determinados activos.

Os Juros Líquidos totalizaram 9,6 milhões de euros em 2007, comparados com 8,4 milhões de euros em 2006. Os custos com juros incluem os juros com compromissos de longo prazo relacionados com os contratos de telecomunicações e de *transponders*.

Ganhos em empresas participadas, líquidos, foram de 3 milhões de euros em 2007, comparado com 0,4 milhões de euros em 2006. Como resultado do processo de *spin-off*, no 4T07, o método utilizado para consolidar a SGPICE, S.A. foi alterado, gerando, assim, um ganho de 0,9 milhões de euros. Anteriormente, a SGPICE, S.A. era consolidada através do método de equivalência patrimonial e passou a entrar no perímetro de consolidação como uma participação financeira. Adicionalmente, em 2007, este item incluiu a participação da ZON nos resultados da Octal TV (ganho de 0,3 milhões de euros), da Lisboa TV (ganho de 1,6 milhões de euros) e da Distodo (ganho de 0,3 milhões de euros). A Octal TV é o principal fornecedor de *set-top* boxes para a TV Cabo, a Lisboa TV é o proprietário da SIC Notícias, o canal de notícias líder em Portugal, e a Distodo é a empresa de distribuição logística de DVD da ZON Lusomundo.

O Imposto sobre Rendimento foi de 18,1 milhões de euros em 2007, o que representa uma redução de 38% face ao período homólogo. Em 2006, este item incluiu um custo adicional de 8 milhões de euros relacionado com o impacto provocado por um ajuste do valor dos impostos diferidos relacionados com a redução da taxa nominal de imposto de 27,5% para 26,5%, no início de 2007; e também o reconhecimento inicial de impostos diferidos activos na Sport TV, ascendendo a 3 milhões de euros.

Os Ganhos Atribuíveis a Interesses Minoritários foram 5,4% mais baixos em 2007, face ao ano anterior, cifrando-se em 2,8 milhões de euros. Estes ganhos são atribuíveis sobretudo aos interesses minoritários na Cabo TV Madeirense e Cabo TV Açoreana, as operadoras participadas da ZON nas Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores.

O Resultado Líquido foi de 48,9 milhões de euros em 2007, o que compara com 71,1 milhões de euros em 2006. Este decréscimo é explicado pelos factores não recorrentes mencionados anteriormente. Excluindo todos os itens extraordinários e não recorrentes, o Resultado Líquido teria crescido 1%, face a 2006.

07. CAPEX e Cash Flow

CAPEX

Tabela 4. CAPEX (Milhões de Euros)	4T06	4T07	Variação	2006	2007	Variação
Infra-estrutura TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	14,3	23,6	65,3%	46,0	68,3	48,4%
Equipamento Terminal	4,9	3,8	(22,7%)	22,5	14,3	(36,5%)
Outros	13,1	7,8	(40,9%)	40,7	16,7	(58,9%)
CAPEX Recorrente	32,3	35,2	9,0%	109,3	99,4	(9,1%)
Transponders	0,0	15,1	n.a.	19,0	15,1	(20,4%)
Contrato de Telecomunicações	4,5	13,8	205,8%	4,5	13,8	206,7%
Aquisição de Equipamento de Rede Dedicado à TV Cabo	0,0	21,7	n.a.	0,0	21,7	n.a.
CAPEX Total	36,8	85,8	133,0%	132,8	150,0	13,0%

O CAPEX registou em 2007 um aumento de 13%, face a 2006, fruto de factores não recorrentes, nomeadamente, a aquisição, à Portugal Telecom, de equipamento de rede dedicado à TV Cabo (por 21,7 milhões de euros), aditamentos ao contrato anterior de longo prazo de infra-estrutura de telecomunicações (13,8 milhões de euros) e ao investimento efectuado em mais um *transponder* (15 milhões de euros). Excluindo estes factores não recorrentes, o CAPEX recorrente teria sido de 99,4 milhões de euros, uma redução de 9,1% face a 2006, representando um rácio de CAPEX sobre Vendas de 13,9% em 2007, uma descida relativamente aos 16,4% registados em 2006.

Tabela 5. Cash Flow (Milhões de Euros)	4T06	4T07	Variação	2006	2007	Variação
EBITDA Menos CAPEX	15,8	(36,6)	n.a.	78,3	70,2	(10,3%)
Itens Não Monetários Incluídos no EBITDA ⁽¹⁾	4,6	27,5	n.a.	22,3	27,6	23,7%
Variação do Fundo de Maneio	(26,7)	72,0	n.a.	(24,6)	59,4	n.a.
Cash flow operacional	(6,3)	63,0	n.a.	76,1	157,2	106,7%
Juros pagos	0,2	0,6	n.a.	0,4	(4,0)	n.a.
Impostos Sobre o Rendimento Pagos por Subsidiárias ⁽²⁾	(1,2)	(1,1)	(6,1%)	(3,1)	(3,6)	16,1%
Liquidação Financeira de Equity Swap	0,0	0,0	n.a.	0,0	2,2	n.a.
Transponders e Contratos de Telecomunicações	(6,3)	(10,9)	73,5%	(40,0)	(45,1)	12,9%
Outros Movimentos	(1,6)	0,0	(100,0%)	(11,7)	(4,5)	(61,5%)
Free Cash-Flow	(15,1)	51,6	n.a.	21,7	102,1	n.a.

(1) Este item inclui essencialmente provisões non-cash incluídas no EBITDA e CAPEX, nomeadamente CAPEX de Transponders e Contratos de Telecomunicações;

(2) Esta rubrica inclui os impostos pagos pela TV Cabo Madeirense e TV Cabo Açoreana.

Em 2007, o *Cash Flow* Operacional ascendeu a 157,2 milhões de euros, comparado com os 76,1 milhões do ano anterior. Este acréscimo de 81,1 milhões de euros deve-se principalmente a uma redução de 59,4 milhões de euros no Fundo de Maneio, contrastando com um investimento em 2006 de 24,6 milhões de euros.

O EBITDA menos CAPEX decresceu 10,3% para 70,2 milhões de euros. Conforme já mencionado, excluindo os itens não recorrentes, este indicador teria aumentado 25,6% em 2007.

A diminuição de 59,4 milhões de euros no Fundo de Maneio deveu-se sobretudo a (i) um decréscimo nas Contas a Receber, graças aos esforços permanentes da TV Cabo para otimizar os seus processos de facturação e cobranças; e (ii) a um aumento nas Contas a Pagar, relacionado com um aumento do investimento no 4T07, que, em conjunto, mais que compensaram o investimento em Existências para a disponibilização de um novo modelo de *set-top box*.

Em resultado do aumento do *Cash Flow* Operacional, o *Free Cash Flow* ascendeu a 102 milhões de euros em 2007, comparado com 21,7 milhões de euros em 2006.

Poupanças Decorrentes do Novo Contrato de Telecomunicações

Para além da aquisição, ao Grupo PT, de equipamento de rede totalmente dedicado à TV Cabo, esta pôs termo ao contrato anterior e celebrou um novo contrato, por mais três anos, para a capacidade de rede remanescente. O valor actual do contrato foi capitalizado e será amortizado ao longo do triénio 2008/10.

O efeito da contabilização na Demonstração de Resultados representa uma amortização anual de aproximadamente 13 milhões de euros (valor que compara com cerca de 30 milhões em 2007 na vigência do "contrato antigo"). No momento em que o novo contrato se tornou efectivo, o valor líquido remanescente no Balanço, de aproximadamente 30 milhões de euros, foi cancelado e substituído pelo novo valor actual líquido de 27 milhões de euros. O valor actual da poupança líquida obtida é, assim, de mais de 40 milhões de euros ao longo do período do contrato.

08. Balanço Consolidado

Tabela 6. Balanço Consolidado (Milhões de Euros)	2006	2007	Varição
Activo Corrente	260,0	276,4	6,3%
Caixa e Equivalentes de Caixa	38,8	66,9	72,3%
Contas a Receber	161,5	134,3	(16,9%)
Existências	14,9	29,9	100,3%
Impostos a Recuperar	12,5	11,8	(5,5%)
Custos Diferidos e Outros Activos Correntes	32,3	33,6	4,0%
Activo não Corrente	715,1	723,6	1,2%
Investimentos em Empresas Participadas	18,3	18,5	1,2%
Activos Intangíveis	283,6	259,7	(8,4%)
Activos Tangíveis	297,3	347,7	17,0%
Activos por Impostos Diferidos	89,1	75,2	(15,7%)
Outros Activos não Correntes	26,8	22,6	(15,9%)
Total do Activo	975,2	1000,1	2,6%
Passivo Corrente	355,4	450,4	26,8%
Dívida de Curto Prazo	91,7	124,5	35,8%
Contas a Pagar	187,8	230,2	22,5%
Acréscimos de Custos	51,0	64,2	26,0%
Proveitos Diferidos	1,6	6,3	286,1%
Impostos a Pagar	13,4	10,9	(18,6%)
Provisões e Outros Passivos Correntes	9,8	14,3	45,8%
Passivo Não Corrente	195,7	160,6	(17,9%)
Dívida de Médio e Longo Prazo	174,0	139,5	(19,8%)
Provisões e Outros Passivos não Correntes	21,8	21,2	(2,8%)
Total do Passivo	551,1	611,1	10,9%
Capital Próprio antes de Interesses Minoritários	414,6	379,4	(8,5%)
Capital Social	30,9	3,1	(90,0%)
Acções Próprias	(9,0)	0,0	(100,0%)
Reservas e Resultados Transitados	321,6	327,4	1,8%
Resultado Líquido	71,1	48,9	(31,2%)
Interesses Minoritários	9,4	9,6	2,0%
Capital Próprio	424,1	389,0	(8,3%)
Total do Passivo e Capital Próprio	975,2	1000,1	2,6%

Estrutura de Capital

A 31 de Dezembro de 2007, a Dívida Líquida cifrava-se em 197 milhões de euros. Excluindo a dívida relacionada com compromissos financeiros associados aos contratos de longo prazo de telecomunicações e *transponders*, a dívida líquida no final de 2007 ascendia a 23,5 milhões de euros. A redução de 16 milhões de euros na dívida líquida durante o ano de 2007, deveu-se ao *free cash flow* de 102 milhões de euros gerado nesse período e à liquidação financeira de *equity swaps* de 9 milhões de euros, que mais que compensaria os dividendos pagos durante o ano de 2007, ascendendo a 95 milhões de euros (93 milhões de euros relativos à ZON Multimédia e 2 milhões à Cabo TV Madeirense e à Cabo TV Açoreana).

O rácio de alavancagem financeira (Dívida Líquida / Dívida Líquida + Capital Próprio) no final de 2007 foi de 33,6%, o que compara com 34,8% no final de 2006. Já a Dívida Líquida sobre

EBITDA foi de 0,9 vezes em 2007 e a Dívida Líquida Financeira / EBITDA (excluindo a dívida não financeira) foi ainda mais baixa: 0,1 comparada com 1,1 e 0,2, respectivamente, no ano anterior. O rácio de cobertura dos juros (EBITDA / Juros Pagos) foi de 62 vezes em 2007, comparativamente com 147 vezes em 2006.

Em consequência do *spin-off*, os empréstimos dos accionistas concedidos anteriormente pela Portugal Telecom foram substituídos por 70 milhões de euros de uma emissão de papel comercial de curto prazo. Com base nos objectivos de alavancagem de médio prazo, a ZON encontra-se actualmente a avaliar opções alternativas de financiamento, de forma a otimizar a sua estrutura de capital.

Tabela 7. Dívida Líquida Consolidada (Milhões de Euros)	2006	2007	Variação
Dívida de Curto Prazo	91,7	124,5	36%
Empréstimos Bancários ⁽¹⁾	14,0	14,0	0%
Empréstimos de Accionistas	34,6	0,5	(99%)
Outros Empréstimos	0,0	70,0	n.a.
Equity Swaps Sobre Acções Próprias ⁽²⁾	9,0	0,0	(100%)
Locações Financeiras	1,2	0,6	(52%)
Contratos de Longo Prazo de Telecomunicações	23,4	27,2	16%
Transponders	9,4	12,2	30%
Dívida de Médio e Longo Prazo	174,0	139,5	(20%)
Empréstimos Bancários ⁽¹⁾	17,5	3,5	(80%)
Locações Financeiras	1,9	1,9	1%
Contratos de Longo Prazo de Telecomunicações	24,0	0,5	(98%)
Transponders	130,6	133,5	2%
Dívida Total	265,6	264,0	(1%)
Caixa e Equivalentes de Caixa	38,8	66,9	72%
Dívida Líquida Consolidada	226,8	197,0	(13%)
Dívida Líquida, excluindo Transponders e Contratos de Longo-Prazo	39,3	23,5	(40%)

(1) Este item corresponde a 50% dos empréstimos bancários contratados pela Sport TV;

(2) Este montante diz respeito ao valor nominal dos equity swaps contratados sobre 925 mil acções da ZON Multimedia.

Capital Próprio (excluindo os Interesses Minoritários)

A 31 de Dezembro de 2007, o Capital Próprio excluindo os Interesses Minoritários ascendia a 379 milhões de euros, um decréscimo de 35 milhões de euros desde o final de 2006, em consequência dos dividendos pagos em 2007 (93 milhões de euros), não totalmente cobertos pelos resultados líquidos durante esse período (49 milhões de euros) e pelo cancelamento de acções próprias, registado no final de 2006, de 9 milhões de euros, relacionado com as *equity swaps* sobre acções próprias nessa data.

Em conformidade com a legislação portuguesa, o montante de reservas distribuíveis é determinado de acordo com as demonstrações financeiras individuais da empresa, preparadas de acordo com os princípios contabilísticos portugueses. O nível das reservas distribuíveis é influenciado pelo montante (i) de acções próprias adquiridas; (ii) do resultado líquido gerado; e (iii) de dividendos pagos.

A 31 Dezembro de 2007, as reservas distribuíveis da ZON Multimédia ascendiam a 328 milhões de euros, um decréscimo de 26 milhões de Euros relativamente ao final de 2006, essencialmente decorrente dos dividendos pagos em 2007 (93 milhões de euros) e dos dividendos por pagar por certas empresas do grupo (6 milhões de euros), os quais mais do que

compensaram o resultado líquido gerado nesse período, de acordo com os princípios contabilísticos portugueses, ajustados pelos dividendos estimados por pagar pelas empresas do grupo relacionados com os resultados de 2007 (43 milhões de euros), e o aumento de 28 milhões de euros nas reservas distribuíveis, decorrente da reestruturação do capital social aprovada na Assembleia Geral de Accionistas de 24 de Abril de 2007.

07. Eventos Subsequentes

No dia 17 de Janeiro, a ZON realizou o Dia do Investidor, em Lisboa, para transmitir aos investidores e analistas uma visão abrangente do plano estratégico para o triénio 2008/10 e os objectivos chave para 2010. Conjuntamente, foram efectuados três comunicados:

Distribuição de Dividendos: O Conselho de Administração aprovou a distribuição de dividendos ordinários e extraordinários para 2008, no valor de 20 cêntimos e 30 cêntimos, respectivamente, sujeitos a aprovação na Assembleia Geral Anual de Accionistas.

Programa de recompra de acções próprias: O Conselho de Administração da ZON aprovou um programa de recompra de acções próprias de até 10% do Capital Social a ser executado ao longo de 2008 e 2009. Será solicitada aos accionistas a extensão por 18 meses da autorização actual para compra de acções próprias pela Assembleia Geral Anual de Accionistas.

Aquisição da TVTEL: A CATV – TV Cabo Portugal, S. A. ("TV CABO") e a Caixa – Banco de Investimento, S.A. ("CaixaBI") celebraram um acordo de compra e venda de 100% do capital social da TVTEL COMUNICAÇÕES, S. A. ("TVTEL"). O preço a pagar está, na parte essencial, indexado ao EBITDA do negócio do cabo, no momento do fecho da transacção. As partes acordaram na aplicação de um múltiplo EV de 12 x EBITDA do negócio do cabo em 2007; e a este montante acrescerão 20 milhões de euros referentes à aquisição do negócio de satélite e infra-estrutura de fibra óptica na área de Lisboa.

Prevê-se que, à data da transmissão das acções, a TVTEL tenha um mínimo de 74 mil clientes, 260 mil casas passadas na rede de cabo da região do Grande Porto, e 60 mil casas passadas na rede de fibra óptica no distrito de Lisboa. Estima-se que em 2007, as Receitas do negócio de cabo da TVTEL tenham ascendido a 21 milhões de euros, com uma margem de EBITDA de cerca de 40%. A concretização desta transacção está sujeita à realização de uma Auditoria contabilística e técnica.

Nos termos do contrato celebrado, a TV CABO adquirirá uma participação de 20% e a CaixaBI uma participação de 80% da TVTEL, tendo a TV CABO acordado, desde já, adquirir à CaixaBI a sua participação, sendo que a concretização desta última operação está sujeita à não oposição por parte da Autoridade da Concorrência.

Logo que esta última transacção esteja concluída, a ZON pretende proceder à integração total da TVTEL na TV Cabo, estimando-se que esta integração gere significativas sinergias, nomeadamente ao nível da aquisição e gestão de conteúdos, do marketing e dos custos de manutenção e operação de rede.

08. Perspectivas Futuras

Foram anunciados objectivos ambiciosos de crescimento para 2010² e a Comissão Executiva e o Conselho de Administração estão confiantes que a empresa se encontra bem posicionada para os alcançar. Os próximos trimestres proporcionam uma "janela de oportunidade" para o crescimento, tendo por base um forte ponto de partida: um posicionamento competitivo face ao mercado, uma rede de última geração que serve de suporte a todas as vertentes de negócio, uma equipa altamente motivada e um plano de acção muito bem definido.

No entanto, de forma a garantir o aumento de rentabilidade previsto nos objectivos financeiros para 2010, será, inicialmente, necessário aumentar os esforços de angariação de novos clientes, o que provocará aumentos dos custos comerciais, principalmente relacionados com marketing, comissões e equipamento terminal. Esta conjuntura resultará nalguma pressão sobre as margens EBITDA no curto prazo e numa aceleração do crescimento de rentabilidade em 2009.

² As apresentações do Dia do Investidor que se encontram no *website* de IR da ZON (www.zon.pt/ir) contêm objectivos operacionais e financeiros detalhados para 2010.

09. 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.

10. Contactos

Chief Financial Officer

José Pedro Pereira da Costa

Tel.: 21 799 88 19

Analistas/Investidores

Maria João Carrapato

Tel.: 21 782 47 25

E-mail: ir@zon.pt

Imprensa:

Paulo Camacho / Irene Luís

Tel.: 21 782 48 07

E-mail: comunicacao.corporativa@zon.pt