

**ZON** MULTIMEDIA

# DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 2008



**WIDEBAND**

## Índice

<b>1. Destaques dos Resultados de 2008</b>	<b>3</b>
<b>2. Evolução do Negócio</b>	<b>8</b>
<b>3. Demonstração de Resultados Consolidados</b>	<b>14</b>
<b>4. CAPEX e Cash Flow</b>	<b>16</b>
<b>5. Balanço Consolidado</b>	<b>19</b>
<b>6. Remuneração Accionista</b>	<b>21</b>
<b>7. Aviso Legal</b>	<b>22</b>
<b>8. Contactos</b>	<b>23</b>

# 1. Destaques dos Resultados de 2008

**Lisboa, Portugal, 4 Março 2009:** no seguimento da Divulgação Preliminar de Resultados Operacionais apresentada no dia 4 de Fevereiro de 2009, a ZON divulga hoje os Resultados Consolidados para o ano de 2008:

**Receitas de Exploração +8.5% para €776,6 milhões**

**EBITDA +11% para €244,5 milhões**

**Resultado Consolidado Líquido (2,8)% para €47,9 milhões**

**Crescimento recorde na Banda Larga e na Voz**

**No final de 2008 mais de 23% de clientes cabo com *Triple Play***

**Mais de 100 mil ZON Box instaladas**

**ARPU Global cresceu 4,2% para 32 euros**

Tabela 1.  
**Destaques Financeiros** (Milhões de Euros)

	2007	2008	2008 / 2007
Receitas de Exploração	715.7	776.6	8.5%
EBITDA <sup>(1)</sup>	220.2	244.5	11.0%
Margem EBITDA	30.8%	31.5%	0.7pp
EBIT (Resultado Antes de Resultados Financeiros e Impostos)	74.1	100.0	35.0%
Resultado Consolidado Líquido	49.3	47.9	(2.8%)
Resultado Líquido por Acção (Cêntimos de Euro)	15.96	16.26	1.9%
CAPEX Recorrente	99.4	145.5	46.4%
Dívida Financeira Líquida	23.5	552.5	n.a.

NOTA: as contas de 2008 incluem a consolidação da TVTel e das operações da ParfiteL desde Novembro de 2008. Os números referentes a 2007, conforme reexpresso.

(1) EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações;

- **As Receitas de Exploração aumentaram para 776,6 milhões de euros no final de 2008**, representando um crescimento anual de 8,5%, e uma aceleração para 9,6% no 4T08 face ao período homólogo;
- **O EBITDA aumentou para 244,5 milhões de euros em 2008**, representando um crescimento anual de 11%, e uma aceleração para 18,3% no 4T08 face ao período homólogo;
- **A margem EBITDA foi de 31,5% em 2008**, que compara com 30,8% em 2007;

- O **Resultado Consolidado Líquido** registou um ligeiro decréscimo de 2,8% para 47,9 milhões de euros;
- O **Resultado Consolidado Líquido por Acção** aumentou 1,9% em 2008 para 16,26 cêntimos de euro por acção, o que compara com 15,96 cêntimos de euro em 2007;
- O **CAPEX Recorrente** foi de **145,5 milhões de euros em 2008**, representando 18,7% das Receitas de Exploração. Este valor compara com 99,4 milhões de euros em 2007;
- A **Dívida Financeira Líquida** no final de 2008 **ascendia a 552,5 milhões de euros (Rácio de Dívida Financeira Líquida / EBITDA de 2,3x)**.

Tabela 2.  
Destaques Operacionais ('000)

	2007	2008	2008 / 2007
<b>Adições Líquidas</b>			
RGUs <sup>(1)</sup>	300.5	421.4	40.2%
Subscritores <sup>(2) (3)</sup>	67.0	(22.0)	(132.8%)
TV Digital	111.7	113.8	1.9%
Banda Larga	38.3	78.8	105.6%
Voz Fixa	83.5	243.6	191.8%
Voz Móvel	0.0	7.2	n.a.
<b>Final do Período</b>			
RGUs	2,412.9	2,834.3	17.5%
Subscritores <sup>(2) (3)</sup>	1,547.1	1,525.1	(1.4%)
TV Digital	382.1	495.8	29.8%
Banda Larga	400.2	479.0	19.7%
Voz Fixa	83.5	327.1	291.8%
Voz Móvel	0.0	7.2	n.a.
ARPU Global	30.8	32.0	4.2%
% Clientes Cabo com <i>Triple Play</i>	6%	23%	16.4 pp

(1) 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 Banda Larga e o número de subscritores do serviço de Voz Fixa e Móvel.

(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;

NOTA: Os números apresentados nesta tabela não incluem as aquisições da TVTel e das operações da ParfiteL.

- **421,4 mil adições líquidas de RGUs**, um aumento de 40,2% face a 2007;
- **250 mil clientes subscrevem serviços 3P – mais de 23% dos clientes de cabo**, permitindo assim à ZON tornar-se no líder de *Triple Play* em Portugal;
- **Crescimento do ARPU Global para 32 euros** impulsionado pelo sucesso do esforço comercial levado a cabo tendo em vista o aumento do número de RGUs por subscritor e a penetração 3P;

- **(22) mil adições líquidas de TV por Subscrição**, com o crescimento da base de clientes de cabo a ser contrariado pelo decréscimo da base de clientes de satélite ao longo do ano;
- **113,8 mil novos subscritores digitais “Funtastic” em 2008**, levando a uma penetração de 32,5% de serviços digitais, o que compara com 24,7% no final de 2007;
- **Crescimento recorde na Banda Larga, com adições líquidas de 78,8 mil durante 2008, o melhor dos últimos 5 anos;**
- Crescimento notável nos serviços de Voz, **com 243,6 mil adições líquidas no ano de 2008** e uma aceleração do crescimento ao longo do ano, com **adições líquidas de 73,2 mil no 4T08;**

## Mensagem de Rodrigo Costa, CEO

A equipa de gestão da ZON recordará 2008 como um ano simultaneamente cheio de desafios e muito gratificante.

Como verificarão ao longo das páginas deste relatório, conseguimos no ano que passou resultados notáveis em várias áreas de negócio, ao mesmo tempo que introduzíamos medidas que geraram uma maior eficiência operacional.

O nascimento da “ZON”, em Janeiro de 2008, representou não apenas o lançamento de uma nova marca, mas de uma nova identidade, de uma nova abordagem ao negócio e de uma alteração estrutural com enfoque nos nossos clientes.

Quando apresentámos a nossa visão estratégica para a ZON, no início do ano, estabelecemos três grandes orientações:

Liderar no *Triple Play*

Atingir a Excelência na Relação com o Cliente e nas Operações

Capturar Novas Oportunidades de Crescimento

Comprometemo-nos também a atingir esses objectivos baseando-nos em princípios muito simples: Inovação no Produto e na Gestão do Negócio; *Corporate Governance* de acordo com os mais elevados padrões de Ética e Transparência; e políticas de Recursos Humanos que conciliem a recompensa e o desenvolvimento dos colaboradores com os objectivos dos accionistas.

Os resultados que hoje apresentamos são a prova clara de que escolhemos as opções mais acertadas, que nos permitem atingir resultados em linha com as melhores expectativas.

A ZON é hoje o operador *Triple Play* líder no mercado Português. Já fornecemos serviços integrados de entretenimento e comunicações a mais de 23% dos nossos clientes de cabo (6% no ano anterior), cujo entusiasmo pelos nossos produtos e serviços é reflectido na aceleração do ritmo de crescimento de vendas das nossas ofertas *Triple Play ZON3*, e dos serviços de Banda Larga e Voz.

A nossa superior proposta de valor permite aos clientes de cabo visionar conteúdo HD ilimitado em vários televisores, mantendo simultaneamente velocidades de Internet até 100 Mbps com

tráfego ilimitado e tarifários de voz de mensalidade fixa. Em apenas 8 meses, instalámos mais de 100 mil ZON Box HD-PVR. A adesão a serviços digitais continua a aumentar.

O sucesso comercial da ZON tem sido apoiado por uma transformação profunda na qualidade do serviço ao cliente. Foram reorganizadas áreas-chave, nomeadamente através da migração de todos os processos de *back-office* para uma plataforma única de telefone e *software*; da consolidação dos *call-centres* em três localizações principais; e da certificação dos procedimentos de instalação em casa dos clientes, bem como dos acordos com fornecedores de serviços. Para além disto, consumimos consideravelmente mais tempo e esforço na análise de como a empresa é gerida, de quão eficientes são as nossas operações e de onde existe espaço para melhorar. O aumento da rentabilidade e produtividade que apresentamos (crescimento do EBITDA de 11%), reflecte claramente o empenho que temos vindo a colocar na melhoria contínua.

Para além do crescimento que apresentamos nas nossas principais operações, lançámos os serviços de Voz ZON Mobile, e iremos iniciar, ainda neste semestre, ofertas de banda larga móvel e *homezoning*. Obtida a aprovação do regulador, concluímos durante 2008 a aquisição de quatro empresas regionais de cabo (a TVTel - 2008 e as operações da Parfitel – 2007/2008).

No centro do nosso sucesso operacional está uma rede tecnologicamente superior. Chegamos actualmente a quase 3 milhões de lares em Portugal, com uma rede híbrida de fibra óptica e cabo coaxial que já proporciona ao universo de clientes cabo velocidades de 30 Mbps e está a ser melhorada, para atingir cobertura total com 100 Mbps até ao final deste ano. Neste momento, a ZON já opera uma Rede de Nova Geração que leva novas ofertas comerciais a 270 mil lares em Lisboa e no Porto.

A nossa rede de Cinemas e o nosso negócio de Conteúdos continuam a apresentar boas perspectivas. Prosseguimos com a expansão das nossas actividades, baseados numa reputação e numa experiência acumuladas ao longo de diversas décadas de presença nesta indústria, e evidenciamos com orgulho o reconhecimento que merecemos de parceiros internacionais, como a Paramount, a Disney ou a Universal. Já em 2009, fomos nomeados Melhor Distribuidor Europeu pela Cartoon Movie, conseguindo assim uma das mais prestigiantes distinções no sector.

O mercado das telecomunicações e o negócio da distribuição de TV sofreram importantes alterações em Portugal desde o *spin off*, em finais de 2007, tornando-se marcadamente mais competitivos e inovadores. Com os nossos resultados de 2008, conseguimos demonstrar não só que temos argumentos para responder aos desafios colocados pela nova concorrência, mas também que nos transformámos em *players* importantes em áreas de negócios em que tínhamos pouca ou nenhuma presença até 2008.

Gostaria de agradecer a toda a equipa ZON, sem a qual não seria possível atingir os resultados que hoje aqui anunciamos. Em Janeiro de 2009, os colaboradores fizeram a maior demonstração possível de empenho na vida da empresa, com um número de respostas pouco comum – atrevemo-nos a dizer quase sem precedentes – ao primeiro Inquérito de Clima ZON: 90% deram a sua opinião, transmitindo assim uma clara mensagem de entusiasmo, motivação e aposta inabalável no sucesso da empresa.

Entramos em 2009 com um cenário económico que nos coloca grandes desafios. Até agora, a ZON tem provado ter um negócio particularmente resistente, já que as pessoas parecem recorrer a fontes de entretenimento mais caseiras e menos dispendiosas, como forma de melhor gerir os seus orçamentos domésticos. Assim sendo, as nossas perspectivas de crescimento operacional mantêm-se positivas e é expectável que aumentemos a nossa força de trabalho em 70 colaboradores, durante 2009. O nosso desempenho financeiro deverá reflectir o crescimento operacional previsto, embora condicionado pela dinâmica do mercado e pelo contexto macroeconómico. Uma nota final: queria sublinhar que continuamos atentos a oportunidades

para alavancar internacionalmente a nossa experiência e os nossos activos-chave. Mantemos o enfoque em particular nos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa, devido à proximidade linguística e cultural, e envidaremos esforços para que haja desenvolvimentos nesta frente no futuro próximo.

Apesar de estarmos a operar num ambiente com maiores desafios, mantemos intacto o nosso empenho no sucesso da ZON. Sabemos que estamos no caminho certo e a experiência do passado dá-nos a confiança para acreditar num futuro com resultados ainda melhores.

## 2. Evolução do Negócio

Tabela 3.  
Indicadores de Negócio ('000)

	4T07	4T08	4T08 / 4T07	2007	2008	2008 / 2007
<b>TV por Subscrição, Banda Larga e Voz</b>						
Casas Passadas	2,752.8	2,844.0	3.3%	2,752.8	2,844.0	3.3%
Subscritores <sup>(1) (2)</sup>	1,547.1	1,525.1	(1.4%)	1,547.1	1,525.1	(1.4%)
dos quais						
TV Digital	382.1	495.8	29.8%	382.1	495.8	29.8%
Premium	840.6	829.9	(1.3%)	840.6	829.9	(1.3%)
Banda Larga	400.2	479.0	19.7%	400.2	479.0	19.7%
Voz Fixa	83.5	327.1	291.8%	83.5	327.1	291.8%
Voz Móvel	0.0	7.2	n.a.	0.0	7.2	n.a.
RGUs <sup>(3)</sup> (unidades)	2,412.9	2,834.3	17.5%	2,412.9	2,834.3	17.5%
RGUs <sup>(3)</sup> por Subscritor (unidades)	1.56	1.85	18.7%	1.56	1.85	18.7%
Clientes de <i>Triple Play</i>	68.7	250.1	264.2%	68.7	250.1	264.2%
ARPU Global	31.0	32.7	5.6%	30.8	32.0	4.2%
<b>Adições Líquidas</b>						
Subscritores	26.3	(14.0)	(153.1%)	67.0	(22.0)	(132.8%)
TV Digital	25.7	50.0	94.2%	111.7	113.8	1.9%
Premium	37.8	(4.9)	(113.1%)	60.6	(10.7)	(117.7%)
Banda Larga	12.9	28.0	117.1%	38.3	78.8	105.6%
Voz Fixa	29.6	73.2	146.9%	83.5	243.6	191.8%
Voz Móvel	0.0	7.2	n.a.	0.0	7.2	n.a.
RGUs	94.6	144.4	52.7%	300.5	421.4	40.2%
Clientes de <i>Triple Play</i>	20.3	56.7	179.0%	68.7	181.4	164.2%
<b>Exibição Cinematográfica</b>						
Receitas por Espectador (Euros)	4.0	4.2	3.1%	4.0	4.1	3.4%
Bilhetes Vendidos	2,092.9	2,234.8	6.8%	8,193.4	8,289.0	1.2%
Salas (unidades)	204.0	213.0	4.4%	204.0	213.0	4.4%

(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 pacote;

(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;

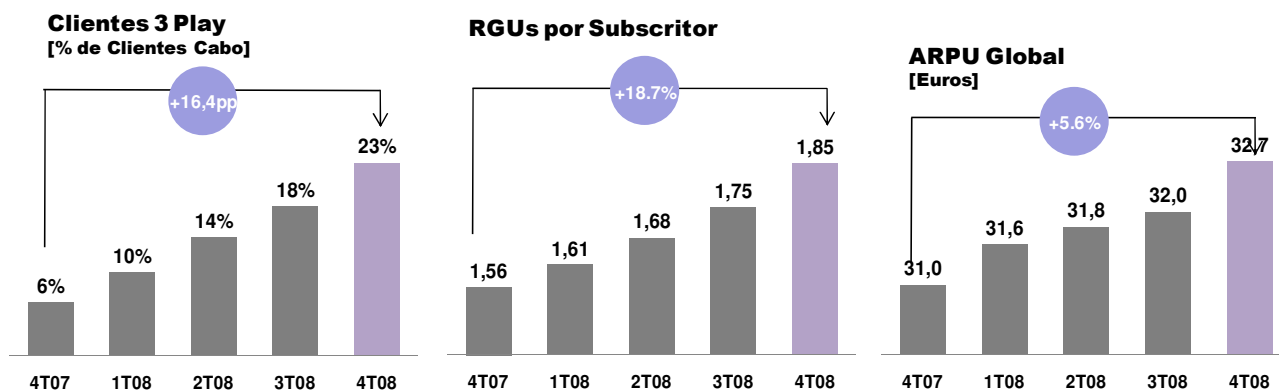
(3) RGUs - Revenue Generating Units - corresponde à soma do número de subscritores dos serviços básicos de TV por Subscrição com o número de subscritores do serviço de TV Digital, o número de subscritores de Banda Larga e o número de subscritores do serviço de Voz Fixa e Móvel.

NOTA: Os números apresentados nesta tabela não incluem as aquisições da TVTel e das operações da Parfitef.

## Execução da Estratégia

## I. Liderar no Triple Play

A ZON registou o crescimento operacional comparável mais forte dos últimos 5 anos em 2008, reforçando a sua posição de **operador Triple Play líder em Portugal**.



2008 foi um ano notável em termos de actividade comercial e actualmente a ZON é claramente o fornecedor de serviços *Triple Play* líder em Portugal. O sucesso operacional dos últimos trimestres tem sido fruto de uma estratégia comercial de venda de serviços adicionais à base de clientes de TV por Subscrição. No final de 2008, o número de clientes que subscrevia os três serviços, TV por Subscrição, Banda Larga e Voz, representava mais de 23% da base de clientes de cabo da ZON, o que compara com apenas 6% no final de 2007. O número de clientes que subscrevia mais que um serviço era superior a 53%, comparado com 38% em 2007.

O lançamento dos pacotes ZON3 em Maio de 2008 foi um sucesso imediato, impulsionando as adições líquidas trimestrais de Banda Larga e Voz a níveis recorde. Os pacotes ZON3 oferecem aos clientes uma experiência de TV em Alta Definição multi-salas com mais de 90 canais, um mínimo de 8Mbps de velocidade de Internet e tráfego de Banda Larga e Voz ilimitado por cerca de € 50 por mês. Ao longo do último ano a ZON tem-se posicionado consistentemente no limiar da inovação, com iniciativas como o lançamento da nova ZON Box em Maio de 2008, o lançamento de canais em Alta Definição, e contínuas melhorias nas velocidades de Internet em todos os planos tarifários, tornando a ZON no operador de Banda Larga com as velocidades mais elevadas do mercado. A ZON tem o leque de canais de Alta Definição mais rico do mercado nacional, seis até à data: Sport TV HD, MOV HD, TVCine4 HD, National Geographic HD, Disney Cinemagic HD e Eurosport HD, com o lançamento de muitos mais programado para os próximos trimestres, tirando partido da superior capacidade de transmissão em Alta Definição da ZON.

O número de RGUs aumentou em 421,4 mil no ano de 2008, para 2,834 milhões (variação anual de +17,5%). No final de 2008, cada cliente subscrevia uma média de 1,85 serviços, o que compara com 1,56 no final de 2007.

O crescimento considerável de penetração de serviços *Triple Play* na nossa base de clientes de cabo, crescente digitalização e instalação de ZON Boxes significa que a ZON está posicionada para capturar uma maior proporção de gastos dos consumidores em telecomunicações e entretenimento, ajudando simultaneamente os seus clientes a gerir os seus orçamentos domésticos de forma mais eficiente através da adesão a serviços e produtos em pacote.



O ARPU registou uma melhoria significativa ao longo do ano em resultado do sucesso da estratégia de aumentar o número de serviços subscrito por cada cliente, em combinação com a adesão a novas funcionalidades. O ARPU Global aumentou 4% para 32 euros em 2008, o que compara com 30,8 euros no final de 2007. A tendência trimestral reflecte um crescimento consistente, de 31,0 euros no 4T07 para 32,7 euros no 4T08, representando um acréscimo de 5,6%.

Os clientes de TV por Subscrição eram 1,525 milhões no final de Dezembro, representando um decréscimo anual de 1%. As adições líquidas de (22) mil no ano de 2008 reflectem uma combinação de um crescimento continuado na base de clientes de cabo e de uma redução no número de clientes de satélite. O número de clientes que subscrevem o pacote digital da ZON aumentou em 113,8 mil em 2008, para 496 mil subscritores. No final de 2008, 91 mil ZON Box tinham sido instaladas em casa dos clientes (100 mil em meados de Janeiro de 2009), uma indicação clara da forma como os clientes ZON aderiram às funcionalidades entusiasmantes de TV como os canais de Alta Definição, gravador de vídeo pessoal e o novo guia de programação electrónico.

A ZON foi o operador de Banda Larga que capturou a maior fatia de crescimento do mercado Português em 2008 com 78,8 mil adições líquidas, o nível mais elevado dos últimos 5 anos, ultrapassando claramente os objectivos. No final de 2008, a ZON tinha 479 mil clientes de Banda Larga (penetração de 43,5% da base de clientes de cabo), aumentando a sua quota de mercado de 26,5% no final de 2007 para 28,9% no final de 2008. A 7 de Janeiro de 2009, a ZON reforçou novamente a sua liderança nas velocidades de Banda Larga com o lançamento do ZON NET WIDEBAND, um serviço de acesso à Internet de alta velocidade, oferecendo uma velocidade de *download* de 100 Mbps, velocidade de *upload* de 4Mbps e tráfego ilimitado. Este serviço é suportado por uma rede híbrida de fibra óptica e coaxial, baseada no EURODOCSIS 3.0.

Em Janeiro de 2009, a ZON lançou o “ZON Videoclube”, um serviço de “*video-on-demand*” que permite aos clientes escolher de entre mil filmes clássicos e êxitos de bilheteira, séries, concertos, documentários e programas infantis a preços muito competitivos.

No final de 2008, a ZON tinha 327 mil subscritores de Voz (penetração de 29,7% da base de clientes de cabo), apenas 12 meses após o lançamento massificado da campanha de portabilidade de número, representando adições líquidas de 243,6 mil clientes durante 2008, mais uma vez excedendo claramente os objectivos. Foi lançado recentemente o “ZON Mobile”, para já um serviço móvel apenas de Voz, através do acordo de MVNO estabelecido com a Vodafone, sendo que a adesão de clientes está a aumentar regularmente, atingindo mais de 7 mil clientes no final de 2008. Os serviços de banda larga móvel e *homezoning* serão lançados durante o 1S09.

## Execução da Estratégia

## II. Atingir a Excelência na Relação com o Cliente e nas Operações

O sucesso comercial e operacional da ZON é apoiado por um esforço contínuo para melhorar a eficiência organizacional, afectando estruturas e processos das áreas de *front* e de *back-office*. Durante 2008, algumas das principais áreas onde incidiu o enfoque neste sentido foram a melhoria no serviço ao cliente através da implementação de uma plataforma telefónica *inbound* unificada, consolidação de todas as funções de *call-centre* e *back-office* em três localizações, certificação de prestadores de serviços, programas de formação para forças de vendas internas e externas, e implementação de mais funcionalidades de *self-care* através do *website* comercial da ZON.

A implementação progressiva de melhores sistemas e processos está a fazer com que a ZON esteja equipada com uma plataforma mais sólida para acomodar o forte e continuado crescimento das operações, excelência técnica e inovação no negócio, enquanto que o serviço e satisfação do cliente permanecem a principal prioridade em todos os níveis da empresa. Foi implementado um único número de *call-centre* (16990), e ao longo de 2008 os indicadores têm mostrado que a ZON está no caminho certo – por exemplo, a taxa de problemas resolvidos com apenas uma chamada duplicou, passando de 44% para 88%.

Finalmente, a marca ZON, que tem pouco mais que um ano, distinguiu-se num estudo conduzido pela GfK. Este estudo mostra que a marca “ZON TVCabo” lidera claramente a notoriedade espontânea, com uns notáveis 86% nos serviços de TV e 57% nos pacotes *Triple Play*. Quanto aos atributos da marca, 71% dos clientes de TV por Subscrição e 66% dos clientes de Banda Larga inquiridos acreditam que a ZON “se preocupa com os seus clientes”; 73% dos clientes de TV por Subscrição e 69% dos clientes de Banda Larga inquiridos estavam satisfeitos com a qualidade dos serviços proporcionados pela ZON.

## Execução da Estratégia

## III. Capturar Novas Oportunidades de Crescimento

Em Novembro de 2008, a Autoridade da Concorrência aprovou a aquisição por parte da ZON de duas empresas de cabo regionais, as operações da Parfitel e a TVTel, aquisições que tinham sido originalmente anunciadas em Agosto de 2007 e Janeiro de 2008, respectivamente.

Os resultados operacionais e financeiros destas empresas foram consolidados a partir de Novembro de 2008. A tabela seguinte apresenta os destaques operacionais da ZON sem o contributo das aquisições (que serve de base à presente análise operacional) e os destaques operacionais totais da ZON, incluindo as empresas adquiridas.

Com estas duas aquisições a ZON reforça a sua liderança no mercado de TV por Subscrição, adicionando um total líquido de 66 mil clientes em 2008, bem como a sua posição como o segundo operador na Banda Larga com mais de 500 mil clientes, e acelerando o crescimento de quota de mercado na Voz.

A integração operacional completa da Parfitel e TVTel está em curso, permitindo assim à ZON alargar a sua oferta comercial, mais extensa, de serviços e funcionalidades. Para além disto, a integração de sistemas e redes irá permitir à ZON extrair um nível significativo de sinergias, algumas das quais produzirão efeitos já em 2009.

Tabela 4.  
Impacto das Aquisições nos Indicadores de Negócio ('000)

	4T08 ZON	Contribuição das Aquisições	4T08 Total
RGUs	2,834.3	147.9	2,982.2
Subscritores	1,525.1	88.5	1,613.5
TV Digital	495.8	0.0	495.8
Banda Larga	479.0	40.0	519.0
Voz Fixa	327.1	19.4	346.6
Voz Móvel	7.2	0.0	7.2

## Suportada por uma Rede *state-of-the-art*

Para além de incrementar a cobertura geográfica, a ZON continua a investir na melhoria da largura de banda e na eficiência com a implementação do Docsis 3.0 e *cell-splitting*, uma actualização que permitiu à ZON ser o primeiro operador a lançar uma oferta de Banda Larga de 100Mbps.

Durante 2008, a ZON iniciou a implementação do EURODOCSIS 3.0, que permite a oferta de velocidades de banda ultra-larga e já está disponível em 270 mil lares em Lisboa e no Porto. A cobertura nacional será atingida até final do ano de 2009, o que significa que os cerca de 3 milhões de casas passadas poderão ter WIDEBAND. O lançamento da WIDEBAND posiciona a ZON como o claro líder tecnológico no acesso à Internet em Portugal e entre os primeiros operadores a nível mundial a lançar comercialmente serviços de Internet de próxima geração.

O número de casas passadas registou um aumento líquido de 91,2 mil casas, elevando o total para 2.844 mil casas.

## Audiovisuais e Cinema

A ZON Lusomundo Cinemas encontra-se na vanguarda da inovação entre os operadores de cinema quer em Portugal, quer no resto do mundo. Com 213 salas espalhadas pelo país, a ZON Lusomundo tem vindo a investir de forma progressiva na melhoria das suas salas com tecnologia digital e 3D, sendo que, no final de 2008, 23 salas estavam já equipadas com tecnologia digital, das quais 21 já usufruíam também de sistemas 3D. Adicionalmente, a ZON Lusomundo foi a pioneira em Portugal no lançamento, em cada cinema, de pontos de venda integrados de bilhetes e *merchandising*, conduzindo assim a uma importante redução de custos com pessoal e despesas imobiliárias.

Os indicadores chave do negócio de cinema reflectem um aumento em 2008 de 1,2% no número total de bilhetes vendidos, ascendendo a 8.289 mil. Contudo, é de destacar que cada bilhete vendido gerou um contributo adicional de 3,4% das receitas médias por bilhete, de 4,1 euros por bilhete.

Durante a época natalícia a ZON lançou um programa único de retenção de clientes, o “*myZONcard*”, o qual visa recompensar os clientes mais fiéis de TV por Subscrição. Este cartão permite aos clientes, que sejam subscritores há pelo menos um ano, receber um bilhete grátis na compra de outro, com um limite mensal de 8 filmes e anual de 52 filmes. Esta iniciativa só foi possível recorrendo à rede de salas de cinema líder de mercado da ZON Lusomundo e foi criada com o intuito de demonstrar aos clientes o quanto a sua lealdade é valorizada.

A divisão dos Audiovisuais continuou a fortalecer a sua posição dominante no mercado português, assegurando em 2008, mais uma vez, um importante papel na distribuição e venda de êxitos de bilheteira e filmes premiados, de entre os quais poderemos destacar “*Mamma Mia*”, “*Madagáscar 2*” ou “*Panda do Kung Fu*”. A posição da ZON Lusomundo no segmento dos audiovisuais é determinada pelo sucesso do relacionamento de longevidade que mantém com as grandes *majors* internacionais e com estúdios de cinema independentes, aliada a um excelente histórico em termos de *marketing*. Durante os meses de verão, a ZON demonstrou novamente as suas fortes capacidades de *marketing* com o lançamento de “*Mamma Mia*”, o êxito de bilheteira que quebrou todo os recordes até ao momento. Alternativamente ao lançamento do filme “*Mamma Mia*” nos principais cinemas urbanos, a ZON fez um *roadshow* de antestreias deste filme em cidades suburbanas e do interior do país, durante o final de Agosto e início de Setembro. A iniciativa foi um estrondoso sucesso e ajudou a criar uma maior publicidade em redor das estreias cidadinas realizadas uns dias mais tarde, em Setembro.

## 3. Demonstração de Resultados Consolidados

Tabela 5.  
Demonstração de Resultados (Milhões de Euros)

	4T07	4T08	4T08 / 4T07	2007	2008	2008 / 2007
<b>Receitas de Exploração</b>	<b>188.1</b>	<b>206.2</b>	<b>9.6%</b>	<b>715.7</b>	<b>776.6</b>	<b>8.5%</b>
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	163.2	180.1	10.3%	629.5	688.2	9.3%
Audiovisuais	18.4	19.1	4.0%	61.8	63.7	3.0%
Exibição Cinematográfica	12.3	13.3	8.0%	46.2	49.2	6.6%
Outros e Eliminações	(5.8)	(6.3)	8.7%	(21.9)	(24.6)	12.4%
<b>Custos Operacionais, Excluindo Amortizações</b>	<b>138.9</b>	<b>148.0</b>	<b>6.5%</b>	<b>495.5</b>	<b>532.1</b>	<b>7.4%</b>
Custos com Pessoal	14.1	16.7	18.6%	44.3	52.7	19.1%
Custos Directos dos Serviços Prestados	58.7	61.6	5.0%	221.9	239.2	7.8%
Custos Comerciais <sup>(1)</sup>	20.6	26.3	27.9%	61.0	69.1	13.3%
Outros Custos Operacionais	45.5	43.3	(4.8%)	168.3	171.1	1.7%
<b>EBITDA <sup>(2)</sup></b>	<b>49.2</b>	<b>58.2</b>	<b>18.3%</b>	<b>220.2</b>	<b>244.5</b>	<b>11.0%</b>
Margem EBITDA	26.2%	28.2%	2.1pp	30.8%	31.5%	0.7pp
Amortizações	40.6	48.4	19.0%	122.1	140.4	15.0%
<b>Resultado Operacional <sup>(3)</sup></b>	<b>8.6</b>	<b>9.9</b>	<b>14.9%</b>	<b>98.1</b>	<b>104.0</b>	<b>6.0%</b>
Outros Custos / (Proveitos)	16.4	3.3	(79.9%)	24.1	4.1	(83.1%)
<b>EBIT (Resultado Antes de Resultados Financeiros e Impostos)</b>	<b>(7.8)</b>	<b>6.6</b>	<b>(184.1%)</b>	<b>74.1</b>	<b>100.0</b>	<b>35.0%</b>
Custos / (Ganhos) Financeiros Líquidos	(1.5)	8.5	(671.9%)	3.7	25.9	n.a.
<b>Resultado Antes de Impostos e Interesses Minoritários</b>	<b>(6.3)</b>	<b>(1.9)</b>	<b>(70.4%)</b>	<b>70.4</b>	<b>74.1</b>	<b>5.2%</b>
Imposto Sobre o Rendimento	4.0	(0.5)	(112.1%)	(18.3)	(22.5)	23.2%
<b>Resultado das Operações Continuadas</b>	<b>(2.4)</b>	<b>(2.4)</b>	<b>(0.1%)</b>	<b>52.1</b>	<b>51.6</b>	<b>(1.1%)</b>
Interesses Minoritários	(0.4)	(0.6)	33.7%	(2.8)	(3.6)	28.4%
<b>Resultado Consolidado Líquido</b>	<b>(2.8)</b>	<b>(2.9)</b>	<b>n.a.</b>	<b>49.3</b>	<b>47.9</b>	<b>(2.8%)</b>

Nota: as contas de 2008 incluem a consolidação da TVTel e das operações da ParfiteL desde Novembro de 2008. Os números referentes a 2007, conforme reexpresso.

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

(2) EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações;

(3) Resultado Operacional = 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.

### 3.1 – Receitas de Exploração

As **Receitas de Exploração** aumentaram 8,5% no ano de 2008 para 776,6 milhões de euros, tendo o crescimento anual no 4T08 acelerado para 9,6%. As Receitas de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz aumentaram 9,3% em 2008, apoiadas por um forte crescimento dos RGUs, um acréscimo contínuo do ARPU e pela venda grossista de conteúdos e canais a outros operadores, acelerando também o seu crescimento no 4T08 para 10,3% face ao período homólogo.

**Os Audiovisuais e o Cinema** viram as suas receitas aumentar 3% e 6,6% para 63,7 milhões de euros e 49,2 milhões de euros, respectivamente, apoiadas por vendas de DVD mais elevadas e pela distribuição e exibição de uma maior quota dos grandes êxitos de bilheteira, relativamente a 2007.

## 3.2 – EBITDA

O **EBITDA** atingiu 244,5 milhões de euros no ano de 2008, um acréscimo de 11%, de 220,2 milhões de euros em 2007, representando uma margem EBITDA de 31,5%. O EBITDA no 4T08 teve um aumento anual de 18,3% para 58,2 milhões de euros. A ZON tem vindo a implementar vários projectos de eficiência ao nível dos custos, os quais já permitiram poupanças significativas em áreas como rede, TI, apoio ao cliente e FSEs. Em particular, merece destaque a implementação dos novos *call centres* e a internalização de pessoal e de funções administrativas que se encontravam até 30 de Junho de 2008 em *outsourcing*, gerando poupanças significativas. Contudo, os custos operacionais estão a aumentar impulsionados por uma actividade comercial significativamente mais elevada, embora a um ritmo menor que as receitas. Isto é ilustrado pelo indicador de Custos Médios Mensais por RGU, que decresceu 7.3% em 2008, para 14.1 euros, de 15.2 euros em 2007.

## 3.3 – Custos Operacionais Consolidados

**Os Custos com Pessoal** foram de 52,7 milhões de euros em 2008, 19,1% mais elevados que em 2007, conduzidos principalmente pela anteriormente mencionada internalização de funções (nomeadamente tarefas administrativas e de pessoal), que no passado eram fornecidas em regime de *outsourcing*, e pelas mudanças organizacionais resultantes do processo de *spin-off*. Durante o ano de 2008, a ZON teve uma média de 1545 colaboradores (618 dos quais na ZON Lusomundo Cinemas), comparativamente com uma média de 1405 durante 2007 (583 dos quais na ZON Lusomundo Cinemas). Adicionalmente, foram registados no 4T08 os encargos relacionados com a primeira tranche do recém implementado plano de acções para colaboradores, ascendendo estes a 2 milhões de euros.

**Os Custos Directos** aumentaram 7,8% para 239,2 milhões de euros em 2008, sendo que o item mais relevante foi Custos com Programação, os quais aumentaram anualmente 12,2% para 175,2 milhões de euros devido aos custos mais elevados com conteúdos *premium*, cinematográficos e desportivos, e ao lançamento de vários canais novos (Caça e Pesca, SportTV HD, Disney Cinemagic, MOV HD, TVCine4 HD, entre outros). Os Outros Custos Directos decresceram 2,7% para 63,9 milhões de euros.

**Os Custos Comerciais** ascenderam a 69,1 milhões de euros, um acréscimo de 13,3% comparativamente com 2007, impulsionados pela actividade comercial mais elevada a qual afectou as comissões pagas e o nível de marketing e publicidade.

**Os Outros Custos Operacionais** registaram um aumento de 1,7% para 171,1 milhões de euros, reflectindo um ritmo de crescimento inferior ao total de Custos Operacionais. Dentro deste item de custos, as alterações mais relevantes foram sentidas em termos de Fornecimentos e Serviços Externos, maioritariamente devido ao aumento de activações de clientes, custos relacionados com o apoio ao cliente (+16,3% para 77,3 milhões de euros) e Provisões (+8,4% para 13,3 milhões de euros) principalmente como consequência de um maior número de RGU's (+17,5%). Em 2008, foi sentida uma redução de 17,5% para 19,9 milhões de euros em termos de custos com manutenção e reparação, com origem numa maior eficiência operacional e renegociações com os principais prestadores de serviços.

## 3.4 – Resultado Líquido

O **Resultado Consolidado Líquido** foi de 47,9 milhões de euros em 2008, representando um decréscimo de 2,8% comparativamente com 2007.

**As Amortizações de Imobilizado Corpóreo e Incorpóreo** em 2008 foram de 140,4 milhões de euros, 15% mais elevadas do que as amortizações registadas em 2007, resultantes da

depreciação de investimentos operacionais mais elevados durante o ano, nomeadamente CAPEX de equipamento terminal de cliente, e contratos de longo prazo. Para além disto, foi registada no 4T08 uma imparidade antes de impostos de 2,7 milhões de euros, representando o valor estimado da imparidade resultante duplicação de rede de cabo originada pelas aquisições da TVTel e das operações da Parfitel.

**Os Outros Custos** em 2008 ascenderam a 4,1 milhões de euros, principalmente relacionados com os custos incorridos com a integração da TVTel e das operações da Parfitel, e com o reconhecimento de custos relacionados com o programa de iniciativa governamental “e-escolinhas”. Estes valores comparam com 24,1 milhões de euros em 2007, os quais resultaram maioritariamente do reconhecimento de uma provisão para custos relacionados com o *spin-off* de aproximadamente 15 milhões de euros no 4T07.

**Os Custos Financeiros Líquidos** em 2008 aumentaram para 25,9 milhões de euros, o que compara com 3,7 milhões de euros em 2007. Esta alteração reflecte uma combinação de: (i) um aumento dos encargos com juros líquidos de 11 milhões de euros devido ao nível mais elevado de dívida média bruta e ao ambiente de taxas de juro mais elevadas; (ii) uma redução nos ganhos em activos financeiros em 2008 de 4,2 milhões de euros explicadas pelo Resultado Consolidado Líquido Acumulado Negativo das operações da TVTel e Parfitel de aproximadamente 4 milhões de euros, o qual foi registado como Activos Financeiros anteriormente à aprovação das aquisições obtida em Novembro de 2008; (iii) registo de ganhos em 2007 de 2,2 milhões de euros devido à liquidação financeira de *equity swaps*.

**O Imposto sobre o Rendimento** foi de 22,5 milhões de euros em 2008, um acréscimo de 23,2% comparativamente com 2007, representando 30,4% do Resultado Líquido Antes de Impostos.

**Os Interesses Minoritários** ascenderam a 3,6 milhões de euros; um acréscimo de 28,4% comparado com 2007, e incluem sobretudo os lucros atribuíveis a accionistas minoritários na Cabo TV Madeirense, S.A., Cabo TV Açoreana, S.A. e Pro Share.

## 4. CAPEX e Cash Flow

### 4.1 CAPEX

Tabela 6.  
**CAPEX** (Milhões de Euros)

	4T07	4T08	4T08 / 4T07	2007	2008	2008 / 2007
Infra-estrutura TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	23.6	26.2	10.8%	68.5	76.0	11.0%
Equipamento Terminal	3.8	18.0	376.2%	14.3	53.1	271.2%
Outros	7.8	4.8	(38.7%)	16.6	16.4	(1.4%)
<b>CAPEX Recorrente</b>	<b>35.2</b>	<b>49.0</b>	<b>39.1%</b>	<b>99.4</b>	<b>145.5</b>	<b>46.4%</b>
Contratos de Longo Prazo	29.0	0.0	n.a.	28.9	0.4	n.a.
Outros Itens Não Recorrentes	21.7	4.2	n.a.	21.7	14.9	n.a.
<b>CAPEX Total</b>	<b>85.8</b>	<b>53.2</b>	<b>(38.0%)</b>	<b>150.0</b>	<b>160.8</b>	<b>7.2%</b>

O **CAPEX Recorrente** em 2008 foi de 145,5 milhões de euros, 18,7% das Receitas de Exploração, representando um aumento de 46,4% em relação a 2007. O nível mais elevado de CAPEX Recorrente é explicado principalmente pelo investimento significativamente mais elevado em equipamento terminal, nomeadamente as novas ZON Box, que é capitalizado e amortizado ao longo do tempo médio de vida do equipamento terminal de *Triple Play*, de forma a acompanhar o crescimento do número de subscritores. Este CAPEX é impulsionado pela adesão de subscritores, tratando-se de um investimento variável, e consequentemente pode ser ajustado de forma a reflectir o nível de actividade comercial. Os Outros Itens Não Recorrentes incluídos no CAPEX Total estão maioritariamente relacionados com a aquisição de um sistema ERP da SAP no 2T08, incluindo licenças e actualizações, o qual ascendeu a 7,5 milhões de euros e ainda com os investimentos efectuados no 4T08 na nova localização dos *call centres* em Lisboa e Porto.

Tabela 7.  
**Cash Flow** (Milhões de Euros)

	4T07	4T08	4T08 / 4T07	2007	2008	2008 / 2007
EBITDA menos CAPEX	(36.6)	5.0	(113.8%)	70.2	83.6	19.0%
Itens Não Monetários Incluídos no EBITDA <sup>(1)</sup>	27.5	0.8	(97.1%)	36.2	10.2	(71.9%)
Variação do Fundo de Maneio	72.0	5.8	(91.9%)	50.6	(59.0)	n.a.
<b>Cash Flow Operacional</b>	<b>63.0</b>	<b>11.7</b>	<b>(81.4%)</b>	<b>157.0</b>	<b>34.8</b>	<b>(77.9%)</b>
Juros Pagos (Líquidos)	0.6	(16.6)	n.a.	(4.0)	(20.6)	n.a.
Impostos Sobre o Rendimento	(1.1)	(2.7)	n.a.	(3.5)	(6.1)	71.0%
Liquidação Financeira de Equity Swap	0.0	0.0	n.a.	2.2	0.0	(100.0%)
Contratos de Longo Prazo	(10.9)	(29.4)	170.7%	(45.1)	(119.9)	166.0%
Aquisição de Investimentos Financeiros	0.0	(115.7)	n.a.	0.0	(148.2)	n.a.
Aquisição de Acções Próprias	0.0	(6.3)	n.a.	0.0	(89.6)	n.a.
Dividendos	0.0	0.0	n.a.	(95.3)	(153.2)	60.7%
Outros Movimentos	0.0	(3.5)	n.a.	(4.2)	2.7	(164.5%)
<b>Free Cash-Flow</b>	<b>51.6</b>	<b>(162.5)</b>	<b>n.a.</b>	<b>7.0</b>	<b>(500.1)</b>	<b>n.a.</b>

(1) Este item inclui essencialmente provisões *non-cash* incluídas no EBITDA.

## 4.2 – Cash Flow Operacional

O **EBITDA – CAPEX** aumentou 19% em 2008 para 83,6 milhões de euros e ajustando com os itens não monetários incluídos no CAPEX, EBITDA – Cash CAPEX ascendeu a 93,9 milhões de euros em 2008. Após a Variação do Fundo de Maneio, o Cash Flow Operacional foi de 34,8 milhões de euros em 2008, um decréscimo dos 157 milhões de euros registados em 2007, devido principalmente à reversão de uma variação negativa de Fundo de Maneio de 72 milhões de euros no 4T07, relacionada maioritariamente com o processo de *spin-off*. As Variações de Fundo de Maneio tendem a compensar-se ao longo de períodos de tempo mais longos, como acontece no caso dos últimos 24 meses, com um investimento total em Fundo de Maneio de 8,5 milhões de euros.

## 4.3 - Free Cash Flow

O **Free Cash Flow** foi negativo em 500,1 milhões de euros em 2008, o que poderá ser explicado por: (i) pagamento de dividendos no valor de 153,2 milhões de euros; (ii) aquisição dos quatro operadores de cabo regionais, a TVTel e as operações da Parfitel, e de 6,21% da TVCabo

Madeira por 4,1 milhões de euros, com um total de fluxo de saída de caixa a ascender a 148,2 milhões de euros; (iii) pagamentos no valor de 119,9 milhões de euros, relacionados com compromissos de longo prazo registados no Balanço Consolidado, nomeadamente de contratos de telecomunicações, *transponders* e conteúdos; (iv) aquisição de acções próprias no âmbito do programa de recompra de acções, o qual ascendia a 89,6 milhões de euros; (v) pagamento de juros no valor de 20,6 milhões de euros em 2008 impulsionado pelo aumento médio dos níveis de dívida bruta e pelo ambiente de taxas de juro mais elevadas. É importante realçar que os impostos *cash* efectivamente pagos são inferiores ao Imposto Sobre o Rendimento registado na Demonstração de Resultados devido ao facto de existirem subsidiárias da ZON Multimédia que têm prejuízos fiscais reportáveis. O saldo de prejuízos fiscais reportáveis remanescentes no final de 2008 era de aproximadamente 148 milhões de euros.

## 5. Balanço Consolidado

Tabela 8.  
Balanço Consolidado (Millions of Euros)

	2007	2008
<b>Activo Corrente</b>	<b>250.7</b>	<b>295.6</b>
Caixa e Equivalentes de Caixa	66.9	63.4
Contas a Receber	108.6	162.8
Existências	29.9	31.3
Impostos a Recuperar	11.8	25.2
Custos Diferidos e Outros Activos Correntes	33.6	12.9
<b>Activo não Corrente</b>	<b>735.3</b>	<b>1,027.5</b>
Investimentos em Empresas Participadas	18.5	6.0
Activos Intangíveis	259.7	372.8
Activos Tangíveis	347.7	468.0
Activos por Impostos Diferidos	76.5	57.7
Outros Activos não Correntes	32.9	123.0
<b>Total do Activo</b>	<b>986.1</b>	<b>1,323.1</b>
<b>Passivo Corrente</b>	<b>440.1</b>	<b>597.4</b>
Dívida de Curto Prazo	124.5	317.1
Contas a Pagar	230.2	181.1
Acréscimos de Custos	53.9	67.7
Proveitos Diferidos	6.3	5.0
Impostos a Pagar	10.9	14.3
Provisões e Outros Passivos Correntes	14.3	12.4
<b>Passivo Não Corrente</b>	<b>160.6</b>	<b>533.9</b>
Dívida de Médio e Longo Prazo	139.5	510.1
Provisões e Outros Passivos não Correntes	21.2	23.8
<b>Total do Passivo</b>	<b>600.7</b>	<b>1,131.3</b>
Capital Próprio antes de Interesses Minoritários	375.7	182.7
Capital Social	3.1	3.1
Acções Próprias	0.0	(89.6)
Reservas e Resultados Transitados	323.3	221.3
Resultado Líquido	49.3	47.9
Interesses Minoritários	9.6	9.0
<b>Capital Próprio</b>	<b>385.3</b>	<b>191.7</b>
<b>Total do Passivo e Capital Próprio</b>	<b>986.1</b>	<b>1,323.1</b>



## 5.1 – Estrutura de Capital

A 31 de Dezembro de 2008, a Dívida Financeira Líquida cifrava-se em 552,5 milhões de euros, representando um aumento de 529 milhões de euros, ao longo do ano, dos quais 500.1 milhões de euros se encontram explicados na secção anterior de *Free Cash Flow* (tabela 7). Com as aquisições da TVTel e das operações da Parfitel, a ZON consolidou a dívida líquida destas empresas, aumentando assim a Dívida Líquida consolidada em 28,9 milhões de euros no final de 2008. A dívida financeira é representada principalmente por papel comercial com maturidades entre 1, 2, 4 e 5 anos e ainda por acordos de *equity swap* (que ascendem a 84,1 milhões de euros) utilizados para financiar o Programa de Recompra de Acções Próprias, o qual ascendia a 89,6 milhões de euros. Das linhas de papel comercial existentes, 200 milhões de euros foram renegociados em Outubro de 2008, aumentando assim a maturidade média da nossa Dívida Financeira Líquida.

O Rácio de Alavancagem Financeira, ou *Net Gearing*, (Dívida Financeira Líquida / Dívida Financeira Líquida + Capital Próprio) no final de 2008 era de 74,2% e o rácio Dívida Financeira Líquida / EBITDA atingiu 2,3x. A Dívida Líquida Total incorpora compromissos com contratos de longo prazo registados como Passivo no Balanço Consolidado, sendo que os mais relevantes são contratos de longo prazo de telecomunicações, *transponders* e conteúdos.

Tabela 9.  
Dívida Financeira Líquida (Milhões de Euros)

	2007	2008	2008 / 2007
<b>Dívida de Curto Prazo</b>	<b>85.1</b>	<b>287.0</b>	<b>237.5%</b>
Empréstimos Bancários e Outros	84.5	282.6	234.5%
Locações Financeiras	0.6	4.5	n.a.
<b>Dívida de Médio e Longo Prazo</b>	<b>5.4</b>	<b>389.4</b>	<b>n.a.</b>
Empréstimos Bancários	3.5	385.9	n.a.
Locações Financeiras	1.9	3.5	89.0%
<b>Dívida Total</b>	<b>90.4</b>	<b>676.4</b>	<b>n.a.</b>
Caixa, Equivalentes de Caixa e Empréstimos Intra-Grupo	66.9	123.9	85.2%
<b>Dívida Financeira Líquida</b>	<b>23.5</b>	<b>552.5</b>	<b>n.a.</b>
<b>Rácio de Alavancagem Financeira (1)</b>	<b>5.8%</b>	<b>74.2%</b>	<b>n.a.</b>
<b>Dívida Financeira Líquida / EBITDA</b>	<b>0.1x</b>	<b>2.3x</b>	<b>n.a.</b>

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

## 6. Remuneração Accionista

**Programa de Recompra de Acções Próprias:** Em Março, a ZON começou a comprar acções próprias no âmbito do Programa de Recompra de Acções Próprias anteriormente anunciado. No final de Dezembro de 2008, a ZON tinha comprado um total de 14.313.730 acções, representando 4,63% do seu capital social, das quais 13.607.079 acções foram adquiridas ao abrigo de acordos de *equity swap* estabelecidos com instituições financeiras. Como tal, a 31 de Dezembro, o capital social da ZON era representado por 309.096.828 acções, e o

número total de acções representativas dos direitos de voto da ZON ascendia a 294.783.098 acções. São publicados regularmente comunicados detalhados relacionados com este Programa, que podem ser encontrados no nosso *website* institucional em [www.zon.pt/ir](http://www.zon.pt/ir).

**Dividendos:** O Conselho de Administração da ZON aprovou uma proposta de dividendo ordinário de 16 cêntimos por acção, representando um rácio de *payout* próximo de 100%, claramente a prémio face às suas congéneres. Esta proposta será sujeita a aprovação final pela Assembleia Geral a realizar no dia 28 de Abril de 2009.

## 7. 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.

## 8. 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](mailto:ir@ZON.pt)

**Imprensa:** Paulo Camacho / Irene Luís  
Tel.: 21 782 48 07 / E-mail: [comunicacao.corporativa@ZON.pt](mailto:comunicacao.corporativa@ZON.pt)



**Conference call** scheduled for 15h30 GMT

**Conference ID:** 85255178

**Portugal Free Call:** 800 812 040

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

**Encore RePlay Access Number:** 85255178# **International Dial In:** +44 (0) 1452 550 000

**UK Dial In:** 0800 953 1533

**USA Dial In:** 1866 247 4222