

ZON MULTIMÉDIA
SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES E MULTIMÉDIA SGPS, SA

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS PRIMEIRO SEMESTRE 2010



29 JULHO 2010

1. DESTAQUES 2T10

Tabela 1.

Destques 2T10	2T09	2T10	2T10 / 2T09
Operacionais ('000)			
Cientes de <i>Triple Play</i>	391.0	571.9	46.3%
% Clientes Cabo com <i>Triple Play</i>	33.2%	49.0%	15.9pp
RGUs ⁽¹⁾	3,250.8	3,693.7	13.6%
ARPU Global (Euros)	33.6	35.6	6.2%
Financeiros (Milhões de Euros)			
Receitas de Exploração ⁽²⁾	197.4	216.2	9.5%
EBITDA ⁽²⁾	65.8	76.2	15.9%
Margem EBITDA ⁽²⁾	33.3%	35.3%	1.9pp
Resultado Consolidado Líquido	9.6	13.6	41.7%

(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 Pacote Digital "Funtastic", Banda Larga, Voz Fixa e Mobile.

(2) Foram feitos ajustamentos às receitas de exploração e aos custos operacionais para reflectir a renegociação, no 1T09, do contrato de conteúdos da SIC, ao abrigo da qual a ZON já não é responsável pela revenda dos canais de TV por Subscrição da SIC a outros operadores, e o facto de que a partir de Janeiro de 2010 a ZON já não receber uma parcela das receitas de publicidade dos canais de TV por Subscrição da SIC. Os ajustamentos pro-forma cumulativos relativos ao 2T09 resultaram numa redução de receitas de 1,7 milhões de euros, de 1 milhão de euros em custos, de 0,8 milhões de euros no EBITDA, bem como um aumento de 0,8 milhões de euros em Outros Custos / (Proveitos), não afectando assim o Resultado Consolidado Líquido.

ENFOQUE EM CRESCIMENTO RENTÁVEL

- As Receitas de Exploração aumentaram 9,5% no 2T10 para 216,2 milhões de euros;
- O EBITDA cresceu 15,9% no 2T10 para 76,2 milhões de euros, representando uma margem EBITDA de 35,3%;
- O Resultado Líquido aumentou 41,7% no 2T10 para 13,6 milhões de euros.

QUASE 50% DE PENETRAÇÃO DE SERVIÇOS DE *TRIPLE PLAY*, IMPULSIONANDO O FORTE CRESCIMENTO DE ARPU

- 571,9 mil clientes subscrevem agora pacotes de *Triple Play*, correspondendo a 49,0% da base de clientes de cabo da ZON (crescimento anual de +46,3%);
- O ARPU Global registou um acréscimo anual de 6,2% para 35,6 euros, impulsionado pela continuação da adesão a novos serviços e pelo aumento da penetração de *Triple Play*.

LIDERANÇA NOS SERVIÇOS DE NOVA GERAÇÃO APOIADA PELO INVESTIMENTO NA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, INDEPENDÊNCIA DA REDE E EFICIÊNCIA

- Em Julho de 2010, foram atingidos 100 mil subscritores ZON Fibra;
- *Upgrade* da rede HFC da ZON para Eurodocsis 3.0 praticamente finalizado; mais de 2,8 milhões de lares estão aptos a receber banda larga de alta velocidade até 200 Mbps;
- Início da actividade do *data centre* da ZON no 2T10, e início do projecto de realocação dos *hubs* da ZON para a sua própria infraestrutura.

2. EVOLUÇÃO DO NEGÓCIO

Tabela 2.

Indicadores de Negócio ('000)	2T09	2T10	2T10 / 2T09	1S09	1S10	1S10 / 1S09
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz						
Casas Passadas	3,074.7	3,170.0	3.1%	3,074.7	3,170.0	3.1%
RGUs ⁽¹⁾	3,250.8	3,693.7	13.6%	3,250.8	3,693.7	13.6%
RGUs por Subscritor (unidades)	2.02	2.31	14.7%	2.02	2.31	14.7%
Subscritores ⁽²⁾	1,591.4	1,576.9	(0.9%)	1,591.4	1,576.9	(0.9%)
dos quais Subscritores de Cabo	1,179.0	1,166.3	(1.1%)	1,179.0	1,166.3	(1.1%)
Clientes de <i>Triple Play</i>	391.0	571.9	46.3%	391.0	571.9	46.3%
% Clientes Cabo com <i>Triple Play</i>	33.2%	49.0%	15.9pp	33.2%	49.0%	15.9pp
Clientes de <i>Double Play</i>	267.8	186.3	(30.4%)	267.8	186.3	(30.4%)
% Clientes Cabo com <i>Double Play</i>	22.7%	16.0%	(6.7pp)	22.7%	16.0%	(6.7pp)
Clientes de <i>Single Play</i>	520.2	408.1	(21.6%)	520.2	408.1	(21.6%)
% Clientes Cabo com <i>Single Play</i>	44.1%	35.0%	(9.1pp)	44.1%	35.0%	(9.1pp)
dos quais Subscritores de Satélite	412.4	410.6	(0.4%)	412.4	410.6	(0.4%)
ARPU Global (Euros)	33.6	35.6	6.2%	33.1	35.4	6.9%
Exibição Cinematográfica						
Receitas por Espectador (Euros)	4.4	4.6	5.0%	4.3	4.6	6.0%
Bilhetes Vendidos	1,729.6	1,716.6	(0.8%)	3,679.7	4,188.2	13.8%
Salas (unidades)	217	213	(1.8%)	217	213	(1.8%)

(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 Pacote Digital "Funtastic", de Banda Larga, de Voz Fixa e Mobile.

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

O *Triple Play* continua a ser um dos principais impulsionadores de crescimento e rentabilidade

Quase 1 em cada 2 clientes de cabo da ZON subscrevem pacotes de *Triple Play*. No final do 1S10, 571,9 mil subscritores eram clientes de *Triple Play*, ou seja, 49% da base de clientes de cabo, o que representa um crescimento de 180,9 mil (+46,3%) face ao 1S09.

A base de clientes da ZON tem vindo a migrar cada vez mais para pacotes de serviços múltiplos, sendo os mais relevantes os pacotes de *Triple Play*, cuja penetração da base de clientes de cabo tem vindo a aumentar rapidamente trimestre a trimestre. Pelo contrário, a penetração de clientes *Single Play* tem vindo a diminuir todos os trimestres, representando actualmente apenas 35% da base de clientes de cabo, o que compara com o valor de mais de 50% que se registava há apenas dois anos. Os restantes subscritores optam por soluções de *Double Play* (TV + Voz e TV + Banda Larga), representando actualmente cerca de 16% da base de clientes de cabo.

Em média, cada cliente da ZON subscreve um número significativamente mais elevado de serviços, com o número de RGUs por subscritor a registar um crescimento anual de 2,02 para 2,31, sendo que o número total de RGUs cresceu 13,6% face ao período homólogo, para 3.693,7.

A ZON tem defendido com sucesso a sua base de quase 1,6 milhões de clientes de TV por Subscrição. O mercado permanece muito competitivo e caracteriza-se por níveis ainda relativamente agressivos de actividade promocional. No entanto, neste ambiente competitivo desafiante, a ZON concentrou-se na aquisição e retenção de clientes de qualidade mais elevada, que se traduzem para a empresa em maiores níveis de rentabilidade e retorno sobre o investimento. O abrandamento marginal no crescimento de serviços no 2T10 também se deveu ao abrangente aumento de preços na ordem dos 2 a 3% que foi posto em prática, mas foi mais que compensado por uma melhoria significativa da rentabilidade graças a um ARPU mais elevado e também a uma abordagem mais eficiente à aquisição de clientes. Os custos médios de aquisição de subscritores estão a diminuir, devido a um *mix* de canais de distribuição mais racional. Em particular, destaca-se o aumento significativo da proporção de vendas efectuadas através de canais de distribuição mais eficazes e menos dispendiosos, que em alguns casos superaram o peso das vendas dos canais porta-a-porta, que se caracterizam por maiores custos e volatilidade, e que tendem a gerar mais *churn*. Para além disto, estão a ser envidados esforços no sentido de garantir a alavancagem dos canais de vendas reactivos, tirando partido dos contactos realizados em plataformas *incoming* de serviço ao cliente.

A melhor oferta HD com uma posição de liderança nos Conteúdos e na vanguarda da inovação

A Alta Definição representa um importante factor de diferenciação da oferta de TV por Subscrição da ZON, que actualmente conta com 15 canais emitidos em HD, o leque mais alargado do mercado Português. Foi dado particular enfoque à oferta de desporto em HD durante o Campeonato do Mundo de Futebol em Junho e Julho, com uma campanha dedicada à comunicação da posição da ZON enquanto operador com a oferta HD mais alargada e de maior qualidade do mercado. No 2T10, foram lançados mais 3 canais HD, sendo que um deles, um canal de notícias financeiras - “Económico TV HD” – encontra-se disponível exclusivamente na ZON. Os outros dois canais foram “Nat Geo Wild HD” e “Discovery Showcase HD”.

Para além disto, explorando as superiores capacidades e cobertura da sua rede HFC, a ZON lançou um canal em “True 3D” no 1T10, colocando-se na vanguarda mundial da inovação em TV. O canal pode ser visto por qualquer cliente que se encontre na zona de cobertura da rede de cabo da ZON, e que possua um aparelho de TV 3D. A tecnologia utilizada é “True 3D”, permitindo assim aos espectadores disfrutar de uma experiência 3D sem falhas, semelhante à que é possível obter nos cinemas. No 2T10, este canal transmitiu em exclusivo e em 3D dois jogos particulares da Selecção Nacional, que preparava a sua participação no Campeonato do Mundo de Futebol.

A ZON, aumentando o perfil do posicionamento da sua marca, tornou-se recentemente o principal patrocinador da primeira liga do campeonato Português de Futebol, em conjunto com a Sagres, a marca de cerveja líder em Portugal. A primeira liga passará agora a chamar-se “Liga ZON Sagres”.

Com este patrocínio, a ZON tenciona reforçar a sua liderança no mercado de TV por Subscrição, apoiando um desporto que motiva milhares de pessoas a ir aos estádios e que se encontra sempre presente no topo das audiências de TV. O reconhecimento da marca deverá aumentar significativamente com esta iniciativa, tirando partido do posicionamento inovador da ZON em termos de Alta Definição e experiência televisiva em 3D.

No que concerne à oferta de base de gama de TV por Subscrição lançada no início do ano, tem conhecido uma progressão assinalável em termos de adesão de clientes, contando já com cerca de 20 mil subscritores nos seus primeiros 6 meses, no final do 2T10. O *marketing* das novas ofertas foi muito selectivo, tendo as campanhas sido efectuadas em programas da manhã ou da tarde nos canais de acesso livre, concentrando-se em segmentos de mercado que actualmente não são clientes de serviços de TV por Subscrição, minimizando-se assim o risco de que clientes actuais, subscritores de pacotes de maior valor, efectuem um *downgrade*.

A proporção de clientes que dispõe de serviços digitais continua a aumentar. No final do 1S10, 740 mil ZON Box tinham já sido instaladas, permitindo assim a um crescente número de clientes beneficiar de uma experiência digital HD e das diversas funcionalidades lançadas através da plataforma de TV por Subscrição. Foram envidados esforços adicionais no sentido de reduzir o custo médio do equipamento terminal instalado em casa dos clientes, através da renegociação dos termos de compra, e de um aumento no nível do equipamento que é reacondicionado e reinjectado no sistema logístico.

Continuando a complementar a sua oferta, no 2T10 a ZON lançou diversos *widgets* baseados na Internet e adaptados à sua plataforma de TV por cabo, permitindo aos clientes aceder a funcionalidades informativas de grande utilidade apenas ao carregar num botão no comando da televisão, enquanto assiste a um programa. Entre os primeiros *widgets* a serem lançados encontram-se o “Mundial”, com actualizações de informação sobre o Campeonato do Mundo, “Quiosque”, com actualizações de cabeçalhos de notícias, “Photo”, permitindo o acesso a imagens nas plataformas Picasa ou Flickr, para além de *widgets* com informação metereológica (Accuweather), guias de programação de TV e jogos com testes de conhecimento. Os novos *widgets* provaram ser extremamente populares: mais de 270 mil ZON Box acederam ao serviço durante o primeiro mês, com mais de 5,5 milhões de clicks nas primeiras 23 horas de utilização.

A plataforma de VoD da ZON, que conta actualmente com mais de 3 mil títulos, continua a registar uma evolução trimestral interessante, apesar de ainda representar uma proporção relativamente pequena das receitas totais provenientes de subscritores. Em média, cada filme visionado representa uma receita adicional de 3 euros. Têm sido lançados novos conteúdos e funcionalidades, estando previstos mais lançamentos, que irão estimular a utilização do VoD e conseqüentemente gerar receitas adicionais de TV.

O operador com a maior Rede de Nova Geração em Portugal

A clara vantagem da ZON em termos de cobertura de Redes de Nova Geração, e a sua superioridade tecnológica abrangente reflectem-se nos seus resultados: em Julho foi atingida a marca dos 100 mil clientes com ofertas de Internet de Banda Larga de velocidade igual ou superior a 50 Mbps, representando 15% da base de clientes de Banda Larga. De acordo com dados publicados pelo regulador, referentes ao final do 1T10, a quota de mercado implícita da ZON em serviços de Nova Geração já atingia os 59%, o que implica que a soma dos clientes de todos os outros operadores de Banda Larga era inferior ao número de clientes da ZON. Ao todo, o número de clientes de Banda Larga da ZON aumentou 13,6% para 650,1 mil, representando uma taxa de penetração da base de cabo de 56%.

No 2T10, a ZON lançou um novo “ZON HUB”. O “ZON HUB” é o sofisticado *gateway* para Voz e Banda Larga até 200 Mbps, que permite ligações *wireless* de elevada velocidade por toda a casa, para além de funcionalidades tipo PBX, adaptáveis às necessidades de pequenas empresas.

Em termos de WiFi, a solução com base nos clientes da ZON, “ZON FON”, tem provado ser um enorme sucesso. Já existem em Portugal mais de 100 mil pontos de acesso, a mais extensa rede sem fios do país, permitindo acesso grátis a todos os utilizadores de Banda Larga da ZON. Os clientes podem

também aceder a quase 2 milhões de pontos de acesso internacionais das redes da sua parceira FON, como por exemplo a British Telecom no Reino Unido. O ZON HUB de nova geração integra tecnologia *hotspot* ZON FON, fornecendo assim facilmente uma plataforma para que a rede WiFi ZON FON se expanda significativamente nos próximos trimestres.

No 1S10, a ZON lançou ainda um sistema de Protecção de Internet, em parceria com a F-Secure, uma das empresas líderes mundiais na área da segurança informática. Com um custo mensal de 1,99 euros, o serviço proporciona uma solução de segurança integrada, partilhável entre 3 computadores domésticos, incluindo anti-vírus, anti-spyware, anti-spam e funcionalidades de controlo parental.

Continuação do crescimento na adesão à Voz Fixa

O número de clientes que subscrevem os serviços de Voz Fixa da ZON continua a aumentar, ascendendo a 692 mil no final do 1S10, representando 58% da base de clientes de cabo. Em Julho de 2010, a marca dos 700 mil clientes já tinha sido alcançada. Os perfis de tráfego permanecem muito fortes, impulsionados pelos planos tarifários atraentes, que incluem chamadas fixas ilimitadas para 30 destinos internacionais. O poder de mercado desta oferta levou a que outros concorrentes lançassem planos tarifários semelhantes durante este trimestre.

Anteriormente, o mercado total de Voz Fixa encontrava-se estagnado. Nos 6 trimestres após o lançamento do serviço de Voz Fixa da ZON, o número total de subscritores inverteu a tendência negativa de anos anteriores, sendo que a ZON foi o único operador com uma quota relevante que registou uma contribuição significativa para o crescimento líquido do mercado.

Crescimento progressivo no móvel

Os subscritores dos serviços móveis de Voz e Banda Larga aumentaram para 92,3 mil no final do 1S10, quase 3 vezes mais do que o valor registado no final do 1S09. Em termos de Banda Larga móvel, foi introduzida uma nova estrutura de tarifas, sendo que os subscritores têm acesso a uma utilização da sua placa de Banda Larga sem restrições de tráfego ou tempo, sem qualquer encargo adicional, com níveis de mobilidade reduzida ou completa. A vantagem dos novos planos tarifários é a redução da incerteza associada às facturas mensais, eliminando assim as barreiras à entrada dos segmentos de clientes mais sensíveis ao preço. Adicionalmente, foi lançada uma nova oferta de base de gama tarifada a 12,90 euros por mês, ideal para padrões de utilização moderados.

O enfoque estratégico no valor da base de clientes reflecte-se no forte desempenho do ARPU

O ARPU Global continua a registar um forte crescimento. No 1S10, o ARPU aumentou 7% para 35,4 euros, reflectindo o valor associado à estratégia da ZON de aumentar a penetração de novos serviços e pacotes de *Triple Play*. Para além disto, a ZON liderou o mercado com o anunciado aumento de preços transversal, de 2 a 3%, que entrou em vigor em 1 de Maio de 2010. Na base de clientes de cabo *multiple-play* da ZON, o ARPU registou um acréscimo de 7,5% para 38,8 euros no 2T10, o que compara com um aumento de 0,8% na sua base de clientes de Satélite.

Upgrade da rede para Eurodocsis 3.0 praticamente finalizado, cell splitting e implementação de rede backbone em curso

O *upgrade* da rede da ZON para Eurodocsis 3.0 está praticamente completo, permitindo assim proporcionar velocidades de Banda Larga de até 200 Mbps a quase toda a rede de cabo. No 2T10, a ZON migrou com sucesso todos os seus sistemas para um único *data centre*, localizado na sua própria

infraestrutura, possibilitando uma maior otimização de sistemas, flexibilidade e racionalização de custos, sem interrupção das operações correntes.

A ZON continua a construir a sua própria infraestrutura de rede, para realojar *hubs* em locais próprios. De um total de cerca de 40 localizações espalhadas por Portugal, cerca de 10% já foram transferidas com sucesso para infraestruturas próprias, encontrando-se em curso negociações relativamente a contratos com fornecedores chave para permitir o realojamento dos restantes locais ao longo dos próximos dois anos. Simultaneamente, decorrem discussões sobre os termos de uma renovação parcial do actual contrato de infraestruturas com o operador incumbente, que expira em 31 de Dezembro de 2010. O investimento inicial necessário para desenvolver este projecto é mais que compensado a médio prazo com a clara melhoria na flexibilidade operacional e com a redução no *cash flow* associado a custos de infraestrutura de telecomunicações, actualmente contratada ao operador incumbente.

Audiovisuais e Cinemas

O 1S10 foi o melhor semestre de sempre para o negócio de exibição cinematográfica da ZON. No final do 1S10, todas as salas de cinema da ZON encontravam-se digitalizadas e a tecnologia de projecção em 3D estava presente em mais de 60 salas, uma média de mais de duas salas 3D por complexo de cinemas. Uma vez que o número de filmes lançados em 3D está a aumentar significativamente, a ZON tem capacidade para exhibir mais do que um filme em 3D de cada vez no mesmo complexo de cinemas, o que representa uma vantagem importante face aos principais concorrentes.

No 1S10, 26% dos bilhetes vendidos pela ZON foram para sessões em 3D. O total do mercado cresceu 7,3% no 1S10 face ao 1S09, representando um crescimento de 532.450 bilhetes. A ZON foi responsável por 95% deste crescimento, com 508.216 bilhetes, sendo que o resto do mercado manteve-se estável, e os principais concorrentes perderam quota de mercado. O número total de bilhetes de cinema vendidos pela ZON no 1S10 foi 13,8% mais elevado que no 1S09, ascendendo a quase 4,2 milhões, representando um aumento de quota de mercado de 3,1 pp para 53,7%, o que compara com uma quota de 50,6% no 1S09.

O 1T10 foi marcado por filmes de grande sucesso em termos de bilheteira, nomeadamente “Avatar”, “Alice no País das Maravilhas”, “Amar... É Complicado” e “Nas Nuvens”. No entanto, as vendas de bilhetes decaíram ligeiramente no 2T10 devido a um número comparativamente menor de filmes que pudessem constituir êxitos de bilheteira. O aumento de vendas de bilhetes da ZON foi superior ao do mercado, devido ao seu avanço significativo em termos de inovação tecnológica, permitindo-lhe exhibir conteúdos que a concorrência não tem capacidade para exhibir. Consequentemente, a ZON continua a ganhar quota de mercado em termos de bilheteira e de receitas, sem que seja necessário investimento em novas localizações.

Quanto aos Audiovisuais, o 1S10 foi também um semestre muito positivo para a evolução de receitas e quota de mercado, já que a ZON foi responsável pela distribuição de muitos dos êxitos de bilheteira que estrearam neste período. Dos filmes distribuídos no 1S10, apenas 10 excederam a barreira dos 200 mil espectadores e, de entre estes, 8 foram distribuídos pela ZON. Alguns dos principais êxitos de bilheteira distribuídos pela ZON no 1T10 foram “Alice no País das Maravilhas”, “A Princesa e o Sapo”, “Como Treinares o Teu Dragão”, “Amar... É Complicado”, e “Shutter Island”. O 2T10 foi marcado pelo lançamento de filmes como “Um Cidadão Exemplar”, “Homem de Ferro 2”, “Robin Hood”, “Príncipe da Pérsia: As Areias do Tempo” e “A Saga Twilight Eclipse”. O novo filme da Saga Twilight, lançado em 30 de Junho, constituiu a melhor estreia de sempre de um filme independente em Portugal, com mais de 50 mil espectadores.

No que diz respeito aos canais de produção própria, os canais Dreamia (uma *joint venture* com a Chello Media para a produção de dois canais de filmes e séries – Hollywood e MOV – e dois canais infantis –

Panda e Panda Biggs) registaram um forte desempenho em termos de audiências no 1S10, com um crescimento para um *share* total de 5,4%, o que compara com 4,7% no 1S09. Os canais infantis, Panda e Panda Biggs, são claros líderes de mercado no seu segmento, com 61,7% de *share* no total de audiência de canais infantis do 1S10, que por sua vez representa 13,7% da audiência total de canais de TV por Cabo.

3. DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS

Tabela 3.

Demonstração de Resultados (Milhões de Euros)	2T09	2T10	2T10 / 2T09	1S09	1S10	1S10 / 1S09
Receitas de Exploração	197.4	216.2	9.5%	394.8	429.7	8.8%
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	179.2	197.6	10.2%	356.9	390.2	9.3%
Audiovisuais	13.1	19.0	44.6%	27.4	34.5	25.9%
Exibição Cinematográfica	11.8	12.1	2.3%	24.4	27.8	13.6%
Outros e Eliminações	(6.8)	(12.4)	83.2%	(14.0)	(22.8)	63.4%
Custos Operacionais, Excluindo Amortizações	131.6	140.0	6.4%	266.4	280.1	5.2%
Custos com Pessoal	12.9	14.5	12.5%	27.5	28.8	5.0%
Custos Directos dos Serviços Prestados	52.7	62.3	18.1%	106.4	123.8	16.4%
Custos Comerciais ⁽¹⁾	20.4	17.9	(12.4%)	39.1	34.6	(11.4%)
Outros Custos Operacionais	45.6	45.3	(0.6%)	93.4	92.9	(0.6%)
EBITDA ⁽²⁾	65.8	76.2	15.9%	128.4	149.5	16.5%
Margem EBITDA	33.3%	35.3%	1.9pp	32.5%	34.8%	2.3pp
Amortizações	39.8	52.1	30.9%	85.8	105.2	22.6%
Resultado Operacional ⁽³⁾	25.9	24.1	(7.2%)	42.6	44.3	4.1%
Outros Custos / (Proveitos)	0.9	0.4	(52.2%)	(0.8)	0.4	(154.0%)
EBIT (Res. Antes de Resultados Financeiros e Impostos)	25.0	23.6	(5.5%)	43.4	43.9	1.1%
Custos / (Ganhos) Financeiros Líquidos	8.7	8.0	(7.5%)	(0.0)	16.2	n.a.
Resultado Antes de Impostos e Interesses Minoritários	16.4	15.6	(4.5%)	43.4	27.7	(36.1%)
Imposto Sobre o Rendimento	(6.2)	(1.5)	(75.6%)	(13.3)	(3.9)	(70.4%)
Resultado das Operações Continuadas	10.2	14.1	39.0%	30.2	23.8	(21.0%)
Interesses Minoritários	(0.5)	(0.5)	(10.3%)	(1.1)	(0.9)	(17.3%)
Resultado Consolidado Líquido	9.6	13.6	41.7%	29.1	22.9	(21.2%)
Resultado Consolidado Líquido Ajustado	9.6	13.6	41.7%	16.8	22.9	36.2%

Nota: Foram feitos ajustamentos às receitas de exploração e aos custos operacionais para reflectir a renegociação, no 1T09, do contrato de conteúdos da SIC, ao abrigo da qual a ZON já não é responsável pela revenda dos canais de TV por Subscrição da SIC a outros operadores, e o facto de que a partir de Janeiro de 2010 a ZON já não receber uma parcela das receitas de publicidade dos canais de TV por Subscrição da SIC. Os ajustamentos pró-forma cumulativos relativos ao 1S09 resultaram numa redução de receitas de 5,8 milhões de euros, de 3,4 milhões de euros em custos, de 2,4 milhões de euros no EBITDA, bem como um aumento de 2,4 milhões de euros em Outros Custos / (Proveitos), não afectando assim o Resultado Consolidado Líquido.

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

(2) EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações.

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

Tal como nos trimestres anteriores, para que se possam efectuar comparações com os períodos anteriores, os números relativos a 2009, aqui apresentados, foram ajustados para melhor explicar o desempenho. Como tal, as receitas de exploração e os custos operacionais de 2009 foram ajustados para reflectir o impacto da renegociação, no 1T09, do contrato de conteúdos da SIC, sendo que a ZON já não é responsável pela revenda dos canais de TV por Subscrição da SIC a outros operadores e que desde Janeiro de 2010 a ZON deixou de receber uma parcela das receitas de publicidade dos canais de TV por Subscrição da SIC. Os ajustamentos pró-forma cumulativos relativos ao 1S09 resultaram numa redução de receitas de 5,8 milhões de euros, de 3,4 milhões de euros nos custos e de 2,4 milhões de euros no EBITDA, bem como um aumento de 2,4 milhões de euros em Outros Custos / (Proveitos), não afectando assim o Resultado Consolidado Líquido.

Como tal, todas as comparações e explicações apresentadas baseiam-se nos números pró-forma de 2009, conforme mencionado anteriormente.

3.1 Receitas de Exploração

As **Receitas de Exploração** registaram um crescimento anual de 8,8% no 1S10, para 429,7 milhões de euros, demonstrando uma aceleração trimestral progressiva das receitas. No 1T10, as Receitas de Exploração tinham crescido 8,2%, sendo que no 2T10 esse crescimento acelerou para os 9,5%. Este aumento das receitas foi impulsionado por um crescimento de 9,3% das receitas *core* de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz para 390,2 milhões de euros no 1S10, resultado do crescimento de 15,9pp na penetração de *Triple Play*, de 13,6% nos RGUs e de 6,9% no ARPU Global.

Os negócios de Cinemas e Audiovisuais também registaram uma melhoria significativa no 1S10, com crescimentos anuais de 25,9% para 34,5 milhões e de euros e 13,6% para 27,8 milhões de euros, respectivamente. O forte desempenho da ZON nestas áreas foi estimulado pela sua importante quota de mercado na exibição cinematográfica e na distribuição de filmes, que foi impulsionada pelo entusiasmo dos consumidores por conteúdos 3D. As receitas da divisão de Audiovisuais também sofreram um impacto positivo com a consolidação, no 2T10, das receitas da nova *joint venture* Dreamia (50 / 50).

3.2 EBITDA

O **EBITDA** aumentou 16,5% numa base comparável no 1S10, para 149,5 milhões de euros, gerando uma margem de 34,8% das receitas, que compara com 32,5% no 1S09. A tendência trimestral também foi bastante positiva: o EBITDA registou um crescimento anual de 17% no 1T10 e de 15,9% no 2T10.

Esta contínua melhoria na rentabilidade é resultante de um esforço transversal a toda a empresa no sentido de uma maior eficiência e optimização global da estrutura de custos. Algumas destas medidas já foram abordadas na análise operacional do negócio, em particular o esforço para promover um *mix* de canais de venda mais eficiente, e o aumento da proporção de equipamento terminal reutilizado.

3.3 Custos Operacionais Consolidados

Os **Custos Com Pessoal** registaram um acréscimo anual de 5% no 1S10 para 28,8 milhões de euros, não obstante a tendência trimestral relativamente estável.

Os **Custos Directos** aumentaram 16,4% no 1S10 para 123,8 milhões de euros, devido a uma combinação de maiores custos de interligação fixos e, sobretudo, móveis; e custos com capacidade de telecomunicações. Para além disto, os custos de programação aumentaram devido à introdução de novos canais, como por exemplo o TVI24 e alguns canais HD. Os Custos Directos também sofreram o impacto do aumento do nível de actividade operacional na área dos negócios de cinemas e audiovisuais, que ditaram pagamentos de *royalties* mais elevados a produtoras no 1S10, em comparação com o período homólogo.

Os **Custos Comerciais** caíram 11,4% no 1S10 para 34,6 milhões de euros. A contribuição mais significativa para este declínio nos Custos Comerciais foi o nível mais reduzido de comissões de vendas, devido ao enfoque na racionalização dos canais de distribuição, reduzindo assim o peso do canal mais dispendioso e volátil de vendas porta-a-porta.

Os **Outros Custos Operacionais** mantiveram-se relativamente estáveis face ao período homólogo, registando um decréscimo de 0,6% para 92,9 milhões de euros, um sinal claro da disciplina de custos nas áreas geral e administrativa.

3.4 Resultado Líquido

O **Resultado Consolidado Líquido** cifrou-se em 22,9 milhões de euros no 1S10. O desempenho trimestral do Resultado Líquido foi muito positivo, registando-se uma aceleração do crescimento anual no trimestre, que no 1T10 foi de 28,8% (ajustado pela venda em Fevereiro de 2009 da participação de 40% da ZON na Lisboa TV) e de 36,2% no 2T10.

Tal como se verificou em períodos anteriores, as **Amortizações de Imobilizado Corpóreo e Incorpóreo** registaram um significativo aumento anual. No 1S10, as Amortizações aumentaram 22,6% para 105,2 milhões de euros devido ao maior investimento operacional em equipamento terminal de cliente. Numa base trimestral, as Amortizações permaneceram relativamente estáveis no 2T10, quando comparadas com o 1T10.

O **Resultado Financeiro Líquido** no 1S10 cifrou-se em (16,2) milhões de euros, o que compara com um valor de zero no 1S09. Estes dois períodos não são directamente comparáveis, devido à mais valia registada no 1T09 resultante da venda da participação da ZON na Lisboa TV, num montante (antes de impostos) de 16,9 milhões de euros. Os encargos com juros líquidos registaram um decréscimo anual de 21% para 11,6 milhões de euros, devido a uma redução do nível médio de dívida bruta neste período, e ao ambiente de taxas de juro que foram, em geral, mais baixas. Deve também ser destacado que a consolidação do Resultado Líquido da participação da ZON na operação Angolana tem um impacto negativo nesta linha de custos, que se cifra em aproximadamente 2,3 milhões de euros no 1S10.

O **Imposto Sobre o Rendimento** ascendeu a 3,9 milhões de euros no 1S10, uma descida significativa face ao valor de 13,3 milhões de euros que se registou no 1S09, que sofreu o impacto da mais valia (antes de impostos) de 16,9 milhões de euros resultante da venda da participação de 40% da ZON na Lisboa TV, tal como já foi referido. O Imposto Sobre o Rendimento na Demonstração de Resultados foi positivamente afectado pelo impacto do aumento da taxa de IRC sobre impostos diferidos e por benefícios fiscais associados a investimentos em pesquisa e desenvolvimento e Redes de Nova Geração.

4. CAPEX E CASH FLOW

4.1 CAPEX

Tabela 4.

CAPEX (Milhões de Euros)	2T09	2T10	2T10 / 2T09	1S09	1S10	1S10 / 1S09
Infra-estrutura TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	23.0	21.1	(8.4%)	40.7	41.4	1.7%
Equipamento Terminal	20.9	16.8	(19.8%)	44.2	44.7	1.1%
Outros	0.9	3.6	282.8%	4.8	5.4	12.9%
CAPEX Recorrente	44.9	41.5	(7.6%)	89.7	91.5	2.0%
Contratos de Longo Prazo	0.0	1.0	n.a.	0.6	2.1	219.5%
Outros Itens Não Recorrentes	0.0	13.8	n.a.	0.3	16.6	n.a.
CAPEX Total	44.9	56.3	25.4%	90.6	110.2	21.6%

O **CAPEX Total** no 1S10 foi de 110,2 milhões de euros, o que representa um aumento de 21,6% face ao 1S09. O CAPEX Recorrente permaneceu relativamente estável no 1S10 face ao período homólogo e no 2T10 foi mesmo 7,6% mais reduzido face ao 2T09. Quando comparado com o 1T10, o CAPEX Recorrente do 2T10 foi 17,2% mais baixo. A contenção ao nível do CAPEX Recorrente resulta principalmente dos esforços para reduzir o custo do equipamento terminal instalado, que é capitalizado e então amortizado ao longo da sua vida útil média; e também de um maior nível de recuperação de equipamentos, que são reinjectados na cadeia logística.

Os níveis mais elevados de CAPEX em Outros Itens Não Recorrentes, de 16,6 milhões de euros no 1S10, que compara 0,3 milhões de euros no 1S09, resultam sobretudo do investimento não recorrente no novo *data centre* da ZON, que ficou operacional no 2T10 e do investimento feito para realojar *hubs* em infra-estruturas próprias, um projecto que continuará ao longo de 2010 e 2011, e irá substituir parcialmente o actual contrato de infra-estruturas com o operador incumbente, que irá expirar em Dezembro de 2010.

Tabela 5.

Cash Flow (Milhões de Euros)	2T09	2T10	2T10 / 2T09	1S09	1S10	1S10/ 1S09
EBITDA menos CAPEX	21.6	19.9	(7.9%)	40.2	39.4	(2.0%)
Ajustamentos feitos ao EBITDA	0.8	0.0	(100.0%)	2.4	0.0	(100.0%)
Itens Não Monetários Incluídos no EBITDA-CAPEX ⁽¹⁾	4.0	1.1	(73.5%)	7.5	5.6	(26.3%)
Varição do Fundo de Maneio	(70.4)	(1.5)	(97.9%)	(52.2)	(24.1)	(53.8%)
Cash Flow Operacional	(44.7)	19.5	(143.7%)	(4.5)	20.8	n.a.
Juros Pagos (Líquidos)	(14.3)	(10.4)	(27.2%)	(14.8)	(12.8)	(13.7%)
Impostos Sobre o Rendimento	(1.3)	(2.9)	116.5%	(2.2)	(3.2)	46.6%
Contratos de Longo Prazo	(10.0)	(14.2)	41.5%	(24.8)	(54.0)	117.5%
Venda / (Aquisição) de Acções Próprias	0.0	0.0	n.a.	0.0	72.7	n.a.
Dividendos	(47.7)	(49.8)	4.4%	(45.5)	(49.9)	9.6%
Alienações de Investimentos Financeiros	0.0	(0.0)	n.a.	6.7	6.7	(0.0%)
Outros Movimentos	4.2	(0.7)	(116.6%)	(1.2)	(0.3)	(76.2%)
Free Cash-Flow	(113.9)	(58.5)	(48.6%)	(86.2)	(19.9)	(77.0%)

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

Nota: Foram feitos ajustamentos às receitas de exploração e aos custos operacionais para reflectir a renegociação, no 1T09, do contrato de conteúdos da SIC, ao abrigo da qual a ZON já não é responsável pela revenda dos canais de TV por Subscrição da SIC a outros operadores, e o facto de que a partir de Janeiro de 2010 a ZON já não receber uma parcela das receitas de publicidade dos canais de TV por Subscrição da SIC. Os ajustamentos pro-forma cumulativos relativos ao 1S09 resultaram numa redução de receitas de 5,8 milhões de euros, de 3,4 milhões de euros em custos, de 2,4 milhões de euros no EBITDA, bem como um aumento de 2,4 milhões de euros em Outros Custos / (Proveitos), não afectando assim o Resultado Consolidado Líquido.

4.2 Cash Flow Operacional

O **Cash Flow Operacional** registou uma forte melhoria no 1S10 para 20,8 milhões de euros, o que compara com um Cash Flow Operacional negativo de 4,5 milhões de euros no 1S09. Este desempenho é explicado pelos níveis mais elevados de EBITDA menos CAPEX e por uma melhoria acentuada dos níveis de Fundo de Maneio, que registaram uma subida trimestral significativa de (22,6) milhões de euros no 1T10 para (1,5) milhões de euros no 2T10. A inversão no desempenho de um trimestre para o outro ficou a dever-se principalmente à antecipada reversão de um aumento não recorrente do IVA, de aproximadamente 17 milhões de euros, que tinha tido impacto sobre o Fundo de Maneio no 1T10.

4.3 Free Cash Flow

A geração de **Free Cash Flow** registou uma melhoria de 77% no 1S10, para (19,9) milhões de euros, o que compara com (86,2) milhões de euros no 1S09, devido ao desempenho mais positivo do Cash Flow Operacional, tal como explicado no parágrafo anterior, a pagamentos de juros mais reduzidos e a um *inflow* de 72,7 milhões de euros relacionado com a venda de acções próprias à Kento no 1T10. Os itens que contribuíram negativamente para a geração de Cash Flow foram um aumento em pagamentos de Contratos de Longo Prazo para 54 milhões de euros, a maioria dos quais se prende com um pagamento à cabeça relacionado com a extensão por mais um ano por parte da SportTV do contrato dos direitos de transmissão da Liga Portuguesa. O contrato passa assim a vigorar até 2013. Além disto, o aumento de 9,6% em pagamento de dividendos para 49,9 milhões também contribuiu negativamente para a geração de Cash Flow.

5. BALANÇO CONSOLIDADO

Tabela 6.

Balanço Consolidado (Milhões de Euros)	2009	1S10
Activo Corrente	436.4	357.4
Caixa e Equivalentes de Caixa	177.0	127.2
Contas a Receber	185.0	170.4
Existências	39.9	34.8
Impostos a Recuperar	21.6	4.9
Custos Diferidos e Outros Activos Correntes	13.0	20.0
Activo não Corrente	1,042.8	1,074.6
Investimentos em Empresas Participadas	1.3	1.0
Activos Intangíveis	353.8	318.1
Activos Tangíveis	554.6	592.9
Activos por Impostos Diferidos	47.9	50.9
Outros Activos não Correntes	85.3	111.7
Total do Activo	1,479.2	1,432.0
Passivo Corrente	544.5	346.2
Dívida de Curto Prazo	246.5	73.1
Contas a Pagar	175.9	169.5
Acréscimos de Custos	74.7	74.7
Proveitos Diferidos	3.7	5.0
Impostos a Pagar	29.8	13.4
Provisões e Outros Passivos Correntes	13.9	10.6
Passivo Não Corrente	745.0	850.0
Dívida de Médio e Longo Prazo	722.7	821.5
Provisões e Outros Passivos não Correntes	22.3	28.5
Total do Passivo	1,289.5	1,196.2
Capital Próprio antes de Interesses Minoritários	180.4	226.3
Capital Social	3.1	3.1
Acções Próprias	(87.2)	0.1
Reservas e Resultados Transitados	220.5	200.2
Resultado Líquido	44.0	22.9
Interesses Minoritários	9.2	9.4
Capital Próprio	189.7	235.7
Total do Passivo e Capital Próprio	1,479.2	1,432.0

5.1 Estrutura de Capital

No final de Junho de 2010, a **Dívida Financeira Líquida** ascendia a 635,7 milhões de euros, representando um aumento de 3,2% em comparação com o final de 2009, em resultado do Free Cash Flow negativo, abordado na secção anterior.

A dívida bruta bancária da ZON é representada principalmente por linhas de papel comercial, pelo empréstimo do Banco Europeu de Investimento descrito em Divulgações anteriores e por emissões de obrigações efectuadas em 2009. Os acordos de *equity swaps* existentes no final de 2009, no montante de 84 milhões de euros, deixaram de vigorar com a venda de acções próprias à Kento no 1T10.

As linhas de papel comercial encontram-se todas negociadas com taxas de juro variáveis. Para se proteger contra flutuações futuras da taxa de juro, a ZON negociou operações de cobertura de taxas de juro no montante de 515,8 milhões de euros (aproximadamente 81,1% da Dívida Financeira Líquida Total) com maturidades entre 2 e 3 anos. As operações de cobertura encontram-se registadas no Balanço Consolidado pelo seu justo valor.

Com estes financiamentos, a ZON tem actualmente uma posição muito sólida, assegurada sob condições financeiras muito favoráveis. Os fundos referentes ao empréstimo do Banco Europeu de Investimento e às emissões de obrigações ficaram disponíveis no 4T09, aumentando assim significativamente a maturidade média da dívida financeira da ZON e eliminando quaisquer necessidades previsíveis de financiamento até meados de 2011.

A Dívida Financeira Líquida total da ZON tem uma maturidade média de 2,39 anos com um custo médio *all-in* de cerca de 3,46%.

O **Rácio de Alavancagem Financeira** reduziu-se para 72,9%, o que compara com 76,5% no final de 2009, e o rácio **Dívida Financeira Líquida / EBITDA** (últimos 4 trimestres) é actualmente de 2,2x, um valor bastante inferior ao da média do *peer group* da ZON. A Dívida Líquida Total, no montante de 763,6 milhões de euros, inclui também compromissos com Contratos de Longo Prazo, que estão registados como Passivo no Balanço Consolidado, dos quais os mais relevantes são contratos de longo prazo de telecomunicações, *transponders* e conteúdos.

Tabela 7.

Dívida Financeira Líquida (Milhões de Euros)	2009	1S10	1S10 / 2009
Dívida de Curto Prazo	218.2	49.0	(77.6%)
Empréstimos Bancários e Outros	212.8	44.8	(79.0%)
Locações Financeiras	5.4	4.2	(22.0%)
Dívida de Médio e Longo Prazo	609.2	714.6	17.3%
Empréstimos Bancários	596.5	701.2	17.5%
Locações Financeiras	12.7	13.4	5.7%
Dívida Total	827.5	763.6	(7.7%)
Caixa, Equivalentes de Caixa e Empréstimos Intra-Grupo	211.6	127.9	(39.6%)
Dívida Financeira Líquida	615.8	635.7	3.2%
Rácio de Alavancagem Financeira ⁽¹⁾	76.5%	72.9%	(3.5pp)
Dívida Financeira Líquida / EBITDA	2.3x	2.2x	n.a.

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

6. CRESCIMENTO INTERNACIONAL - ANGOLA

A *joint venture* de TV por Subscrição da ZON em Angola, “ZAP”, foi lançada no final do 1T10, apesar de uma rede de distribuição e presença no mercado relativamente reduzidas. Neste momento, o enfoque encontra-se no aumento da presença comercial da ZAP em Angola, sendo envidados esforços para a expansão da plataforma de distribuição e implementação de lojas próprias.

A partir da próxima época futebolística, que se inicia em Agosto de 2010, a ZAP assegurou a distribuição exclusiva do canal SportTV África, que incluirá em exclusivo a Liga Portuguesa de Futebol (Liga ZON Sagres) e outras competições desportivas Portuguesas de relevo. Com o lançamento exclusivo deste conteúdo-chave, a ZON irá lançar efectivamente os esforços de comunicação e *marketing*, conjuntamente com o lançamento de canais de renome como Sony / AXN, FOX, Panda, Hollywood, SIC Notícias, TVI Internacional, Económico TV e ZAP Novelas (canal de telenovelas produzido pela ZON).

7. ANEXO

7.1 ANEXO I

Tabela 8.

Indicadores de Negócio ('000)	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10	2T10
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz						
Casas Passadas	3,057.8	3,074.7	3,082.8	3,116.8	3,144.0	3,165.7
Subscritores ⁽¹⁾	1,595.4	1,591.4	1,594.7	1,594.8	1,588.4	1,576.9
dos quais	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Pacote Digital "Funtastic"	539.6	574.9	613.1	648.1	682.0	682.3
Premium	835.3	908.3	914.8	901.5	898.8	859.2
Banda Larga Fixa	546.1	572.6	594.4	610.7	635.4	650.1
Voz Fixa	419.4	478.6	529.2	584.1	646.1	692.0
Mobile ⁽²⁾⁽³⁾	16.0	33.4	53.9	68.9	80.5	92.3
Subscritores de Cabo	1,175.9	1,179.0	1,181.5	1,180.4	1,176.4	1,166.3
Clientes de <i>Triple Play</i>	339.8	391.0	435.9	484.4	536.7	571.9
% Clientes Cabo com <i>Triple Play</i>	28.9%	33.2%	36.9%	41.0%	45.6%	49.0%
Clientes de <i>Double Play</i>	283.1	267.8	250.6	223.2	200.9	186.3
% Clientes Cabo com <i>Double Play</i>	24.1%	22.7%	21.2%	18.9%	17.1%	16.0%
Clientes de <i>Single Play</i>	552.7	520.2	495.0	472.8	438.8	408.1
% Clientes Cabo com <i>Single Play</i>	47.0%	44.1%	41.9%	40.1%	37.3%	35.0%
Subscritores de Satélite	419.4	412.4	413.2	414.4	412.1	410.6
RGUs ⁽⁴⁾	3,116.4	3,250.8	3,385.3	3,506.5	3,632.5	3,693.7
RGUs por Subscritor (unidades)	1.94	2.02	2.10	2.17	2.26	2.31
ARPU Global	32.7	33.6	34.0	35.0	35.2	35.6
Adições Líquidas						
Clientes de <i>Triple Play</i>	64.5	51.1	44.9	48.5	52.3	35.2
Subscritores	(18.2)	(3.9)	3.3	0.1	(6.4)	(11.6)
Pacote Digital "Funtastic"	43.7	35.3	38.2	35.0	34.0	0.3
Premium	(1.9)	73.0	6.5	(13.3)	(2.7)	(39.6)
Banda Larga Fixa	27.0	26.5	21.9	16.3	24.7	14.7
Voz Fixa	72.8	59.2	50.6	54.9	62.0	45.9
Mobile	8.8	17.4	20.5	15.0	11.7	11.8
RGUs	134.2	134.4	134.5	121.3	126.0	61.2
Exibição Cinematográfica						
Receitas por Espectador (Euros)	4.3	4.4	4.6	4.5	4.6	4.6
Bilhetes Vendidos	1,950.1	1,729.6	2,228.6	2,300.1	2,471.6	1,716.6
Salas (unidades)	213	217	213	213	213	213

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

(2) Os Subscritores Mobile foram reexpressos no 2T09 de 29,7 mil para 33,4 mil.

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

(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 Pacote Digital "Funtastic", de Banda Larga, de Voz Fixa e Mobile.

7.II ANEXO II

Tabela 9.

Demonstração de Resultados (Milhões de Euros)	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10	2T10
Receitas de Exploração	197.4	197.4	203.1	215.4	213.5	216.2
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	177.7	179.2	181.6	191.1	192.7	197.6
Audiovisuais	14.3	13.1	16.1	18.5	15.5	19.0
Exibição Cinematográfica	12.6	11.8	14.9	15.1	15.7	12.1
Outros e Eliminações	(7.2)	(6.8)	(9.5)	(9.2)	(10.4)	(12.4)
Custos Operacionais, Excluindo Amortizações	134.8	131.6	133.8	150.5	140.2	140.0
Custos com Pessoal	14.6	12.9	14.8	16.0	14.3	14.5
Custos Directos dos Serviços Prestados	53.7	52.7	57.1	64.0	61.6	62.3
Custos Comerciais ⁽¹⁾	18.7	20.4	19.3	22.2	16.7	17.9
Outros Custos Operacionais	47.8	45.6	42.7	48.3	47.5	45.3
EBITDA ⁽²⁾	62.6	65.8	69.3	64.9	73.3	76.2
Margem EBITDA	31.7%	33.3%	34.1%	30.1%	34.3%	35.3%
Amortizações	46.0	39.8	49.6	53.2	53.1	52.1
Resultado Operacional ⁽³⁾	16.7	25.9	19.7	11.7	20.3	24.1
Outros Custos / (Proveitos)	(1.7)	0.9	(0.9)	(1.0)	0.0	0.4
EBIT (Res. Antes de Resultados Financeiros e Impostos)	18.4	25.0	20.7	12.7	20.2	23.6
Custos / (Ganhos) Financeiros Líquidos	(8.7)	8.7	7.1	7.8	8.1	8.0
Resultado Antes de Impostos e Interesses Minoritários	27.1	16.4	13.5	4.9	12.1	15.6
Imposto Sobre o Rendimento	(7.0)	(6.2)	(1.2)	(1.7)	(2.4)	(1.5)
Resultado das Operações Continuadas	20.0	10.2	12.3	3.2	9.7	14.1
Interesses Minoritários	(0.5)	(0.5)	(0.4)	(0.1)	(0.4)	(0.5)
Resultado Consolidado Líquido	19.5	9.6	11.9	3.1	9.3	13.6
CAPEX Recorrente	44.8	44.9	52.7	63.4	50.1	41.5
CAPEX Total	45.7	44.9	53.4	69.6	53.9	56.3
Free Cash Flow	27.6	(113.9)	16.9	6.0	38.6	(58.5)
Dívida Financeira Líquida	524.9	638.8	621.8	615.8	577.2	635.7

Nota: Foram feitos ajustamentos às receitas de exploração e aos custos operacionais para reflectir a renegociação, no 1T09, do contrato de conteúdos da SIC, ao abrigo da qual a ZON já não é responsável pela revenda dos canais de TV por Subscrição da SIC a outros operadores, e o facto de que a partir de Janeiro de 2010 a ZON já não receber uma parcela das receitas de publicidade dos canais de TV por Subscrição da SIC. Os ajustamentos pro-forma cumulativos relativos ao 1S09 resultaram numa redução de receitas de 5,8 milhões de euros, de 3,4 milhões de euros em custos, de 2,4 milhões de euros no EBITDA, bem como um aumento de 2,4 milhões de euros em Outros Custos / (Proveitos), não afectando assim o Resultado Consolidado Líquido. Para o ano de 2009, os ajustamentos foram os seguintes: redução de 9,8 milhões de euros nas receitas, de 5,3 milhões de euros nos custos, e de 4,4 milhões de euros no EBITDA; bem como um aumento de 4,4 milhões de euros em Outros Custos / (Proveitos), não afectando assim o Resultado Líquido.

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

(2) EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações.

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

8. AVISO LEGAL

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

9. CONTACTOS

Chief Financial Officer: José Pedro Pereira da Costa
Tel.: (+351) 21 799 88 19

Analistas/Investidores: Maria João Carrapato
Tel.: (+351) 21 782 47 25 / E-mail: ir@zon.pt

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

Conference call agendada para 09h30 dia 30 Julho 2010

Conference ID: 84922943

Portugal Free Call: 800 812 040

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

USA Dial In: 1866 966 9439

Encore Replay Access Number: 84922943#

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