

ZON MULTIMÉDIA
SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES E MULTIMÉDIA SGPS, SA

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS PRIMEIROS NOVE MESES 2011



ZON
MULTIMEDIA

1. DESTAQUES 3T11

Tabela 1.

Destaque 3T11	3T10	3T11	3T11 / 3T10	9M10	9M11	9M11 / 9M10
Operacionais ('000)						
Clientes de <i>Triple Play</i>	603.5	688.8	14.1%	603.5	688.8	14.1%
% Clientes Cabo com <i>Triple Play</i>	51.9%	59.3%	7.4pp	51.9%	59.3%	7.4pp
RGUs ⁽¹⁾	3,076.5	3,256.6	5.9%	3,076.5	3,256.6	5.9%
ARPU Global (Euros)	35.8	36.0	0.4%	35.6	35.8	0.7%
Financeiros (Milhões de Euros)						
Receitas de Exploração	221.6	213.7	(3.6%)	651.3	639.2	(1.9%)
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	196.3	191.4	(2.5%)	586.5	578.6	(1.3%)
EBITDA	79.5	79.6	0.1%	229.1	237.6	3.7%
Margem EBITDA	35.9%	37.2%	1.4pp	35.2%	37.2%	2.0pp
Resultado Consolidado Líquido	8.6	9.1	5.7%	31.6	28.5	(9.6%)
EBITDA - CAPEX	20.1	44.5	121.4%	59.5	128.3	115.7%

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

GERAÇÃO SIGNIFICATIVA DE FCF SUPOSTADA PELA CONTÍNUA MELHORIA OPERACIONAL E PELA RESILIÊNCIA DOS SERVIÇOS DE *TRIPLE PLAY* APESAR DO DIFÍCIL AMBIENTE MACROECONÓMICO

DESTAQUES OPERACIONAIS

- Desempenho sólido do negócio *core* com crescimento líquido nos clientes de TV por cabo, com adições líquidas positivas de 4,6 mil no 3T11;
- Melhoria sequencial no crescimento de RGUs, com 43,8 mil adições líquidas no 3T11, o que compara com 31,5 mil no 2T11 e 33,9 mil no 1T11;
- Recuperação importante nas subscrições de canais Premium, em particular dos canais de desporto, cujas vendas refletiram a sazonalidade associada à Liga Portuguesa de Futebol;
- Aumento contínuo da adoção de soluções de elevada largura de banda, com mais de 26% dos clientes de Internet a subscrever serviços com velocidades iguais ou superiores a 30Mbps;
- Crescimento do ARPU Global para 36 euros, sublinhando a resiliência das ofertas de *Triple Play* e dos níveis atuais de preços médios no mercado.

DESTAQUES FINANCEIROS

- Bom desempenho das Receitas de Exploração, que registaram um crescimento de 1% face ao trimestre anterior para 213,7 milhões de euros, suportadas pela tendência estável das receitas *core* de *Triple Play*;
- Crescimento do EBITDA face ao período homólogo para 79,6 milhões de euros, representando uma margem de 37,2% das Receitas, 1,4pp mais elevada que no 3T10;
- Continuação da melhoria no EBITDA – CAPEX para 44,5 milhões de euros, mais do dobro do valor gerado no 3T10;
- Crescimento significativo da geração de FCF, conforme previsto, para 37,9 milhões de euros no 3T11, o que compara com apenas 3,5 milhões de euros no 3T10.

2. EVOLUÇÃO DO NEGÓCIO

Tabela 2.

Indicadores de Negócio ('000)	3T10	3T11	3T11 / 3T10	9M10	9M11	9M11 / 9M10
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz						
Casas Passadas ⁽¹⁾	3,166.5	3,151.0	(0.5%)	3,166.5	3,151.0	(0.5%)
RGUs ⁽²⁾	3,076.5	3,256.6	5.9%	3,076.5	3,256.6	5.9%
RGUs de Cabo por Subscritor (unidades) ⁽³⁾	2.19	2.33	6.4%	2.19	2.33	6.4%
Subscritores ⁽⁴⁾	1,573.1	1,554.2	(1.2%)	1,573.1	1,554.2	(1.2%)
dos quais Subscritores de Cabo	1,162.7	1,162.4	(0.0%)	1,162.7	1,162.4	(0.0%)
Clientes de <i>Triple Play</i>	603.5	688.8	14.1%	603.5	688.8	14.1%
% Clientes Cabo com <i>Triple Play</i>	51.9%	59.3%	7.4pp	51.9%	59.3%	7.4pp
dos quais Subscritores de Satélite	410.4	391.9	(4.5%)	410.4	391.9	(4.5%)
Banda Larga Fixa	666.4	725.0	8.8%	666.4	725.0	8.8%
Voz Fixa	732.3	844.0	15.3%	732.3	844.0	15.3%
Mobile	104.7	133.4	27.4%	104.7	133.4	27.4%
ARPU Global (Euros)	35.8	36.0	0.4%	35.6	35.8	0.7%
Exibição Cinematográfica						
Receitas por Espectador (Euros)	4.8	5.1	5.4%	4.7	4.9	5.1%
Bilhetes Vendidos	2,670.0	2,371.7	(11.2%)	6,858.2	6,481.7	(5.5%)
Salas (unidades)	213	217	1.9%	213	217	1.9%

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

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

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

(4) Os números apresentados referem-se ao número total de clientes do serviço básico da ZON Multimédia, incluindo as plataformas de cabo e de satélite. Saliente-se que a ZON Multimédia oferece vários serviços básicos, suportados em diversas tecnologias, 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.

Os serviços base de *Triple Play* continuam a registar um desempenho encorajador apesar do contexto económico desafiante que se verifica em Portugal, sendo que o número de clientes e o montante despendido nos nossos serviços registaram desempenhos sólidos. A adesão a serviços mais discricionários recuperou no final do 3T11 com o início da nova época futebolística.

Penetração de *Triple Play* de quase 60%

Apesar do ritmo de crescimento mais reduzido, a adesão a serviços de Banda Larga e de Voz continua a crescer trimestre após trimestre, com a penetração dos serviços de *Triple Play* a atingir os 59,3% no final do 3T11, representando 688,8 mil subscritores.

O número de subscritores de TV por cabo aumentou em 4,6 mil no final do 3T11, mais do que compensando um decréscimo de 3,1 mil clientes na base de clientes de satélite e gerando um crescimento positivo da base total de subscritores face ao trimestre anterior. O crescimento registado na base de clientes de cabo comprova a resiliência dos serviços fixos de *Triple Play* e a importância que os consumidores atribuem à manutenção de formas acessíveis de entretenimento e de serviços de comunicações nos seus lares, apesar do difícil ambiente económico que se verifica no país.

É de assinalar que continuamos a assistir ao entusiasmo dos consumidores pelo nosso serviço de *Triple Play* de topo de gama, IRIS, que terminou o trimestre com cerca de 70 mil subscritores, representando adições líquidas de quase 20 mil subscritores no 3T11. A interface de utilização IRIS continua a ser uma das mais avançadas do mundo, tendo sido desenvolvida em conjunto com a NDS e tendo em conta a estratégia de acesso multiplataforma da ZON, através da qual os clientes IRIS poderão aceder aos seus serviços através dos seus *tablets* e computadores, independentemente de onde se encontrem geograficamente, desde que dentro do país. A flexibilidade e a facilidade de navegação desta interface de topo de gama permitem uma experiência sem interrupção ao transitar entre plataformas. As funcionalidades adicionais de acesso constituem uma parte integral da oferta IRIS, justificando assim o preço *premium* destas ofertas de *Triple Play*.

No último trimestre, a interface IRIS foi atualizada com uma série de novas funcionalidades, como por exemplo uma das características mais populares, o “Restart TV”, que permite aos clientes regressar ao início de um programa no EPG, mesmo que a caixa se encontre em *standby*; a capacidade de gravação de dois programas em simultâneo; a subscrição de canais diretamente de uma lista de opções; a criação de uma lista de favoritos no ZON Videoclube; e o acesso aos canais *premium* “SportTV” em qualquer televisor da casa.

A ZON continua a inovar no número de funcionalidades que disponibiliza aos seus clientes, não apenas através da plataforma IRIS, mas também com a atualização da interface de utilização das caixas HD *standard* de nova geração. No total, aproximadamente 950 mil *set top boxes* de nova geração (incluindo IRIS) foram instaladas até final do 3T11. Os níveis de penetração da base de clientes de TV por Subscrição já são bastante elevados, pelo que o ritmo de novas instalações abrandou significativamente, como pode ser observado pelo CAPEX de Equipamento Terminal, na tabela 4 desta Divulgação de Resultados.

O VoD continua a demonstrar um crescimento interessante, quer em receitas, quer em número de subscritores. Para além do aluguer de filmes avulso, um crescente número de clientes tem vindo a subscrever pacotes de “Subscription VoD” que, mediante o pagamento de uma mensalidade, permitem acesso ilimitado a pacotes temáticos de conteúdos, numa experiência “*on-demand*” que abrange áreas como “séries e filmes”, “conteúdo infantil”, etc.

Resiliência por parte do ARPU

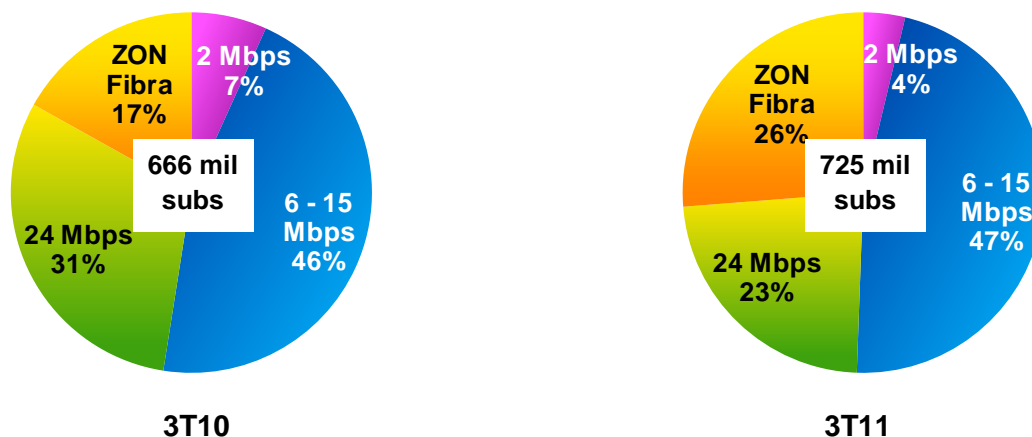
Em resultado da resiliência do desempenho operacional no que diz respeito aos subscritores de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz, o ARPU Global registou no 3T11 um aumento para 36 euros, o que compara com 35,8 euros no 3T10 e também no 2T11. As tendências do mercado em termos de preços têm vindo a estabilizar, apesar de algumas promoções arbitrárias lançadas após as férias de Verão. No entanto, o comportamento dos consumidores indica que estão menos sensíveis a promoções temporárias de preços, demonstrando uma maior inércia face à mudança, o que tem contribuído claramente para estabilizar, e mesmo melhorar, os níveis de ARPU, bem como os níveis de desligamentos do mercado.

Apesar de o número de subscritores de canais Premium ter aumentado significativamente no final do 3T11 face ao 2T11, as receitas não registaram um aumento semelhante devido ao menor número médio de subscritores de canais Premium no 3T11 face ao trimestre anterior. Os desligamentos de canais Premium de desporto ocorreram sobretudo em Abril e Maio, sendo que as novas subscrições apenas tiveram lugar na segunda metade do 3T11.

Crescimento ainda sólido na Banda Larga

O número de subscritores de Banda Larga aumentou em 10,2 mil clientes, mantendo o ritmo de crescimento do trimestre anterior. No final do 3T11, a ZON tinha 725 mil clientes de Banda Larga, dos quais 26,3% subscreviam as ofertas de Banda Larga de topo de gama, “ZON Fibra”, de pelo menos 30 Mbps e até 360 Mbps. Os gráficos abaixo indicam a repartição da base de clientes de Banda Larga da ZON por largura de banda, ilustrando a forte adesão dos clientes ao longo do último ano às ofertas de Internet de topo de gama:

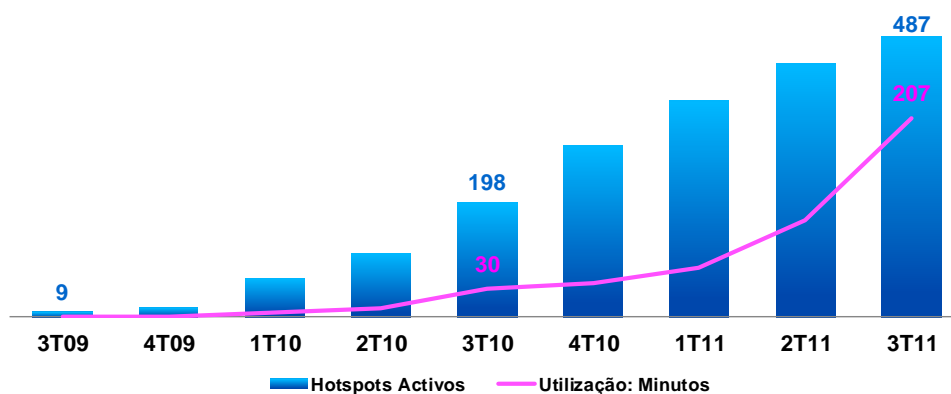
Repartição da Base de Clientes de Banda Larga por Largura de Banda (%)



Acesso gratuito a mais de 487 mil hotspots WiFi para os clientes ZON – a maior rede em Portugal

Reforçando ainda mais a sua forte posição em termos de capacidade e cobertura de Banda Larga, durante o 3T11 a rede WiFi da ZON, gratuita para os seus clientes de Banda Larga, continuou a aumentar, atingindo mais de 487 mil hotspots. Para além de ser uma vantagem muito relevante e de oferecer mobilidade aos clientes de Banda Larga da ZON, a rede pode ser acedida por qualquer utilizador que não seja cliente da ZON num sistema de *pay-as-you-go*. Esta funcionalidade tem-se mostrado particularmente popular entre turistas e viajantes em negócios, dada a cobertura geográfica e densidade muito elevadas da rede, especialmente nas maiores cidades, bem como o seu preço competitivo.

Hotspots ZON@FON e Utilização (Milhares, Milhões de Minutos)

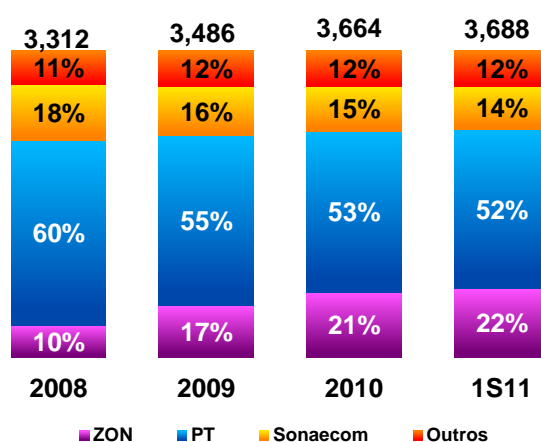


A ZON continua a ser o único operador de Voz Fixa em Portugal a crescer

Os serviços de Voz Fixa voltaram a registar crescimento líquido de subscritores, de 17,3 mil clientes, para um total de 844 mil subscritores no final do 3T11. As adições líquidas no trimestre foram em linha com as que se verificaram no trimestre anterior, atingindo-se um nível já bastante elevado de penetração de Voz Fixa na base de clientes de cabo, de quase 71%.

A quota de Mercado de Voz Fixa da ZON continua a crescer trimestre após trimestre, aumentando 0,4pp no 2T11 para 22,4%, um aumento obtido num mercado onde o operador fixo incumbente continua a perder quota de mercado.

Quotas de Mercado de Voz Fixa (%)



A ZON Mobile continua a crescer

A oferta móvel da ZON registou um dos seus trimestres mais fortes em termos de adições líquidas, com um crescimento de 15 mil subscritores no 3T11 para 133,4 mil, sendo que a maior proporção das adições líquidas se verificou na Banda Larga móvel. Este aumento no crescimento é parcialmente explicado pela maior utilização de serviços de Banda Larga móvel durante o período das férias de Verão.

Audiovisuais e Cinemas

O 3T11 foi o melhor trimestre do ano em termos de vendas de bilhetes de Cinema, com o número de bilhetes vendidos a aumentar 13,3% face ao trimestre anterior para 2,372 milhões de bilhetes. Face ao trimestre homólogo, o número de bilhetes vendidos diminuiu 11,2%, devido sobretudo ao menor número de êxitos de bilheteira em comparação com o 3T10, que foi um trimestre excecional, com um número recorde de 2,67 milhões de bilhetes vendidos.

No 3T11, a receita média por bilhete aumentou 5,4% para 5,1 euros, o que compara com 4,8 euros no 3T10. Este desempenho é suportado pela posição de liderança da ZON em termos de inovação, com níveis de digitalização e de penetração de tecnologia de projeção em 3D sem paralelo no mercado português (83 salas de cinema em 217 estão equipadas com tecnologia de projeção em 3D). O crescimento das vendas de bilhetes face ao trimestre anterior, combinado com o aumento no 3T11 da

receita por bilhete vendido (face ao 2T11 e ao 3T10), resultou num crescimento trimestral de 15,0% das receitas de Exibição Cinematográfica para 16,5 milhões de euros, representando um decréscimo de 10,5% face ao 3T10.

O Instituto Português do Cinema e do Audiovisual, ICA, publicou recentemente os dados de mercado para os 9M11. O número total de espectadores no mercado cinematográfico Português diminuiu em 7,1% nos 9M11, o que compara com um decréscimo de 5,5% no caso dos cinemas da ZON. No que concerne às receitas brutas, o desempenho relativo da ZON foi ainda mais forte em comparação com o resto do mercado, registando um decréscimo anual marginal de 0,1% nos 9M11, enquanto que a receita bruta total do mercado caiu em 3,9%. Como tal, a quota de mercado da ZON em termos de espectadores e de receita bruta no final de Setembro tinha aumentado para 55,6% e 56,4%, respetivamente. Os filmes de maior sucesso exibidos nos 9M11 foram “Harry Potter e os Talismãs da Morte: Parte 2”, “Piratas da Caraíbas: Por Estranhas Marés”, “Os Smurfs”, “Velocidade Furiosa 5” e “O Turista”.

As receitas da divisão de Audiovisuais diminuíram no 3T11 em 12,5% face ao 3T10 para 17,6 milhões de euros, e permaneceram estáveis face ao trimestre anterior.

A ZON Lusomundo Audiovisuais manteve a sua posição de liderança na distribuição de filmes para exibição cinematográfica, VoD e na venda de conteúdos em DVD em Portugal. Dos 10 filmes de maior sucesso exibidos nos cinemas nos 9M11, a ZON distribuiu 5, sendo os filmes de maior sucesso “Piratas das Caraíbas: Por Estranhas Marés”, “Velocidade Furiosa 5”, “Carros 2”, “O Discurso do Rei” e “Panda do Kung Fu 2”. De acordo com o ICA, a quota de receita bruta da ZON na distribuição cinematográfica nos 9M11 cifrou-se em 49,2% em resultado de um trimestre em que a ZON teve uma quota comparativamente menor na distribuição de êxitos de bilheteira.

3. DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS

Tabela 3.

Demonstração de Resultados (Milhões de Euros)	3T10	3T11	3T11 / 3T10	9M10	9M11	9M11 / 9M10
Receitas de Exploração	221.6	213.7	(3.6%)	651.3	639.2	(1.9%)
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	196.3	191.4	(2.5%)	586.5	578.6	(1.3%)
Audiovisuais	20.1	17.6	(12.5%)	54.6	52.3	(4.2%)
Exibição Cinematográfica	18.5	16.5	(10.5%)	46.2	44.5	(3.7%)
Outros e Eliminações	(13.3)	(11.9)	(10.6%)	(36.0)	(36.3)	0.6%
Custos Operacionais, Excluindo Amortizações	(142.1)	(134.1)	(5.6%)	(422.2)	(401.6)	(4.9%)
Custos com Pessoal	(13.9)	(15.3)	9.9%	(42.7)	(44.4)	3.9%
Custos Directos dos Serviços Prestados	(64.0)	(61.2)	(4.4%)	(187.9)	(183.1)	(2.5%)
Custos Comerciais ⁽¹⁾	(17.8)	(13.1)	(26.4%)	(52.4)	(40.5)	(22.7%)
Outros Custos Operacionais	(46.3)	(44.5)	(4.0%)	(139.2)	(133.6)	(4.0%)
EBITDA ⁽²⁾	79.5	79.6	0.1%	229.1	237.6	3.7%
Margem EBITDA	35.9%	37.2%	1.4pp	35.2%	37.2%	2.0pp
Amortizações	(55.4)	(55.5)	0.0%	(160.6)	(164.3)	2.3%
Resultado Operacional ⁽³⁾	24.1	24.1	0.2%	68.4	73.3	7.2%
Outros Custos / (Proveitos)	(0.6)	(0.4)	(39.3%)	(1.1)	(1.0)	(6.8%)
EBIT (Res. Antes de Resultados Financeiros e Impostos)	23.5	23.7	1.2%	67.4	72.3	7.4%
Custos / (Ganhos) Financeiros Líquidos	(10.4)	(10.5)	0.7%	(26.6)	(31.2)	17.7%
Resultado Antes de Impostos e Interesses Minoritários	13.1	13.3	1.6%	40.8	41.1	0.7%
Imposto Sobre o Rendimento	(4.1)	(3.9)	(3.3%)	(8.0)	(12.1)	52.2%
Resultado das Operações Continuadas	9.0	9.3	3.8%	32.8	29.0	(11.7%)
Interesses Minoritários	(0.4)	(0.2)	(40.9%)	(1.3)	(0.4)	(65.1%)
Resultado Consolidado Líquido	8.6	9.1	5.7%	31.6	28.5	(9.6%)

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

(2) EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações.

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

3.1 Receitas de Exploração

As **Receitas de Exploração** cifraram-se em 213,7 milhões de euros no 3T11, representando um decréscimo de 3,6% face ao 3T10 e uma melhoria de 1,0% em comparação com o trimestre anterior.

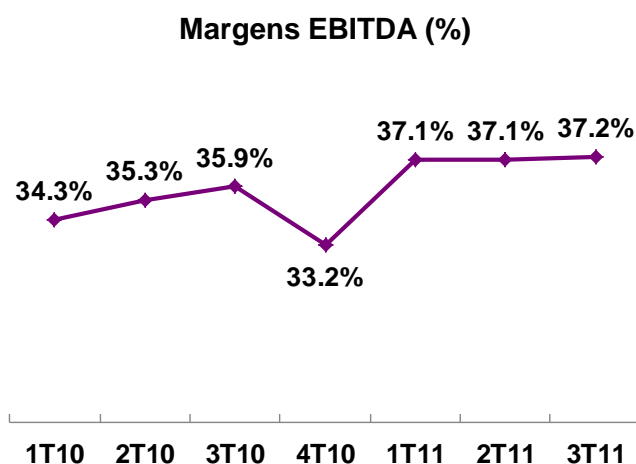
As Receitas de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz diminuíram em 2,5% face ao trimestre homólogo – uma descida inferior ao das Receitas de Exploração no 3T11 e uma melhoria face ao decréscimo anual de 3% que se verificou no 2T11. As Receitas de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz permaneceram estáveis face ao trimestre anterior. Excluindo as receitas não-ARPU e as receitas provenientes da subscrição de canais Premium, as receitas de ARPU *core* de *Triple Play* registaram um acréscimo anual de 2,3% no 3T11. Apesar de se ter verificado uma recuperação significativa no número de subscritores de canais Premium no final no 3T11, resultante sobretudo do início da nova época futebolística, a base média de subscritores Premium foi na realidade mais reduzida no 3T11 que no 2T11, tendo como consequência que as receitas ARPU diminuíram ainda mais, em 5,1% face ao

trimestre anterior e 15,2% face ao trimestre homólogo. As receitas totais de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz foram também afetadas negativamente pelo ambiente económico mais recessivo através de menores níveis de receitas provenientes do *wholesale* de canais Premium a outros operadores, nomeadamente de canais de filmes e de desporto, e de publicidade.

No que concerne ao negócio de Exibição Cinematográfica, as comparações anuais são afetadas pelo número invulgarmente elevado de espectadores que se registou no 3T10, devido ao maior número de êxitos de bilheteira exibidos. Apesar de se verificar uma melhoria face ao 2T11, o número de espectadores sofreu um decréscimo anual no 3T11, tal como as receitas. No entanto é importante salientar que a receita média por bilhete vendido registou um crescimento anual de 5,4% para 5,1 euros, em resultado de um melhor efeito de *mix* nas vendas de bilhetes e de um esforço adicional na venda de *merchandising* nas bilheteiras. Nas receitas de Audiovisuais verificou-se um decréscimo anual de 12,5% para 17,6 milhões de euros no 3T11 devido a um trimestre menos forte em termos de receitas de distribuição cinematográfica.

3.2 EBITDA

O **EBITDA** registou um acréscimo anual de 0,1% para 79,6 milhões de euros, o que representa um aumento de 1,4pp na Margem EBITDA para 37,2%. A contínua melhoria do EBITDA e da Margem EBITDA tem vindo a ser realizada através de esforços para obter níveis superiores de eficiência na estrutura de custos, em resultado de uma redução nos custos comerciais e nos custos impulsionados pelo crescimento da base de clientes. Esta redução é sobretudo devida ao menor nível de atividade comercial e ao ambiente promocional e competitivo menos agressivo que tem vindo a permitir menores níveis de desligamentos. Os Custos Operacionais, Excluindo Amortizações, registaram um decréscimo anual de 5,6% para 134,1 milhões de euros, um decréscimo superior ao das Receitas de Exploração no 3T11.



3.3 Custos Operacionais Consolidados

Os **Custos com Pessoal** registaram um aumento no 3T11 para 15,3 milhões de euros, representando um crescimento de 9,9% face ao 3T10 e de 3,9% nos 9M11 face aos 9M10. O aumento neste trimestre é explicado principalmente pela contabilização de planos de ações para colaboradores, que reduziram os custos totais com pessoal no 3T10. Existiu também um aumento no número médio de colaboradores

no negócio de *Triple Play*, relacionado com o reforço da equipa operacional dedicada ao desenvolvimento do segmento de mercado empresarial.

Os **Custos Directos** cifraram-se em 61,2 milhões de euros no 3T11, um valor 4,4% menor que o que se verificou no 3T10. O decréscimo no 3T11 resulta sobretudo de um menor nível de custos de programação, devido ao menor número médio de subscrições de canais Premium neste trimestre, bem como da redução dos custos totais em certos canais contratados, que mais que compensaram um aumento nos custos de tráfego e de capacidade relacionados com a maior utilização dos serviços de Voz e de Banda Larga.

Os **Custos Comerciais** registaram um decréscimo anual significativo de 26,4% no 3T11 para 13,1 milhões de euros e de 22,7% nos 9M11. Esta contínua redução dos Custos Comerciais é resultado de uma utilização mais eficiente dos canais de venda, de um ambiente promocional e competitivo menos agressivo, impulsionando menores níveis de desligamentos e de custos relacionados com vendas e do menor nível de atividade comercial.

Os **Outros Custos Operacionais** diminuíram 4,0% no 3T11 face ao 3T10 para 44,5 milhões de euros e também em 4,0% nos 9M11 para 133,6 milhões de euros. Esta redução foi obtida através do controle de custos em várias áreas gerais e administrativas, nomeadamente em custos de serviço ao cliente, manutenção e reparações, em resultado da implementação de uma série de medidas visando a melhoria da eficiência, tais como a “Unified Front-End” ao nível do *contact center*.

3.4 Resultado Líquido

O **Resultado Consolidado Líquido** foi de 9,1 milhões de euros no 3T11, 5,7% mais elevado que no 3T10, em consequência do desempenho positivo do EBITDA, obtido através de uma forte disciplina de custos.

As **Depreciações e Amortizações** permaneceram estáveis no 3T11 em 55,5 milhões de euros, um nível que é ainda explicado pelo CAPEX significativo dos últimos anos, mas que tenderá agora a estabilizar ao longo do tempo.

O **Resultado Financeiro Líquido** no 3T11 permaneceu estável em (10,5) milhões de euros, o que compara com (10,4) milhões de euros no 3T10, em resultado da combinação de uma ligeira subida dos Encargos com Juros Líquidos, de 5,6 milhões de euros para 6,5 milhões de euros no 3T11 com uma redução sequencial da contribuição negativa da consolidação da operação Angolana, que melhorou de 2,8 milhões de euros no 1T11 para 2,3 milhões de euros no 2T11 e para 2,0 milhões de euros no 3T11 (o que compara com 3,2 milhões de euros no 3T10), em consequência da continuação do crescimento e do sucesso da operação.

O **Imposto Sobre o Rendimento** diminuiu 3,3% para 3,9 milhões de euros no 3T11 face ao 3T10, o que representa uma taxa efetiva de imposto de 29,5% para os 9M11.

4. CAPEX E CASH FLOW

4.1 CAPEX

Tabela 4.

CAPEX (Milhões de Euros)	3T10	3T11	3T11 / 3T10	9M10	9M11	9M11 / 9M10
Infra-estrutura TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	23.3	20.2	(13.1%)	64.7	58.8	(9.1%)
Equipamento Terminal	14.9	10.0	(33.0%)	59.5	37.2	(37.6%)
Outros	3.5	1.5	(57.6%)	8.9	5.3	(40.2%)
CAPEX Recorrente	41.6	31.7	(23.9%)	133.1	101.3	(23.9%)
Contratos de Longo Prazo	2.8	0.0	(100.0%)	4.9	0.0	(100.0%)
Outros Itens Não Recorrentes	15.0	3.4	(77.1%)	31.6	8.1	(74.5%)
CAPEX Total	59.4	35.1	(40.9%)	169.6	109.4	(35.5%)

Estamos a cumprir de forma consistente a previsão de redução do **CAPEX** desde o início de 2011, devido ao facto de estarem terminados todos os grandes investimentos na rede e à redução significativa no investimento em equipamento terminal, devido ao nível já bastante elevado de penetração de *set top boxes* e modems cabo de nova geração. No 3T11, o CAPEX cifrou-se em 35,1 milhões de euros, o que compara com 59,4 milhões de euros no 3T10 e 35,5 milhões de euros no 2T11. O CAPEX Recorrente representa agora 14,8% das Receitas de Exploração e 16,5% das Receitas de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz. O CAPEX Não Recorrente no 3T11 ascendeu a 3,4 milhões de euros, estando relacionado com a conclusão do projeto “ZON-IN” (o investimento da ZON para assegurar a independência da sua rede ao construir a sua própria rede primária de fibra ótica e ao realojar os *hubs* na sua infra-estrutura).

CAPEX Total (Milhões de Euros)

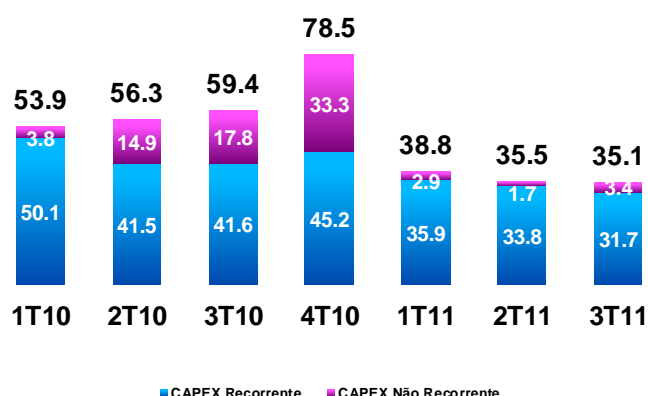


Tabela 5.

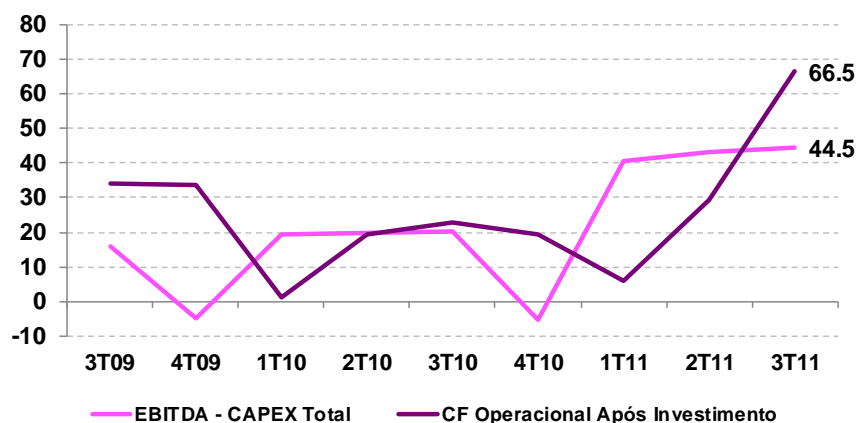
Cash Flow (Milhões de Euros)	3T10	3T11	3T11 / 3T10	9M10	9M11	9M11 / 9M10
EBITDA	79.5	79.6	0.1%	229.1	237.6	3.7%
CAPEX	(59.4)	(35.1)	(40.9%)	(169.6)	(109.4)	(35.5%)
CAPEX Recorrente	(41.6)	(31.7)	(23.9%)	(133.1)	(101.3)	(23.9%)
CAPEX Não Recorrente	(17.8)	(3.4)	(80.7%)	(36.5)	(8.1)	(77.9%)
Itens Não Monetários Incl. no EBITDA-CAPEX ⁽¹⁾ e Variação no Fundo de Maneio	2.7	22.0	n.a.	(15.9)	(26.9)	69.6%
Cash Flow Operacional Após Investimento	22.8	66.5	192.1%	43.6	101.4	132.4%
Contratos de Longo Prazo	(12.6)	(13.3)	5.6%	(66.6)	(55.1)	(17.3%)
Juros Pagos (Líquidos) e Outros Encargos Financeiros	(1.1)	(7.5)	n.a.	(13.9)	(17.7)	27.5%
Impostos Sobre o Rendimento	(5.5)	(8.1)	47.7%	(8.7)	(12.6)	44.8%
Alienações de Investimentos Financeiros	0.0	0.0	100.0%	6.7	6.7	0.0%
Outros Movimentos	(0.1)	0.3	n.a.	(0.3)	(1.3)	n.a.
Free Cash-Flow	3.5	37.9	n.a.	(39.2)	21.4	n.a.

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

4.2 Cash Flow Operacional

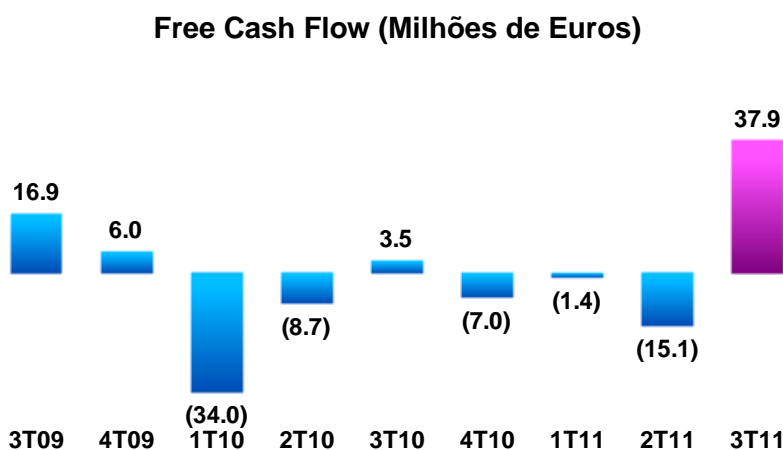
O **EBITDA – CAPEX** registou uma melhoria muito significativa de 121,4% no 3T11 para 44,5 milhões de euros, em resultado do desempenho sólido do EBITDA e à redução material do CAPEX, tal como foi explicado anteriormente. Para além disto, há que salientar a inversão trimestral dos Itens Não Monetários Incluídos no EBITDA-CAPEX e, principalmente, no Investimento em Fundo de Maneio, cuja contribuição melhorou para um valor positivo em 22 milhões de euros, levando a um acréscimo do **Cash Flow Operacional Após Investimento** para 66,5 milhões de euros, o que compara com apenas 22,8 milhões de euros no 3T10 e 29,2 milhões de euros no 2T11. O aumento do saldo de fornecedores devido ao programa de CAPEX acelerado dos últimos trimestres de 2010 já foi inteiramente refletido nas contas da ZON mediante o pagamento dos saldos em dívida. O Investimento em Fundo de Maneio irá agora estabilizar num nível mais normalizado que, num ciclo de 12 meses, deverá implicar um impacto futuro relativamente marginal no Free Cash Flow.

EBITDA - CAPEX e CF Operacional Após Investimento (Milhões de Euros)



4.3 Free Cash Flow

O **Free Cash Flow** total no 3T11 registou uma melhoria muito significativa para 37,9 milhões de euros, o que compara com 3,5 milhões de euros no 3T10 e com um valor negativo em 15,1 milhões de euros no 2T11.



Para além do já abordado acréscimo do Cash Flow Operacional Após Investimento para 66,5 milhões de euros, o Free Cash Flow total foi afetado por uma combinação de efeitos, sendo os mais significativos os pagamentos de Juros Pagos (Líquidos) e Outros Encargos Financeiros (7,5 milhões de euros), contratos de longo prazo (13,3 milhões de euros) e Impostos Sobre o Rendimento (8,1 milhões de euros). A volatilidade trimestral de *cash flow* destes itens é explicada principalmente pela natureza não linear da calendarização dos seus pagamentos, que em alguns casos não ocorre em todos os trimestres, tal como é o caso dos pagamentos de impostos por conta, e dos contratos de longo prazo. Este efeito é normalizado ao longo do ano.

5. BALANÇO CONSOLIDADO

Tabela 6.

Balanço Consolidado (Milhões de Euros)	2010	9M11
Activo Corrente	531.4	718.7
Caixa e Equivalentes de Caixa	264.6	410.4
Contas a Receber	188.8	234.6
Existências	58.6	56.7
Impostos a Recuperar	2.8	4.1
Custos Diferidos e Outros Activos Correntes	16.6	12.9
Activo não Corrente	1,119.3	1,073.0
Investimentos em Empresas Participadas	1.1	0.6
Activos Intangíveis	336.7	333.4
Activos Tangíveis	645.8	643.1
Activos por Impostos Diferidos	51.0	50.7
Outros Activos não Correntes	84.5	45.1
Total do Activo	1,650.7	1,791.7
Passivo Corrente	398.7	715.5
Dívida de Curto Prazo	92.6	425.9
Contas a Pagar	210.5	199.5
Acréscimos de Custos	70.4	63.0
Proveitos Diferidos	4.1	5.0
Impostos a Pagar	10.8	17.2
Provisões e Outros Passivos Correntes	10.4	4.9
Passivo Não Corrente	1,001.8	845.7
Dívida de Médio e Longo Prazo	973.0	816.5
Provisões e Outros Passivos não Correntes	28.8	29.2
Total do Passivo	1,400.5	1,561.3
Capital Próprio antes de Interesses Minoritários	240.3	220.6
Capital Social	3.1	3.1
Acções Próprias	(0.0)	(0.0)
Reservas e Resultados Transitados	201.8	189.0
Resultado Líquido	35.4	28.5
Interesses Minoritários	9.9	9.8
Capital Próprio	250.2	230.4
Total do Passivo e Capital Próprio	1,650.7	1,791.7

5.1 Estrutura de Capital

No final de Setembro de 2011, a **Dívida Financeira Líquida** cifrava-se em 668,3 milhões de euros, representando um decréscimo de 38,5 milhões de euros face ao 2T11. A redução da Dívida Líquida no trimestre foi possível devido à geração de FCF positivo anteriormente abordada.

Em Agosto de 2011, a ZON negociou operações de cobertura de taxa de juro adicionais, no montante de 257,5 milhões de euros (sendo que 157,5 milhões entrarão em vigor a partir de Dezembro de 2011). Assim sendo, o total de operações de cobertura de taxa de juro em vigor no final do 3T11 ascendia a 336,5 milhões de euros, aproximadamente 50% da Dívida Financeira Líquida Total.

No final do 3T11, uma linha de papel comercial no montante de 30 milhões de euros foi renovada por mais um ano, até meio de 2013.

Assim sendo, a maturidade média da dívida financeira da ZON é agora de 2,43 anos. O custo médio *all-in* da dívida financeira da ZON foi de 4,02%.

A dívida financeira total no final do 3T11 ascendia a 1.110,8 milhões de euros, sendo compensada por uma posição de caixa no Balanço Consolidado de 410,4 milhões de euros, o que permite à ZON dispor dos fundos necessários para fazer face ao pagamento dos compromissos com maturidades até final de 2012.

O **Rácio de Alavancagem Financeira** aumentou para 74,4%, o que compara com 71,9% no final de 2010, e o rácio **Dívida Financeira Líquida / EBITDA** (últimos 4 trimestres) encontra-se agora em 2,1x. A Dívida Líquida Total no montante de 800,7 milhões de euros inclui também compromissos com Contratos de Longo Prazo registados como Passivo no Balanço Consolidado, dos quais os mais relevantes são contratos de longo prazo de *transponders* e de conteúdos.

Tabela 7.

Dívida Financeira Líquida (Milhões de Euros)	2010	9M11	9M11 / 2010
Dívida de Curto Prazo	45.5	387.6	n.a.
Empréstimos Bancários e Outros	41.4	381.9	n.a.
Locações Financeiras	4.1	5.7	36.7%
Dívida de Médio e Longo Prazo	867.4	723.2	(16.6%)
Empréstimos Bancários	853.3	711.7	(16.6%)
Locações Financeiras	14.0	11.5	(17.9%)
Dívida Total	912.9	1,110.8	21.7%
Caixa, Equivalentes de Caixa e Empréstimos Intra-Grupo	273.2	442.4	61.9%
Dívida Financeira Líquida	639.7	668.3	4.5%
Rácio de Alavancagem Financeira ⁽¹⁾	71.9%	74.4%	2.5pp
Dívida Financeira Líquida / EBITDA	2.1x	2.1x	n.a.

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

6. CRESCIMENTO INTERNACIONAL – ANGOLA

A “ZAP”, a *joint venture* de TV por Subscrição em Angola e Moçambique da ZON, continua a atingir os seus objetivos de crescimento, sendo também expectável que atinja o *break-even* operacional em 2012.

No final de Setembro de 2011, a ZAP tinha aumentado o ritmo mensal de aquisição de clientes, tendo por base a sua estratégia de *marketing*, de canais de distribuição e de conteúdos.

A ZAP é já uma marca largamente reconhecida em Angola e está consistentemente entre os 3 principais anunciantes de TV no país.

No que concerne à estratégia de conteúdos da ZAP, foram recentemente lançados diversos canais que reforçam significativamente a oferta atual, nomeadamente: Syfy (da NBC/Universal), AXN Black, FOX Movies, TV Séries (um canal produzido pela ZON), Colors, MTV India, One Music, Hip Hop TV e TPA Internacional. Com estes novos canais, a ZAP continua a posicionar-se como a melhor oferta nos territórios onde está presente.

7. ANEXO

7.1 ANEXO I

Tabela 8.

Indicadores de Negócio ('000)	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11	3T11
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz							
Casas Passadas ⁽¹⁾	3,138.9	3,151.0	3,166.5	3,190.7	3,206.9	3,223.3	3,151.0
Subscritores ⁽²⁾	1,588.4	1,576.9	1,573.1	1,571.6	1,554.4	1,552.8	1,554.2
os quais subscrevem							
Banda Larga Fixa	635.4	650.1	666.4	690.2	704.7	714.8	725.0
Voz Fixa	646.1	692.0	732.3	777.6	807.5	826.8	844.0
Mobile ⁽³⁾	80.5	92.3	104.7	107.9	114.7	118.4	133.4
Subscritores de Cabo	1,176.4	1,166.3	1,162.7	1,163.9	1,155.5	1,157.8	1,162.4
Clientes de <i>Triple Play</i>	536.7	571.9	603.5	642.3	666.0	678.5	688.8
% Clientes Cabo com <i>Triple Play</i>	45.6%	49.0%	51.9%	55.2%	57.6%	58.6%	59.3%
Clientes de <i>Double Play</i>	200.9	186.3	176.7	165.7	160.7	163.7	169.3
% Clientes Cabo com <i>Double Play</i>	17.1%	16.0%	15.2%	14.2%	13.9%	14.1%	14.6%
Clientes de <i>Single Play</i>	438.8	408.1	382.5	356.0	328.8	315.6	304.2
% Clientes Cabo com <i>Single Play</i>	37.3%	35.0%	32.9%	30.6%	28.5%	27.3%	26.2%
Subscritores de Satélite	412.1	410.6	410.4	407.6	398.9	395.0	391.9
Penetração de Canais Premium de Filmes e Desporto ⁽⁴⁾	48.5%	47.3%	45.6%	44.4%	44.1%	41.6%	42.9%
RGUs ⁽⁵⁾	2,950.5	3,011.4	3,076.5	3,147.4	3,181.3	3,212.8	3,256.6
RGUs de Cabo por Subscritor (unidades) ⁽⁶⁾	2.08	2.14	2.19	2.25	2.29	2.31	2.33
ARPU Global (Euros)	35.2	35.6	35.8	35.1	35.8	35.8	36.0
Adições Líquidas							
Clientes de <i>Triple Play</i>	52.3	35.2	31.6	38.8	23.8	12.5	10.3
Subscritores	(6.4)	(11.6)	(3.8)	(1.5)	(17.1)	(1.6)	1.4
Banda Larga Fixa	24.7	14.7	16.3	23.8	14.4	10.1	10.2
Voz Fixa	62.0	45.9	40.3	45.3	29.9	19.3	17.3
Mobile	11.7	11.8	12.3	3.2	6.8	3.7	15.0
RGUs	92.0	60.9	65.1	70.8	33.9	31.5	43.8
Exibição Cinematográfica							
Receitas por Espectador (Euros)	4.6	4.6	4.8	4.7	4.7	4.9	5.1
Bilhetes Vendidos	2,471.6	1,716.6	2,670.0	2,242.5	2,016.5	2,093.6	2,371.7
Salas (unidades)	213	213	213	213	217	217	217

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

(2) Os números apresentados referem-se ao número total de clientes do serviço básico da ZON Multimédia, incluindo as plataformas de cabo e de satélite. Saliente-se que a ZON Multimédia oferece vários serviços básicos, suportados em diversas tecnologias, 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.

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

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

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

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

7.2 ANEXO II

Tabela 9.

Demonstração de Resultados (Milhões de Euros)	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11	3T11
Receitas de Exploração	213.5	216.2	221.6	221.1	214.1	211.5	213.7
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	192.7	197.4	196.3	199.4	195.6	191.6	191.4
Audiovisuais	15.5	19.0	20.1	18.4	17.1	17.7	17.6
Exibição Cinematográfica	15.7	12.1	18.5	15.3	13.6	14.4	16.5
Outros e Eliminações	(10.4)	(12.3)	(13.3)	(11.9)	(12.1)	(12.2)	(11.9)
Custos Operacionais, Excluindo Amortizações	(140.2)	(140.0)	(142.1)	(147.7)	(134.6)	(132.9)	(134.1)
Custos com Pessoal	(14.3)	(14.5)	(13.9)	(15.5)	(14.7)	(14.4)	(15.3)
Custos Directos dos Serviços Prestados	(61.6)	(62.3)	(64.0)	(63.8)	(61.1)	(60.9)	(61.2)
Custos Comerciais ⁽¹⁾	(16.7)	(17.9)	(17.8)	(22.4)	(15.2)	(12.1)	(13.1)
Outros Custos Operacionais	(47.5)	(45.3)	(46.3)	(45.9)	(43.6)	(45.5)	(44.5)
EBITDA ⁽²⁾	73.3	76.2	79.5	73.3	79.5	78.5	79.6
Margem EBITDA	34.3%	35.3%	35.9%	33.2%	37.1%	37.1%	37.2%
Amortizações	(53.1)	(52.1)	(55.4)	(58.9)	(55.6)	(53.3)	(55.5)
Resultado Operacional ⁽³⁾	20.3	24.1	24.1	14.4	24.0	25.3	24.1
Outros Custos / (Proveitos)	(0.0)	(0.4)	(0.6)	0.5	0.3	(0.9)	(0.4)
EBIT (Res. Antes de Resultados Financeiros e Impostos)	20.2	23.6	23.5	14.9	24.3	24.3	23.7
Custos / (Ganhos) Financeiros Líquidos	(8.1)	(8.0)	(10.4)	(9.6)	(10.3)	(10.5)	(10.5)
Resultado Antes de Impostos e Interesses Minoritários	12.1	15.6	13.1	5.3	14.0	13.9	13.3
Imposto Sobre o Rendimento	(2.4)	(1.5)	(4.1)	(1.4)	(3.6)	(4.6)	(3.9)
Resultado das Operações Continuadas	9.7	14.1	9.0	4.0	10.4	9.2	9.3
Interesses Minoritários	(0.4)	(0.5)	(0.4)	(0.1)	(0.2)	(0.0)	(0.2)
Resultado Consolidado Líquido	9.3	13.6	8.6	3.9	10.2	9.2	9.1
CAPEX Recorrente	50.1	41.5	41.6	45.2	35.9	33.8	31.7
CAPEX Total	53.9	56.3	59.4	78.5	38.8	35.5	35.1
Free Cash Flow	(34.0)	(8.7)	3.5	(7.0)	(1.4)	(15.1)	37.9
Dívida Financeira Líquida	577.2	635.7	632.6	639.7	641.7	706.8	668.3

(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 ± Menos/Mais valias na Alienação de Imobilizado ± Outros Custos/Proveitos.

8. AVISO LEGAL

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

9. CONTACTOS

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

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

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

Conference call agendada para 28 de Outubro de 2011 às 12h00

Conference ID: 20060235

Portugal Free Call: 800 812 040

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

USA Dial In: +1 631 510 74 98

Encore Replay Access Number: 20060235#

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