

ZON MULTIMÉDIA
SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES E MULTIMÉDIA SGPS, SA

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 2011



ZON
MULTIMEDIA

1. DESTAQUES 4T11

Tabela 1.

| Destaque 4T11 | 4T10 | 4T11 | 4T11 / 4T10 | 2010 | 2011 | 2011 / 2010 |
|----------------------------------------|---------|----------------|-------------|---------|----------------|-------------|
| Operacionais ('000) | | | | | | |
| Clientes de <i>Triple Play</i> | 642.3 | 708.7 | 10.3% | 642.3 | 708.7 | 10.3% |
| % Clientes Cabo com <i>Triple Play</i> | 55.2% | 60.1% | 5.0pp | 55.2% | 60.1% | 5.0pp |
| RGUs ⁽¹⁾ | 3,147.4 | 3,315.1 | 5.3% | 3,147.4 | 3,315.1 | 5.3% |
| ARPU Global (Euros) | 35.1 | 35.5 | 1.2% | 35.4 | 35.7 | 0.8% |
| Financeiros (Milhões de Euros) | | | | | | |
| Receitas de Exploração | 221.1 | 215.6 | (2.5%) | 872.3 | 854.8 | (2.0%) |
| TV por Subscrição, Banda Larga e Voz | 199.4 | 193.8 | (2.8%) | 785.8 | 772.4 | (1.7%) |
| EBITDA | 73.3 | 73.6 | 0.4% | 302.4 | 311.2 | 2.9% |
| Margem EBITDA | 33.2% | 34.1% | 1.0pp | 34.7% | 36.4% | 1.7pp |
| Resultado Consolidado Líquido | 3.9 | 5.7 | 46.4% | 35.4 | 34.2 | (3.5%) |
| EBITDA - CAPEX | (5.2) | 33.1 | n.a. | 54.2 | 161.4 | 197.5% |
| Free Cash Flow | (7.0) | 30.8 | n.a. | (47.8) | 51.5 | n.a. |

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

SÓLIDO DESEMPENHO E EFICIÊNCIA OPERACIONAL NA BASE DO FORTE CRESCIMENTO DE RGUS NO 4T11 E DA MELHORIA SIGNIFICATIVA DA GERAÇÃO DE FCF

DESTAQUES OPERACIONAIS

- o Forte crescimento de RGUs no 4T11, com adições líquidas de 58,5 mil serviços, de longe o melhor trimestre de 2011;
- o Crescimento anual de 10,3% da base de clientes de *Triple Play* no 4T11 para 708,7 mil, com a penetração de serviços *Triple Play* a atingir os 60,1% da base de clientes de cabo, um valor 5pp mais elevado que no 4T10;
- o Crescimento líquido de 12,8 mil subscritores da base de clientes de TV por Subscrição no 4T11 impulsionado pelo crescimento de 16 mil clientes da base de subscritores de cabo, o melhor trimestre desde o 1T08;
- o Continuação do forte crescimento na Banda Larga, com adições líquidas de 14,2 mil clientes no 4T11 para 739,2 mil subscritores, levando a penetração da base de clientes de cabo a aumentar para 62,7%;
- o A adoção de serviços com maior largura de banda continua a crescer, com os serviços de largura de banda igual ou superior a 30 Mbps a serem subscritos por cerca de 29% dos clientes de Banda Larga;
- o O melhor trimestre de 2011 em termos de crescimento dos serviços de Voz Fixa, com adições líquidas de 39,9 mil, elevando o número total de clientes de Voz Fixa para 883,9 mil, representando uma penetração de 73,2% da base de clientes de cabo;
- o Resiliência do ARPU Global, cifrando-se em 35,5 euros, representando um aumento de 1,2% em comparação com o 4T10.

DESTAQUES FINANCEIROS

- Decréscimo anual de 2,5% das Receitas de Exploração no 4T11 para 215,6 milhões de euros, representando uma melhoria da taxa de decréscimo face à verificada no trimestre anterior;
- O decréscimo nas Receitas de Exploração foi compensado pelo crescimento anual de 0,4% do EBITDA para 73,6 milhões de euros, representando uma margem de 34,1%, 1pp mais elevada que no 4T10;
- Tal como previsto, um aumento muito forte na geração de *cash*: o EBITDA-CAPEX aumentou de um valor negativo de 5,2 milhões de euros no 4T10 para um valor positivo de 33,1 milhões de euros no 4T11; o FCF aumentou para 30,8 milhões de euros no 4T11, o que compara com um valor negativo de 7 milhões de euros no 4T10;
- O Resultado Consolidado Líquido ascendeu a 5,7 milhões de euros no 4T11, um acréscimo de 46,4% em comparação com o 4T10, sendo que no ano de 2011 o Resultado Líquido se cifrou em 34,2 milhões de euros, mantendo-se relativamente estável em relação a 2010, apesar do impacto mais negativo da contribuição das operações em Angola;
- O FCF no ano de 2011 foi positivo em 51,5 milhões de euros, mais do que cobrindo os pagamentos líquidos de dividendos realizados em 2011, de 49,4 milhões de euros, permitindo uma redução na Dívida Financeira Líquida de 2,1 milhões de euros para 637,5 milhões de euros.

2. EVOLUÇÃO DO NEGÓCIO

Tabela 2.

| Indicadores de Negócio ('000) | 4T10 | 4T11 | 4T11 / 4T10 | 2010 | 2011 | 2011 / 2010 |
|-------------------------------------------------------|---------|----------------|-------------|---------|----------------|-------------|
| TV por Subscrição, Banda Larga e Voz | | | | | | |
| Casas Passadas ⁽¹⁾ | 3,190.7 | 3,152.6 | (1.2%) | 3,190.7 | 3,152.6 | (1.2%) |
| RGUs ⁽²⁾ | 3,147.4 | 3,315.1 | 5.3% | 3,147.4 | 3,315.1 | 5.3% |
| RGUs de Cabo por Subscritor (unidades) ⁽³⁾ | 2.25 | 2.36 | 5.1% | 2.25 | 2.36 | 5.1% |
| Subscritores ⁽⁴⁾ | 1,571.6 | 1,567.1 | (0.3%) | 1,571.6 | 1,567.1 | (0.3%) |
| dos quais Subscritores de Cabo | 1,163.9 | 1,178.4 | 1.2% | 1,163.9 | 1,178.4 | 1.2% |
| Clientes de <i>Triple Play</i> | 642.3 | 708.7 | 10.3% | 642.3 | 708.7 | 10.3% |
| % Clientes Cabo com <i>Triple Play</i> | 55.2% | 60.1% | 5.0pp | 55.2% | 60.1% | 5.0pp |
| dos quais Subscritores de Satélite | 407.6 | 388.7 | (4.6%) | 407.6 | 388.7 | (4.6%) |
| Banda Larga Fixa | 690.2 | 739.2 | 7.1% | 690.2 | 739.2 | 7.1% |
| Voz Fixa | 777.6 | 883.9 | 13.7% | 777.6 | 883.9 | 13.7% |
| Mobile | 107.9 | 125.0 | 15.8% | 107.9 | 125.0 | 15.8% |
| ARPU Global (Euros) | 35.1 | 35.5 | 1.2% | 35.4 | 35.7 | 0.8% |

Exibição Cinematográfica

| | | | | | | |
|--------------------------------|---------|----------------|------|---------|----------------|--------|
| Receitas por Espetador (Euros) | 4.7 | 4.8 | 1.7% | 4.7 | 4.9 | 4.2% |
| Bilhetes Vendidos | 2,242.5 | 2,260.4 | 0.8% | 9,100.6 | 8,742.2 | (3.9%) |
| 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 reflete a soma dos subscritores de TV por Subscrição, Banda Larga, Voz Fixa e Mobile.

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

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

O desempenho dos serviços *core* de *Triple Play* da ZON foi muito forte no 4T11, refletindo a continuada resiliência dos serviços de comunicações e entretenimento, perante um cenário económico desafiante. Os consumidores estão a revelar-se mais cautelosos nos seus padrões de consumo e em alguns casos optam por alterar os seus pacotes de serviços para pacotes menos dispendiosos. No entanto, este efeito tem sido compensado pela alteração de pacotes em sentido contrário por parte de outros grupos de consumidores, que aderem a serviços de TV e de nova geração mais sofisticados. Para além disto, existe ainda um novo grupo de clientes que está a aderir ao mercado de TV por Subscrição, impulsionado pelo processo de desligamento do sinal analógico terrestre que decorre atualmente em Portugal. As receitas provenientes dos serviços de *Triple Play* têm demonstrado resiliência apesar de alguma diluição dos ARPUs devida à adesão a serviços de TV por Subscrição e pacotes de serviços de gama mais baixa, dirigidos a clientes afetados pelo já mencionado processo de desligamento analógico.

Mais de 60% dos clientes de cabo subscreve pacotes de *Triple Play*

O número de clientes da ZON que subscrevia serviços de *Triple Play* no final de 2011 era de 708,7 mil, representando uma penetração de 60,1% da base de clientes de cabo, um aumento de 5 pontos percentuais face ao 4T10.

É de destacar a evolução muito positiva dos clientes de TV por Subscrição, registando um aumento líquido de 12,8 mil clientes no 4T11 para 1.567,1 mil clientes. O crescimento registado neste trimestre foi impulsionado pelo aumento na base de clientes multi-serviço de cabo em 16 mil clientes.

O excelente desempenho da nossa base de clientes de TV por Subscrição comprova o facto de que, apesar do difícil ambiente macroeconómico, os consumidores não estão a desligar os seus serviços, e consideram estes serviços de *Triple Play* como uma parte integrante da sua vida no dia-a-dia, servindo de base à necessidade permanente de estar *online* e com acesso a fontes de entretenimento pouco dispendiosas e altamente valorizadas. Um número significativo de clientes novos ou existentes subscrevem a nossa solução topo de gama de TV e largura de banda de nova geração, IRIS. No final do 4T11, cerca de 100 mil clientes da ZON subscreviam pacotes IRIS, a grande maioria dos quais com serviços de Banda Larga com velocidades iguais ou superiores a 30 Mbps. A interface de utilização “Snowflake” desenvolvida pela NDS que está na base da plataforma IRIS, tem continuado a receber prémios a nível internacional pelo seu *design* e facilidade de utilização. As funcionalidades inovadoras disponíveis na plataforma de TV da IRIS têm demonstrado ser um grande sucesso junto dos clientes, tal como é o caso da Restart TV. No 4T11, a interface IRIS foi também disponibilizada em *laptops*, *tablets* e *smartphones*, permitindo agora o acesso remoto à programação de TV e a funcionalidades de EPG, tais como a gravação de programas e acesso ao arquivo e ao videoclube. No 4T11, foram instaladas e ativadas 37 mil caixas de nova geração ZON Box, que assim totalizam praticamente 1 milhão, e das quais cerca de 10% incluem a plataforma IRIS.

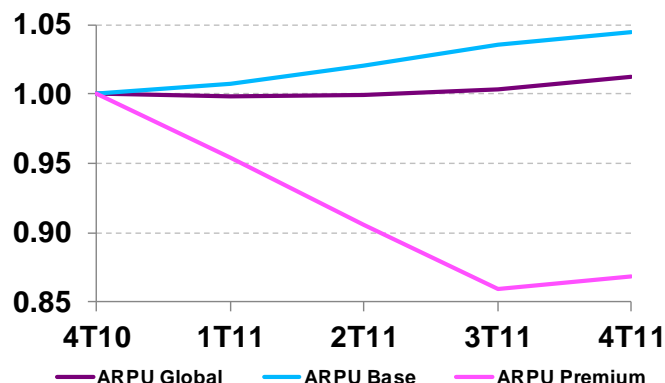
Contrastando com a adesão às soluções de topo de gama IRIS, para a gama mais baixa do mercado a ZON lançou um novo conjunto de produtos no último trimestre de 2011 destinado aos clientes confrontados com o desligamento analógico em curso nos primeiros meses de 2012. Estes clientes, que anteriormente acediam apenas aos canais *free-to-air* (FTA), foram confrontados com a necessidade de adquirir sintonizadores TDT ou de substituir os seus televisores por forma a poderem continuar a rececionar os 4 canais nacionais FTA existentes através da plataforma TDT. A ZON lançou uma campanha destinada a este segmento de mercado, oferecendo os 4 canais FTA existentes, com distribuição de sinal multi-sala, e chamadas de Voz Fixa ilimitadas, por € 9,99 por mês. Para além disto, a ZON lançou uma oferta *Triple Play* de gama mais baixa incluindo os 4 canais FTA, Banda Larga de 12 Mbps e chamadas de Voz Fixa ilimitadas por € 24,99 por mês. A adesão a estas ofertas tem sido muito encorajadora. É esperado que este segmento continue a impulsionar algum crescimento adicional no mercado de TV por Subscrição e *Triple Play* durante o 1T12 e até ao processo de desligamento analógico estar encerrado.

As receitas de canais *premium* permaneceram relativamente estáveis no 4T11 face ao trimestre anterior, apesar de no final do trimestre se ter feito sentir alguma pressão em termos da subscrição de canais *premium* de desporto. Os clientes têm revelado um comportamento mais conservador em termos de despesas discricionárias e têm optado por subscrever menos serviços *premium* adicionais. As receitas de ARPU provenientes de serviços *premium* no 4T11 foram em linha com as do trimestre anterior devido ao facto de que o número médio de subscritores ao longo do trimestre foi superior ao do 3T11.

Desempenho sólido no ARPU Base

O ARPU no 4T11 registou um acréscimo anual de 1,2% para 35,5 euros, o que compara com 35,1 euros no 4T10. O desempenho sólido nos pacotes de múltiplos serviços, bem como um ambiente mais estável no que concerne ao *pricing*, apesar de alguma atividade promocional *ad hoc* no final do ano, está refletido num crescimento anual de 4,4% do ARPU de serviços base. No entanto, este aumento do nível de ARPU Base foi diluído por um decréscimo de 13,2% do ARPU Premium devido à já mencionada pressão sentida nos serviços Premium, mais discricionários. É, no entanto, importante destacar que no 4T11 se verificou uma recuperação face ao 3T11.

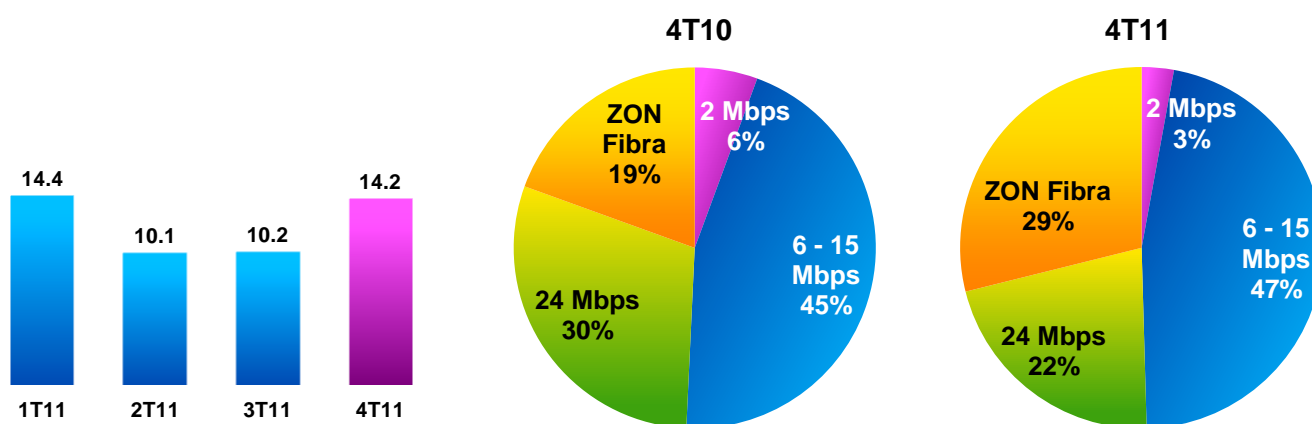
Evolução do ARPU Base, Premium e Global (4T10 = Base 1)



Final de ano com forte adesão a serviços de Banda Larga

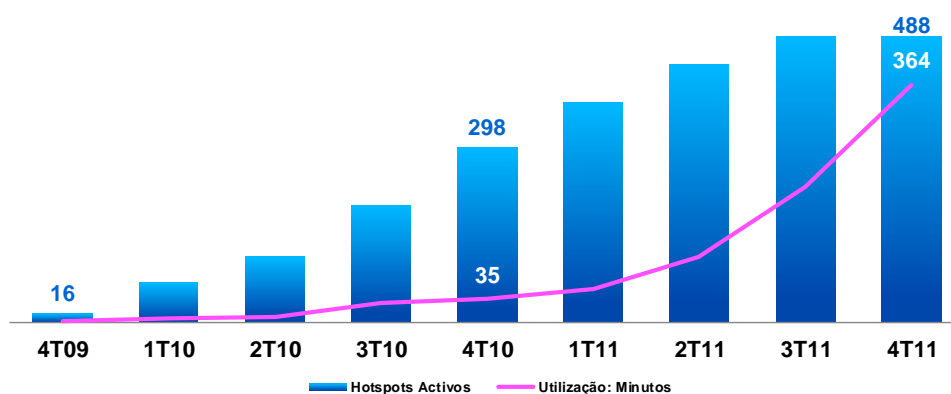
A base de clientes de Banda Larga aumentou em 14,2 mil clientes no 4T11, um acréscimo face aos níveis de crescimento registados nos trimestres anteriores, elevando o número total de clientes de Banda Larga para 739,2 mil, um crescimento de 7,1% face ao 4T10. A penetração dos serviços de Banda Larga na base de clientes de cabo é agora de 62,7%. Cerca de 29% da base de clientes de Banda Larga subscreve serviços de nova geração, com larguras de banda iguais ou superiores a 30 Mbps, sendo que mais de 50% subscreve serviços de largura de banda superior a 20 Mbps. A forte vantagem tecnológica da ZON em termos da capacidade da sua rede permite-lhe oferecer a praticamente toda a sua base de clientes serviços de larguras de banda até 360 Mbps. Os gráficos que se seguem ilustram a repartição da base de clientes de Banda Larga da ZON por velocidade, demonstrando a forte adesão a soluções de Banda Larga de topo de gama ao longo do último ano:

Adições Líquidas de Banda Larga ('000) Repartição da base de clientes de Banda Larga (%)



A utilização da rede WiFi gratuita da ZON continua a aumentar significativamente trimestre após trimestre. No 4T11, o volume de minutos utilizados nesta rede cresceu para 364 milhões, o que compara com apenas 35 milhões no 4T10, representando um aumento de 76% face aos 207 milhões de minutos de utilização que se registaram no 3T11. A grande maioria dos minutos foi utilizada por clientes de Banda Larga da ZON, sendo que estes números demonstram que existe um nível significativo de utilização desta funcionalidade WiFi por parte dos clientes da ZON. A rede ZON@FON é portanto uma vantagem muito relevante para fornecer acesso WiFi gratuito aos clientes de Banda Larga da ZON, devido à sua cobertura geográfica e densidade muito elevadas, sobretudo nos principais centros urbanos.

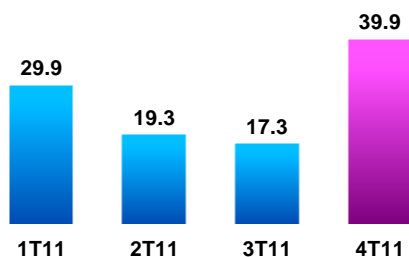
Hotspots ZON@FON e Utilização (Milhares, Milhões de Minutos)



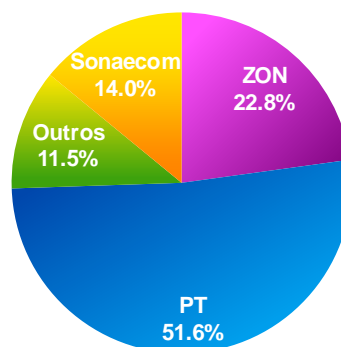
O trimestre com o melhor crescimento de Voz Fixa em 2011

A base de clientes de Voz Fixa da ZON registou o melhor trimestre do ano em termos de crescimento, com adições líquidas de 39,9 mil clientes no 4T11. A base total de clientes de Voz Fixa cifrava-se em 883,9 mil clientes no final do ano, representando uma penetração de 73,2% da base de clientes de cabo. Os dados mais recentes divulgados pelo regulador relativos às quotas do mercado de Voz Fixa demonstram não só que a quota de mercado da ZON continua a crescer trimestre após trimestre, cifrando-se em 22,8% no final dos 9M11, o que compara com 21,2% no final de 2010, como também que a ZON continua a ser o único dos principais operadores a registar crescimento no número de clientes de Voz Fixa.

Adições Líquidas de Voz Fixa (Milhares)



Quotas de Mercado de Voz Fixa 9M11 (%)



A base de clientes Mobile registou um decréscimo trimestral no 4T11 para 125,0 mil clientes, devido a uma redução nos clientes de banda larga móvel de 11,7 mil subscritores. Parte dos clientes de banda larga móvel que subscrevem pacotes de *Triple Play* são registados na base de clientes apenas caso tenham utilizado o serviço durante o trimestre. No 3T11, o número de utilizadores ativos aumentou significativamente em 10,5 mil clientes devido ao período de férias, em que os clientes tendem a utilizar mais as suas ligações de banda larga móvel. Durante o 4T11, o número de utilizadores ativos regressou aos níveis em que se encontrava antes do verão, refletindo o facto de os consumidores preferirem utilizar as suas ligações de banda larga fixa em casa, ou soluções WiFi, quando disponíveis, como é o caso da ZON@FON.

Audiovisuais e Cinemas

O 4T11 representou uma melhoria anual de 0,8% em termos do número de bilhetes de cinema vendidos. No entanto, no total do ano de 2011, o número de bilhetes vendidos diminuiu em 3,9%, o que representou um desempenho superior ao do restante mercado. Como um todo, o mercado registou uma queda de 5,2% no número de bilhetes vendidos, de acordo com dados recentemente publicados pelo Instituto Português do Cinema e do Audiovisual, ICA. Consequentemente, a quota de mercado da ZON em termos de bilhetes vendidos aumentou de 54,9% para 55,7% durante o ano de 2011.

No último trimestre de 2011, a receita média por bilhete registou um crescimento anual de 1,7% para 4,8 euros, o que compara com 4,7 euros no 4T10. Este desempenho é impulsionado pela posição de liderança da ZON em termos de inovação, com níveis de digitalização e penetração de tecnologia de projeção em 3D sem paralelo no mercado português (40% das 217 salas de cinema estão equipadas com esta tecnologia).

No que concerne às receitas brutas de cinema, o desempenho da ZON foi também mais forte face ao restante mercado, registando mesmo um ligeiro crescimento de 0,6% no ano de 2011, enquanto que as receitas brutas totais do mercado caíram 2,9%. Em resultado deste desempenho, a quota da ZON em termos de receitas brutas aumentou para 56,5% no final de 2011, uma melhoria face aos 54,6% que se tinham verificado em 2010. Os filmes de maior sucesso exibidos durante o ano de 2011 foram “A Saga Twilight: Amanhecer - Parte 1”, “Harry Potter e os Talismãs da Morte: Parte 2”, “Os Smurfs”, “Piratas das Caraíbas: Por Estranhas Marés” e “Velocidade Furiosa 5”.

As receitas da divisão de Audiovisuais registaram um crescimento anual de 9,2% para 20,1 milhões de euros no 4T11, tendo crescido 14,1% face ao trimestre anterior. No total do ano de 2011, as receitas de Audiovisuais registaram um decréscimo marginal de 0,8% para 72,4 milhões de euros.

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 no ano de 2011, a ZON Lusomundo distribuiu 5, sendo os filmes de maior sucesso “Piratas das Caraíbas: Por Estranhas Marés”, “A Saga Twilight: Amanhecer – Parte 1”, “Velocidade Furiosa 5”, “O Gato das Botas” e “Carros 2”. De acordo com dados publicados pelo ICA, a quota de receitas brutas da ZON em termos de distribuição cinematográfica em 2011 cifrou-se em 52,0%, uma melhoria face aos 51,8% atingidos no ano passado.

3. DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS

Tabela 3.

| Demonstração de Resultados (Milhões de Euros) | 4T10 | 4T11 | 4T11 / 4T10 | 2010 | 2011 | 2011 / 2010 |
|--------------------------------------------------------|---------|----------------|-------------|---------|----------------|-------------|
| Receitas de Exploração | 221.1 | 215.6 | (2.5%) | 872.3 | 854.8 | (2.0%) |
| TV por Subscrição, Banda Larga e Voz | 199.4 | 193.8 | (2.8%) | 785.8 | 772.4 | (1.7%) |
| Audiovisuais | 18.4 | 20.1 | 9.2% | 73.0 | 72.4 | (0.8%) |
| Exibição Cinematográfica | 15.3 | 14.7 | (3.8%) | 61.5 | 59.2 | (3.7%) |
| Outros e Eliminações | (11.9) | (12.9) | 8.2% | (48.0) | (49.2) | 2.5% |
| Custos Operacionais, Excluindo Amortizações | (147.7) | (142.0) | (3.9%) | (570.0) | (543.6) | (4.6%) |
| Custos com Pessoal | (15.5) | (14.9) | (4.2%) | (58.3) | (59.3) | 1.7% |
| Custos Diretos dos Serviços Prestados | (63.8) | (60.8) | (4.8%) | (251.7) | (243.9) | (3.1%) |
| Custos Comerciais ⁽¹⁾ | (22.4) | (21.6) | (3.7%) | (74.8) | (62.1) | (17.0%) |
| Outros Custos Operacionais | (45.9) | (44.7) | (2.6%) | (185.1) | (178.3) | (3.7%) |
| EBITDA ⁽²⁾ | 73.3 | 73.6 | 0.4% | 302.4 | 311.2 | 2.9% |
| Margem EBITDA | 33.2% | 34.1% | 1.0pp | 34.7% | 36.4% | 1.7pp |
| Amortizações | (58.9) | (53.3) | (9.5%) | (219.6) | (217.6) | (0.9%) |
| Resultado Operacional ⁽³⁾ | 14.4 | 20.3 | 40.9% | 82.8 | 93.6 | 13.1% |
| Outros Custos / (Proveitos) | 0.5 | 0.0 | (94.3%) | (0.6) | (1.0) | 69.0% |
| EBIT (Res. Antes de Resultados Financeiros e Impostos) | 14.9 | 20.3 | 36.4% | 82.3 | 92.7 | 12.7% |
| (Custos) / Ganhos Financeiros Líquidos | (7.1) | (8.6) | 21.3% | (28.2) | (32.7) | 15.8% |
| (Perdas) / Ganhos em Empresas Participadas, Líquidas | (2.4) | (3.2) | 29.2% | (7.9) | (10.3) | 31.0% |
| Resultado Antes de Impostos e Interesses Minoritários | 5.3 | 8.5 | 60.0% | 46.1 | 49.6 | 7.6% |
| Imposto Sobre o Rendimento | (1.4) | (2.7) | 93.2% | (9.3) | (14.8) | 58.2% |
| Resultado das Operações Continuadas | 4.0 | 5.9 | 48.4% | 36.8 | 34.8 | (5.3%) |
| Interesses Minoritários | (0.1) | (0.2) | 134.0% | (1.3) | (0.6) | (51.8%) |
| Resultado Consolidado Líquido | 3.9 | 5.7 | 46.4% | 35.4 | 34.2 | (3.5%) |

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

(2) EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações.

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

3.1 Receitas de Exploração

As **Receitas de Exploração** cifraram-se em 215,6 milhões de euros no 4T11, representando um decréscimo de 2,5% face ao 4T10, representando no entanto uma melhoria de 0,9% face ao trimestre anterior. As receitas de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz registaram um decréscimo anual de 2,8% para 193,8 milhões de euros, tendo aumentado 1,2% em comparação com o 3T11. Excluindo as receitas provenientes da subscrição de canais *premium*, as receitas ARPU base de *Triple Play* registaram um crescimento anual de 3,5% no 4T11. As receitas Premium de subscritores da ZON diminuíram em 13,9% no 4T11 face ao 4T10, uma recuperação face ao 3T11, em que as receitas Premium tinham registado um decréscimo anual de 15,2%. Em termos de evolução trimestral, as receitas Premium permaneceram estáveis. O desempenho positivo das receitas de ARPU base de *Triple Play* reforça o facto de que os serviços base de *Triple Play* se têm revelado resilientes ao cenário económico desafiante e são parte integrante da vida doméstica diária. No entanto, os consumidores têm

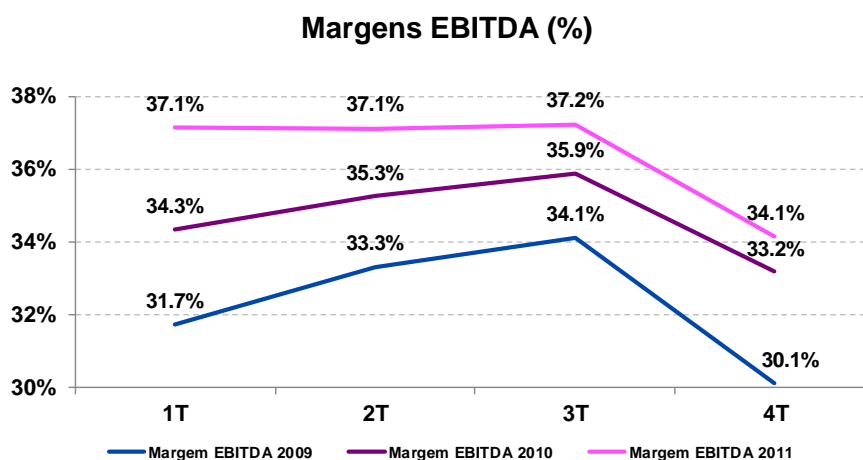
exibido padrões de consumo mais cautelosos no que diz respeito aos elementos mais discricionários da sua fatura mensal, tais como os canais *premium*.

As receitas da divisão de Audiovisuais registaram um crescimento anual de 9,2% no 4T11 para 20,1 milhões de euros, impulsionadas por uma melhoria das receitas provenientes da distribuição cinematográfica, e da *joint venture* Dreamia. As vendas de DVDs continuam a registar uma tendência negativa, diluindo assim o desempenho positivo desta unidade de negócio. As receitas de Exibição Cinematográfica decresceram 3,8% no 4T11 face ao 4T10 para 14,7 milhões de euros, devido à queda das receitas não relacionadas com a venda de bilhetes.

3.2 EBITDA

O **EBITDA** registou um crescimento anual de 0,4% para 73,6 milhões de euros, representando um aumento de 1pp na Margem EBITDA para 34,1% no 4T11. No ano de 2011 o EBITDA cresceu 2,9% para 311,2 milhões de euros, registando um aumento anual de 1,7pp na Margem EBITDA para 36,4%, o que compara com 34,7% em 2010. O decréscimo trimestral do EBITDA que se verificou no 4T11 esteve relacionado com o declínio sazonal normal nas margens EBITDA que se faz sentir na aproximação ao final do ano, e que se explica pelo nível mais elevado de atividade comercial e dos custos a ela associados.

A melhoria anual do EBITDA reflete a redução dos custos, obtida através de um esforço permanente no controlo e maior eficiência na estrutura de custos, e o ambiente de *churn* mais reduzido. Os Custos Operacionais Consolidados excluindo Depreciações e Amortizações diminuíram em 3,9% para 142 milhões de euros no 4T11 e em 4,6% no ano de 2011.



3.3 Custos Operacionais Consolidados

Os **Custos com Pessoal** registaram um decréscimo de 4,2% no 4T11 para 14,9 milhões de euros. No entanto, este item de custos manteve-se relativamente estável no ano de 2011, com 59,3 milhões de euros, o que compara com os 58,3 milhões de euros que foram registados em 2010.

Os **Custos Diretos** ascenderam a 60,8 milhões de euros no 4T11, um valor 4,8% mais reduzido que o registado no 4T10. O decréscimo no 4T11 resulta principalmente do nível mais reduzido de custos de programação, devido ao menor nível de subscrições de canais *premium* no trimestre e a uma redução

nos custos totais de alguns dos canais contratados, custos de interligação e partilha de receitas de publicidade.

Os **Custos Comerciais** também registaram um decréscimo significativo de 3,7% no 4T11 para 21,6 milhões de euros e de 17,0% em 2011 face a 2010. A redução continuada dos Custos Comerciais resulta de uma utilização mais eficiente dos canais de venda, de um ambiente competitivo e promocional 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 2,6% no 4T11 face ao 4T10 para 44,7 milhões de euros, tendo diminuído 3,7% no ano de 2011 face a 2010, para 178,3 milhões de euros. Este decréscimo foi impulsionado principalmente por uma redução de custos em diversas áreas gerais e administrativas, nomeadamente em custos de serviço ao cliente, manutenção e reparações, resultando sobretudo da implementação de várias medidas visando melhorar a eficiência operacional ao nível do *contact center*.

3.4 Resultado Líquido

O **Resultado Consolidado Líquido** cifrou-se em 5,7 milhões de euros no 4T11, 46,4% acima do 4T10, ascendendo a 34,2 milhões de euros no ano de 2011. O Resultado Líquido foi afetado pelo impacto negativo das operações Angolanas, no montante de 10,2 milhões de euros em 2011, e de 8,0 milhões de euros em 2010. Sem este impacto o Resultado Líquido teria registado um crescimento de 2,1% em 2011.

As **Depreciações e Amortizações** foram significativamente mais reduzidas no 4T11, cifrando-se em 53,3 milhões de euros, o que compara com 58,9 milhões de euros no 4T10, tendo-se mantido relativamente estáveis face ao 3T11. As Depreciações e Amortizações em 2011 ascenderam a 217,6 milhões de euros, representando um decréscimo de 0,9% face a 2010. As Depreciações e Amortizações ainda se mantêm num nível relativamente elevado devido ao significativo ciclo de CAPEX acelerado do período 2008-2010.

O **Resultado Financeiro Líquido** no 4T11 foi negativo em 11,8 milhões de euros, um agravamento de 23,3% face ao 4T10. No ano de 2011, o Resultado Financeiro Líquido agravou-se em 19,2% para um valor negativo em 43,0 milhões de euros. O agravamento anual no 4T11 resulta de um ligeiro aumento dos Encargos com Juros Líquidos, que aumentaram de 5,9 milhões de euros no 4T10 para 6,1 milhões de euros no 4T11. A operação Angolana teve uma contribuição mais negativa para o Resultado Financeiro Líquido no 4T11, de 3,1 milhões de euros, devido ao aumento muito significativo na atividade comercial no final do ano. A operação aumentou a sua base de clientes de uma forma muito significativa no 4T11, levando a um pico nos custos comerciais e com ativações de clientes, totalmente contabilizados neste trimestre mas cujas receitas apenas serão refletidas em períodos futuros.

O **Imposto Sobre o Rendimento** no 4T11 cifrou-se em 2,7 milhões de euros, ascendendo a 14,8 milhões de euros no ano de 2011, o que compara com 9,3 milhões de euros em 2010, representando uma taxa de imposto efetiva de 29,8% para o ano de 2011.

4. CAPEX E CASH FLOW

4.1 CAPEX

Tabela 4.

| CAPEX (Milhões de Euros) | 4T10 | 4T11 | 4T11 / 4T10 | 2010 | 2011 | 2011 / 2010 |
|------------------------------------------------------|------|------|-------------|-------|-------|-------------|
| Infra-estrutura TV por Subscrição, Banda Larga e Voz | 23.7 | 23.3 | (1.4%) | 88.4 | 82.2 | (7.0%) |
| Equipamento Terminal | 17.8 | 13.0 | (26.6%) | 77.3 | 50.2 | (35.1%) |
| Outros | 3.8 | 2.8 | (24.9%) | 12.7 | 8.2 | (35.6%) |
| CAPEX Recorrente | 45.2 | 39.2 | (13.2%) | 178.3 | 140.5 | (21.2%) |
| Contratos de Longo Prazo | 6.0 | 0.0 | (100.0%) | 10.9 | 0.0 | (100.0%) |
| Outros Itens Não Recorrentes | 27.3 | 1.3 | (95.3%) | 58.9 | 9.4 | (84.1%) |
| CAPEX Total | 78.5 | 40.5 | (48.4%) | 248.1 | 149.9 | (39.6%) |

Tal como previsto no início de 2011, o nível de CAPEX reduziu-se significativamente, estando completo o ciclo acelerado de investimento dos três anos anteriores. Todos os principais *upgrades* de rede estão concluídos e a maioria do *upgrade* para as *set top boxes* de nova geração já se encontra realizado. Este investimento irá assim diminuir ainda mais em 2012 e nos anos seguintes.

O CAPEX Total em 2011 ascendeu a 149,9 milhões de euros, sendo que o CAPEX Recorrente atingiu os 140,5 milhões de euros. Cerca de 60% deste montante está relacionado com o investimento em infraestruturas de *Triple Play*, sendo que aproximadamente 35% está associado a equipamento terminal de clientes. O CAPEX Total representou cerca de 19% das receitas *core* de *Triple Play* em 2011, representando um decréscimo significativo dos quase 32% que se registaram em 2010.

CAPEX Total (Milhões de Euros)

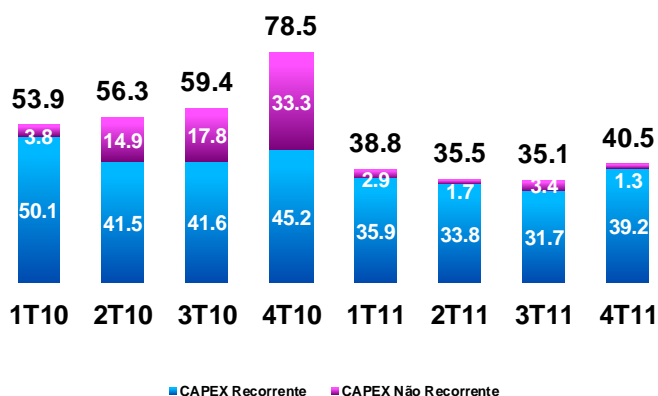


Tabela 5.

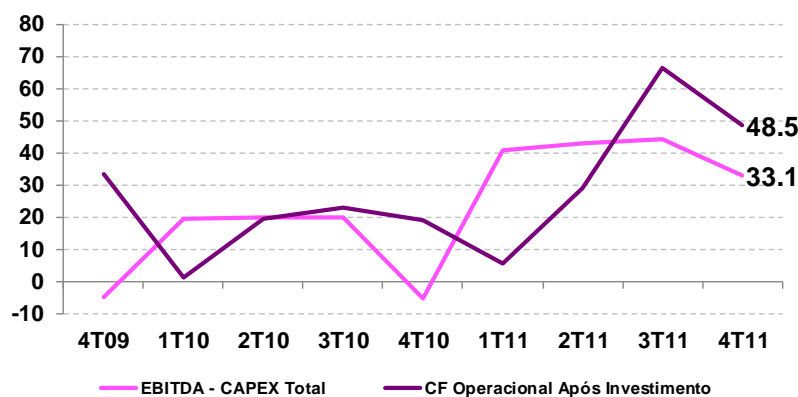
| Cash Flow (Milhões de Euros) | 4T10 | 4T11 | 4T11 / 4T10 | 2010 | 2011 | 2011 / 2010 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|-------------|---------|---------|-------------|
| EBITDA | 73.3 | 73.6 | 0.4% | 302.4 | 311.2 | 2.9% |
| CAPEX | (78.5) | (40.5) | (48.4%) | (248.1) | (149.9) | (39.6%) |
| CAPEX Recorrente | (45.2) | (39.2) | (13.2%) | (178.3) | (140.5) | (21.2%) |
| CAPEX Não Recorrente | (33.3) | (1.3) | (96.1%) | (69.8) | (9.4) | (86.6%) |
| Itens Não Monetários Incl. no EBITDA-CAPEX ⁽¹⁾ e Variação no Fundo de Maneio | 24.3 | 15.4 | (36.6%) | 8.5 | (11.5) | n.a. |
| Cash Flow Operacional Após Investimento | 19.1 | 48.5 | 153.5% | 62.7 | 149.9 | 139.0% |
| Contratos de Longo Prazo | (14.4) | (10.2) | (28.9%) | (81.0) | (65.3) | (19.4%) |
| Juros Pagos (Líquidos) e Outros Encargos Financeiros | (12.0) | (3.6) | (69.7%) | (25.9) | (21.3) | (17.5%) |
| Impostos Sobre o Rendimento | (2.1) | (3.9) | (86.4%) | (10.8) | (16.5) | 52.8% |
| Alienações de Investimentos Financeiros | 0.0 | 0.0 | n.a. | 6.7 | 6.7 | 0.0% |
| Outros Movimentos | 2.3 | 0.0 | n.a. | 0.4 | (1.9) | n.a. |
| Free Cash-Flow | (7.0) | 30.8 | n.a. | (47.8) | 51.5 | 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 no 4T11 para 33,1 milhões de euros, o que compara com o valor negativo de 5,2 milhões de euros que se registou no 4T10, impulsionado pelo desempenho positivo em termos de EBITDA e pela já mencionada redução do CAPEX. Em 2011, o EBITDA-CAPEX quase que triplicou para 161,4 milhões de euros, o que compara com um valor de 54,3 milhões de euros em 2010. No 4T11, o Cash Flow Operacional foi positivamente influenciado por uma variação do fundo de maneio de 15,4 milhões de euros e, por conseguinte, o Cash Flow Operacional Após Investimento no 4T11 cresceu para 48,5 milhões de euros, o que compara com 19,1 milhões de euros no 4T10. O Cash Flow Operacional Após Investimento no ano de 2011 registou um acréscimo anual muito significativo para 149,9 milhões de euros, o que compara com um montante de 62,7 milhões de euros em 2010.

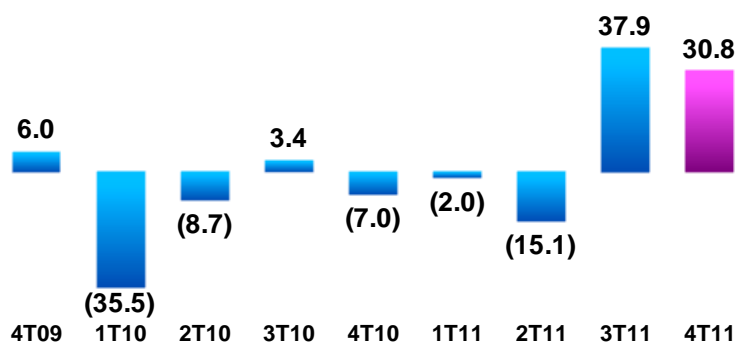
EBITDA - CAPEX e CF Operacional Após Investimento (Milhões de Euros)



4.3 Free Cash Flow

O **Free Cash Flow Total** no 4T11 aumentou para 30,8 milhões de euros, o que compara com um valor negativo de 7 milhões de euros no 4T10. No total do ano de 2011, o FCF ascendeu a 51,5 milhões de euros o que compara com um montante negativo em 47,8 milhões de euros em 2010. Este desempenho sólido reflete a alteração no ritmo de geração de *cash* da ZON, impulsionada pela contínua melhoria no desempenho operacional e pelo facto de estarem concluídos os *upgrades* acelerados de rede e equipamento terminal de cliente dos anos anteriores.

Free Cash Flow (Milhões de Euros)



Para além do Cash Flow Operacional anteriormente mencionado, os principais impactos na geração de FCF no 4T11 foram (i) pagamentos de Contratos de Longo Prazo de 10,2 milhões de euros (65,3 milhões de euros em 2011), (ii) juros líquidos de 3,6 milhões de euros (21,3 milhões de euros em 2011) e (iii) impostos sobre o rendimento de 3,9 milhões de euros (16,5 milhões de euros em 2011).

Dos 51,5 milhões de euros de FCF gerado em 2011, foram pagos 49,4 milhões de euros de dividendos líquidos no 2T11, permitindo reduzir o nível de Dívida Financeira Líquida em 2,1 milhões de euros.

5. BALANÇO CONSOLIDADO

Tabela 6.

| Balanço Consolidado (Milhões de Euros) | 2010 | 2011 |
|--------------------------------------------------|----------------|----------------|
| Ativo Corrente | 531.4 | 708.9 |
| Caixa e Equivalentes de Caixa | 264.6 | 407.4 |
| Contas a Receber | 188.8 | 237.8 |
| Existências | 58.6 | 46.7 |
| Impostos a Recuperar | 2.8 | 5.1 |
| Custos Diferidos e Outros Ativos Correntes | 16.6 | 11.9 |
| Ativo não Corrente | 1,119.3 | 1,076.7 |
| Investimentos em Empresas Participadas | 1.1 | 0.5 |
| Ativos Intangíveis | 336.7 | 314.7 |
| Ativos Tangíveis | 645.8 | 647.1 |
| Ativos por Impostos Diferidos | 51.0 | 49.9 |
| Outros Ativos não Correntes | 84.5 | 64.5 |
| Total do Ativo | 1,650.7 | 1,785.6 |
| Passivo Corrente | 398.7 | 789.1 |
| Dívida de Curto Prazo | 92.6 | 500.0 |
| Contas a Pagar | 210.5 | 207.1 |
| Acréscimos de Custos | 70.4 | 56.5 |
| Proveitos Diferidos | 4.1 | 3.8 |
| Impostos a Pagar | 10.8 | 17.2 |
| Provisões e Outros Passivos Correntes | 10.4 | 4.6 |
| Passivo Não Corrente | 1,001.8 | 761.5 |
| Dívida de Médio e Longo Prazo | 973.0 | 729.4 |
| Provisões e Outros Passivos não Correntes | 28.8 | 32.1 |
| Total do Passivo | 1,400.5 | 1,550.6 |
| Capital Próprio antes de Interesses Minoritários | 240.3 | 225.0 |
| Capital Social | 3.1 | 3.1 |
| Acções Próprias | (0.0) | (0.6) |
| Reservas e Resultados Transitados | 201.8 | 188.3 |
| Resultado Líquido | 35.4 | 34.2 |
| Interesses Minoritários | 9.9 | 10.0 |
| Capital Próprio | 250.2 | 235.0 |
| Total do Passivo e Capital Próprio | 1,650.7 | 1,785.6 |

5.1 Estrutura de Capital

No final de Dezembro de 2011, a **Dívida Financeira Líquida** cifrava-se em 637,5 milhões de euros, um decréscimo de 30,8 milhões de euros face ao 3T11, explicado pela geração positiva de FCF previamente abordada.

Tal como foi mencionado na anterior Divulgação de Resultados, no 3T11 a ZON tinha negociado operações de cobertura de taxa de juro adicionais no montante de 257,5 milhões de euros (dos quais 157,5 milhões de euros entraram em vigor em Dezembro de 2011). Assim sendo, o total de operações de cobertura de taxa de juro em vigor no final do 4T11 ascendia a 434 milhões de euros, equivalente a 68% da Dívida Financeira Líquida total.

A dívida financeira total no final do 4T11 ascendia a 1.107,8 milhões de euros, sendo compensada por uma posição de caixa e equivalentes de caixa no Balanço Consolidado de 470,3 milhões de euros. O custo médio *all-in* da Dívida Financeira Líquida da ZON foi de 4,07% no ano de 2011.

Em Fevereiro de 2012, a ZON divulgou que tinha garantido um Programa de Papel Comercial totalmente subscrito com a Caixa Geral de Depósitos, no montante de 100 milhões de euros e com maturidade em 2015. Esta nova linha de crédito substitui o Programa de Papel Comercial semelhante previamente existente, no montante de 125 milhões de euros, cuja maturidade seria atingida durante 2012. A negociação desta nova linha de crédito contribuirá para uma maior estabilidade da estrutura de capital da ZON, aumentando a maturidade média da sua Dívida Financeira Líquida. Em conjunto com uma significativa melhoria do perfil de *cash flow*, esta negociação coloca a ZON numa posição muito confortável, sem necessidades de refinanciamento previsíveis até ao final de 2013. Com esta nova linha, a maturidade média da dívida financeira da ZON é de 2,31 anos.

O **Rácio de Alavancagem Financeira** aumentou para 73,1% no final de 2011 em comparação com os 71,9% que se verificavam no final de 2010, e o rácio **Dívida Financeira Líquida / EBITDA** (últimos 4 trimestres) encontra-se agora em 2,0x. A Dívida Líquida Total no montante de 759,9 milhões de euros inclui também compromissos com Contratos de Longo Prazo registados como Passivo no Balanço Consolidado, dos quais os mais relevantes são contratos de longo prazo de *transponders*, telecomunicações e de conteúdos.

Tabela 7.

| Dívida Financeira Líquida (Milhões de Euros) | 2010 | 2011 | 2011 / 2010 |
|--------------------------------------------------------|-------|---------|-------------|
| Dívida de Curto Prazo | 45.5 | 467.4 | n.a. |
| Empréstimos Bancários e Outros | 41.4 | 462.4 | n.a. |
| Locações Financeiras | 4.1 | 5.0 | 20.5% |
| Dívida de Médio e Longo Prazo | 867.4 | 640.4 | (26.2%) |
| Empréstimos Bancários | 853.3 | 628.6 | (26.3%) |
| Locações Financeiras | 14.0 | 11.7 | (16.4%) |
| Dívida Total | 912.9 | 1,107.8 | 21.4% |
| Caixa, Equivalentes de Caixa e Empréstimos Intra-Grupo | 273.2 | 470.3 | 72.1% |
| Dívida Financeira Líquida | 639.7 | 637.5 | (0.3%) |
| Rácio de Alavancagem Financeira ⁽¹⁾ | 71.9% | 73.1% | 1.2pp |
| Dívida Financeira Líquida / EBITDA | 2.1x | 2.0x | 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 da ZON em Angola e Moçambique, registou um crescimento recorde do número de clientes no último trimestre de 2011, bastante acima das expectativas. A ZAP é uma marca altamente reconhecida em Angola e continua a posicionar-se como a melhor oferta nos territórios onde está presente. No 4T11, a contribuição financeira negativa da ZAP para os resultados da ZON foi mais elevada que no trimestre anterior devido a este volume muito mais elevado de custos de aquisição de clientes, com as adições líquidas quase a duplicarem neste trimestre. Estes custos foram totalmente contabilizados no 4T11, sendo que apenas se traduzirão em receitas ao longo dos próximos trimestres com a contínua utilização do serviço por parte dos clientes. A ZAP tem demonstrado ser um enorme sucesso no mercado Angolano.

7. ANEXO

7.1 ANEXO I

Tabela 8.

| Indicadores de Negócio ('000) | 1T10 | 2T10 | 3T10 | 4T10 | 1T11 | 2T11 | 3T11 | 4T11 |
|------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------------|
| 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 | 3,152.6 |
| Subscritores ⁽²⁾ | 1,588.4 | 1,576.9 | 1,573.1 | 1,571.6 | 1,554.4 | 1,552.8 | 1,554.2 | 1,567.1 |
| os quais subscrevem | | | | | | | | |
| Banda Larga Fixa | 635.4 | 650.1 | 666.4 | 690.2 | 704.7 | 714.8 | 725.0 | 739.2 |
| Voz Fixa | 646.1 | 692.0 | 732.3 | 777.6 | 807.5 | 826.8 | 844.0 | 883.9 |
| Mobile ⁽³⁾ | 80.5 | 92.3 | 104.7 | 107.9 | 114.7 | 118.4 | 133.4 | 125.0 |
| Subscritores de Cabo | 1,176.4 | 1,166.3 | 1,162.7 | 1,163.9 | 1,155.5 | 1,157.8 | 1,162.4 | 1,178.4 |
| Clientes de <i>Triple Play</i> | 536.7 | 571.9 | 603.5 | 642.3 | 666.0 | 678.5 | 688.8 | 708.7 |
| % Clientes Cabo com <i>Triple Play</i> | 45.6% | 49.0% | 51.9% | 55.2% | 57.6% | 58.6% | 59.3% | 60.1% |
| Clientes de <i>Double Play</i> | 200.9 | 186.3 | 176.7 | 165.7 | 160.7 | 163.7 | 169.3 | 184.6 |
| % Clientes Cabo com <i>Double Play</i> | 17.1% | 16.0% | 15.2% | 14.2% | 13.9% | 14.1% | 14.6% | 15.7% |
| Clientes de <i>Single Play</i> | 438.8 | 408.1 | 382.5 | 356.0 | 328.8 | 315.6 | 304.2 | 285.1 |
| % Clientes Cabo com <i>Single Play</i> | 37.3% | 35.0% | 32.9% | 30.6% | 28.5% | 27.3% | 26.2% | 24.2% |
| Subscritores de Satélite | 412.1 | 410.6 | 410.4 | 407.6 | 398.9 | 395.0 | 391.9 | 388.7 |
| Penetração de Canais Premium de Filmes e Desporto ⁽⁴⁾ | 48.5% | 47.3% | 45.6% | 44.4% | 44.1% | 41.6% | 42.9% | 41.9% |
| RGUs ⁽⁵⁾ | 2,950.5 | 3,011.4 | 3,076.5 | 3,147.4 | 3,181.3 | 3,212.8 | 3,256.6 | 3,315.1 |
| RGUs de Cabo por Subscritor (unidades) ⁽⁶⁾ | 2.08 | 2.14 | 2.19 | 2.25 | 2.29 | 2.31 | 2.33 | 2.36 |
| ARPU Global (Euros) | 35.2 | 35.6 | 35.8 | 35.1 | 35.8 | 35.8 | 36.0 | 35.5 |
| Adições Líquidas | | | | | | | | |
| Clientes de <i>Triple Play</i> | 52.3 | 35.2 | 31.6 | 38.8 | 23.8 | 12.5 | 10.3 | 19.9 |
| Subscritores | (6.4) | (11.6) | (3.8) | (1.5) | (17.1) | (1.6) | 1.4 | 12.8 |
| Banda Larga Fixa | 24.7 | 14.7 | 16.3 | 23.8 | 14.4 | 10.1 | 10.2 | 14.2 |
| Voz Fixa | 62.0 | 45.9 | 40.3 | 45.3 | 29.9 | 19.3 | 17.3 | 39.9 |
| Mobile | 11.7 | 11.8 | 12.3 | 3.2 | 6.8 | 3.7 | 15.0 | (8.4) |
| RGUs | 92.0 | 60.9 | 65.1 | 70.8 | 33.9 | 31.5 | 43.8 | 58.5 |
| Exibição Cinematográfica | | | | | | | | |
| Receitas por Espectador (Euros) | 4.6 | 4.6 | 4.8 | 4.7 | 4.7 | 4.9 | 5.1 | 4.8 |
| Bilhetes Vendidos | 2,471.6 | 1,716.6 | 2,670.0 | 2,242.5 | 2,016.5 | 2,093.6 | 2,371.7 | 2,260.4 |
| Salas (unidades) | 213 | 213 | 213 | 213 | 217 | 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, direcionados para diferentes segmentos de mercado (doméstico, imobiliário e empresarial), com distinto âmbito geográfico (Portugal Continental e ilhas) e com um número variável de canais.

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

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

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

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

7.2 ANEXO II

Tabela 9.

| Demonstração de Resultados (Milhões de Euros) | 1T10 | 2T10 | 3T10 | 4T10 | 1T11 | 2T11 | 3T11 | 4T11 |
|---------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Receitas de Exploração | 213.5 | 216.2 | 221.6 | 221.1 | 214.1 | 211.5 | 213.7 | 215.6 |
| TV por Subscrição, Banda Larga e Voz | 192.7 | 197.4 | 196.3 | 199.4 | 195.6 | 191.6 | 191.4 | 193.8 |
| Audiovisuais | 15.5 | 19.0 | 20.1 | 18.4 | 17.1 | 17.7 | 17.6 | 20.1 |
| Exibição Cinematográfica | 15.7 | 12.1 | 18.5 | 15.3 | 13.6 | 14.4 | 16.5 | 14.7 |
| Outros e Eliminações | (10.4) | (12.3) | (13.3) | (11.9) | (12.1) | (12.2) | (11.9) | (12.9) |
| Custos Operacionais, Excluindo Amortizações | (140.2) | (140.0) | (142.1) | (147.7) | (134.6) | (132.9) | (134.1) | (142.0) |
| Custos com Pessoal | (14.3) | (14.5) | (13.9) | (15.5) | (14.7) | (14.4) | (15.3) | (14.9) |
| Custos Diretos dos Serviços Prestados | (61.6) | (62.3) | (64.0) | (63.8) | (61.1) | (60.9) | (61.2) | (60.8) |
| Custos Comerciais ⁽¹⁾ | (16.7) | (17.9) | (17.8) | (22.4) | (15.2) | (12.1) | (13.1) | (21.6) |
| Outros Custos Operacionais | (47.5) | (45.3) | (46.3) | (45.9) | (43.6) | (45.5) | (44.5) | (44.7) |
| EBITDA ⁽²⁾ | 73.3 | 76.2 | 79.5 | 73.3 | 79.5 | 78.5 | 79.6 | 73.6 |
| Margem EBITDA | 34.3% | 35.3% | 35.9% | 33.2% | 37.1% | 37.1% | 37.2% | 34.1% |
| Amortizações | (53.1) | (52.1) | (55.4) | (58.9) | (55.6) | (53.3) | (55.5) | (53.3) |
| Resultado Operacional ⁽³⁾ | 20.3 | 24.1 | 24.1 | 14.4 | 24.0 | 25.3 | 24.1 | 20.3 |
| Outros Custos / (Proveitos) | (0.0) | (0.4) | (0.6) | 0.5 | 0.3 | (0.9) | (0.4) | 0.0 |
| EBIT (Res. Antes de Resultados Financeiros e Impostos) | 20.2 | 23.6 | 23.5 | 14.9 | 24.3 | 24.3 | 23.7 | 20.3 |
| (Custos) / Ganhos Financeiros Líquidos | (7.2) | (6.7) | (7.2) | (7.1) | (7.5) | (8.1) | (8.5) | (8.6) |
| (Perdas) / Ganhos em Empresas Participadas, Líquidas | (0.9) | (1.3) | (3.2) | (2.4) | (2.8) | (2.3) | (2.0) | (3.2) |
| Resultado Antes de Impostos e Interesses Minoritários | 12.1 | 15.6 | 13.1 | 5.3 | 14.0 | 13.9 | 13.3 | 8.5 |
| Imposto Sobre o Rendimento | (2.4) | (1.5) | (4.1) | (1.4) | (3.6) | (4.6) | (3.9) | (2.7) |
| Resultado das Operações Continuadas | 9.7 | 14.1 | 9.0 | 4.0 | 10.4 | 9.2 | 9.3 | 5.9 |
| Interesses Minoritários | (0.4) | (0.5) | (0.4) | (0.1) | (0.2) | (0.0) | (0.2) | (0.2) |
| Resultado Consolidado Líquido | 9.3 | 13.6 | 8.6 | 3.9 | 10.2 | 9.2 | 9.1 | 5.7 |
| CAPEX Recorrente | 50.1 | 41.5 | 41.6 | 45.2 | 35.9 | 33.8 | 31.7 | 39.2 |
| CAPEX Total | 53.9 | 56.3 | 59.4 | 78.5 | 38.8 | 35.5 | 35.1 | 40.5 |
| Free Cash Flow | (35.5) | (8.7) | 3.4 | (7.0) | (2.0) | (15.1) | 37.9 | 30.8 |
| Dívida Financeira Líquida | 577.2 | 635.7 | 632.6 | 639.7 | 641.7 | 706.8 | 668.3 | 637.5 |

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

(2) EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações.

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

8. AVISO LEGAL

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

9. CONTACTOS

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

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

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

Conference call agendada para 1 de Março de 2012 às 13h00

Conference ID: 53164558

UK Standard International: +44 (0) 1452 551 089

USA Dial In: +1 877 213 24 55

Encore Replay Access Number: 53164558#

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