

DIVULGAÇÃO DE
RESULTADOS
PRIMEIROS NOVE MESES 2012



1

DESTAQUES 3T12

Tabela 1.

Destques 3T12	3T11	3T12	3T12 / 3T11	9M11	9M12	9M12 / 9M11
Operacionais ('000)						
RGUs ⁽¹⁾	3,256.6	3,438.7	5.6%	3,256.6	3,438.7	5.6%
Subscritores	1,554.2	1,574.4	1.3%	1,554.2	1,574.4	1.3%
Cientes de <i>Triple Play</i>	688.8	751.7	9.1%	688.8	751.7	9.1%
% Cientes Cabo com <i>Triple Play</i>	59.3%	62.4%	3.2pp	59.3%	62.4%	3.2pp
Cientes IRIS	65.0	193.0	197.1%	65.0	193.0	197.1%
Cientes de Banda Larga Fixa	725.0	766.2	5.7%	725.0	766.2	5.7%
Cientes de Voz Fixa	844.0	960.2	13.8%	844.0	960.2	13.8%
Financeiros (Milhões de Euros)						
Receitas de Exploração	213.7	215.3	0.8%	639.2	643.9	0.7%
EBITDA	79.6	79.7	0.2%	237.6	238.2	0.3%
Margem EBITDA	37.2%	37.0%	(0.2pp)	37.2%	37.0%	(0.2pp)
Resultado Consolidado Líquido	9.1	9.6	5.1%	28.5	29.6	3.9%
CAPEX	35.1	25.2	(28.1%)	109.3	82.5	(24.5%)
EBITDA-CAPEX	44.5	54.5	22.6%	128.3	155.7	21.4%
Dívida Financeira Líquida	668.3	650.5	(2.7%)	668.3	650.5	(2.7%)

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

DESTAQUES FINANCEIROS

- Crescimento anual de 0,8% das Receitas de Exploração para 215,3 milhões de euros, suportado pela continuação do crescimento das operações internacionais em África, que mais do que compensaram o desempenho ligeiramente mais fraco das operações domésticas;
- As receitas da ZAP continuaram a registar um crescimento muito forte em relação ao trimestre anterior, atingindo 9,1 milhões de euros no 3T12, o que compara com 7,3 milhões de euros no 2T12 (30%);
- O EBITDA Consolidado registou um acréscimo anual de 0,2% no 3T12 para 79,7 milhões de euros, representando uma margem consolidada de 37%, e de 39,9% no negócio *core* de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz;
- O Resultado Consolidado Líquido cresceu 5,1% face ao 3T11 para 9,6 milhões de euros;
- O EBITDA-CAPEX registou uma melhoria anual de 22,6% no 3T12 para 54,5 milhões de euros, devido ao desempenho estável do EBITDA e a uma redução anual de 28,1% no CAPEX.

DESTAQUES OPERACIONAIS

Operações domésticas de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz:

- A base de clientes de *Triple Play* registou um crescimento anual de 9,1% para 751,7 mil subscritores, representando uma penetração de 62,4% na base de clientes de cabo;
- O número de subscritores do pacote de *Triple Play* de topo de gama, IRIS, continuou a aumentar, atingindo os 193 mil no final do 3T12, com adições líquidas de 31,4 mil clientes, suportadas pelo lançamento mundial da funcionalidade “Timewarp” na plataforma IRIS, permitindo aos clientes navegar e assistir à programação dos últimos 7 dias. Nas 3 semanas que se seguiram ao lançamento, a larga maioria dos clientes IRIS utilizou esta funcionalidade e mais de um quarto da base de clientes IRIS utiliza o serviço diariamente;
- A base de clientes de TV por Subscrição registou um acréscimo anual de 1,3% para 1.574,4 mil, dos quais 1.204,3 mil são clientes de cabo. No 3T12 foi sentido o impacto das duras medidas de austeridade que têm vindo a ser implementadas em Portugal;
- A base de clientes de Banda Larga aumentou em 14,7 mil subscritores no 3T12, para 766,2 mil, representando atualmente 63,6% da base de clientes de cabo. Os subscritores de Voz Fixa aumentaram em 13,2 mil para 960,2 mil, ou 77,9% da base de clientes de cabo;
- O ARPU Global, excluindo o efeito da diminuição das subscrições de canais *premium*, decresceu em 3% face ao 3T11 em virtude do impacto do ARPU das ofertas de gama mais baixa, sendo que o ARPU Global total decaiu em 4,8% para 34,3 euros.

Exibição Cinematográfica e Audiovisuais:

- As vendas de bilhetes de Exibição Cinematográfica recuperaram ligeiramente no 3T12 para níveis em linha com o 3T11, embora a receita média por bilhete tenha decrescido 3,9% para 4,9 euros. Tem-se tornado claro que os consumidores estão a poupar em áreas que representem despesas discricionárias nos seus orçamentos domésticos;
- As receitas do negócio de Audiovisuais foram negativamente afetadas pela redução no nível de filmes e outros conteúdos habitualmente vendidos a canais de sinal aberto, que têm vindo a realizar cortes significativos nos seus custos de programação.

2 EVOLUÇÃO DO NEGÓCIO

Tabela 2.

Indicadores de Negócio ('000)	3T11	3T12	3T12 / 3T11	9M11	9M12	9M12 / 9M11
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz ⁽¹⁾						
Casas Passadas ⁽²⁾	3,151.0	3,224.5	2.3%	3,151.0	3,224.5	2.3%
RGUs ⁽³⁾	3,256.6	3,438.7	5.6%	3,256.6	3,438.7	5.6%
RGUs de Cabo por Subscritor (unidades) ⁽⁴⁾	2.33	2.42	3.8%	2.33	2.42	3.8%
Subscritores ⁽⁵⁾	1,554.2	1,574.4	1.3%	1,554.2	1,574.4	1.3%
dos quais Subscritores de Cabo	1,162.4	1,204.3	3.6%	1,162.4	1,204.3	3.6%
Clientes de <i>Triple Play</i>	688.8	751.7	9.1%	688.8	751.7	9.1%
% Clientes Cabo com <i>Triple Play</i>	59.3%	62.4%	3.2pp	59.3%	62.4%	3.2pp
dos quais Subscritores de Satélite	391.9	370.1	(5.5%)	391.9	370.1	(5.5%)
Banda Larga Fixa	725.0	766.2	5.7%	725.0	766.2	5.7%
Voz Fixa	844.0	960.2	13.8%	844.0	960.2	13.8%
Mobile	133.4	138.0	3.4%	133.4	138.0	3.4%
ARPU Global (Euros)	36.0	34.3	(4.8%)	35.8	34.7	(3.2%)
Exibição Cinematográfica ⁽¹⁾						
Receitas por Espetador (Euros)	5.1	4.9	(3.9%)	4.9	4.9	(1.1%)
Bilhetes Vendidos	2,371.7	2,383.2	0.5%	6,481.7	5,822.1	(10.2%)
Salas (unidades)	217	210	(3.2%)	217	210	(3.2%)

(1) Operação portuguesa.

(2) 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.

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

(4) 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.

(5) 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 negócio *core* de *Triple Play* permanece muito resiliente ao ambiente macroeconómico desafiante. Os consumidores têm mantido os seus pacotes básicos de *Triple Play*, embora levando a cabo esforços para gerir as suas despesas mensais, com o desligamento de mais serviços discricionários, tais como as subscrições de canais *premium*. Os clientes de *Triple Play* cresceram 9,1% para 751,7 mil neste trimestre face ao 3T11, com a penetração na base de clientes de cabo a voltar a aumentar para 62,4%. A proporção de clientes que subscreve dois serviços, TV e Banda Larga, ou TV e Voz Fixa, aumentou em 2,1pp para 16,7%. Apesar do contexto desafiante, os subscritores continuam recetivos à superior proposta de valor IRIS que, com várias funcionalidades inovadoras e entusiasmantes, dispõe de uma clara vantagem competitiva no mercado.

Liderando na inovação a nível mundial com o Timewarp 193 mil clientes IRIS, 16% da base de clientes de cabo

Em Setembro, a ZON foi o primeiro operador a nível mundial a lançar uma funcionalidade inovadora, o Timewarp, destinada aos seus pacotes de topo de gama IRIS. Trata-se de um serviço de gravação remota que permite aos clientes navegar e assistir à programação dos últimos 7 dias, que é gravada num servidor de dados central, após opção por parte do cliente. O Timewarp está a enriquecer substancialmente a experiência televisiva dos clientes, fornecendo-lhes um enorme leque de alternativas de entretenimento que podem ser filtradas de acordo com as suas preferências, por género, título, ator, dia da semana e canal, entre outros. No início do ano, o lançamento da funcionalidade Restart TV para a IRIS já tinha atingido um enorme sucesso, com níveis de utilização de 76%. Esta funcionalidade permite aos consumidores voltar ao início de qualquer programa que tenha terminado nas 2 horas anteriores, sem necessidade de qualquer pré-gravação.

A continuação do entusiasmo dos consumidores pelo serviço IRIS está relacionado quer com a combinação muito apelativa de uma superior experiência de utilização, com o *design* da plataforma de TV IRIS, velocidades de Banda Larga mínimas de 100 Mbps e chamadas de Voz Fixa ilimitadas, quer com a inovação contínua das funcionalidades oferecidas. A interface de utilização IRIS continua a ser expandida e melhorada com base nos comentários dos utilizadores, oferecendo atualmente uma experiência de navegação ainda mais rápida e um guia eletrónico de programação vertical e horizontal. No decurso dos últimos meses foram também lançadas funcionalidades inovadoras, como a integração total do Facebook na interface de utilização, permitindo aos clientes partilhar gostos, recomendações, visualizar opiniões, fazer atualizações do seu estado no Facebook entre outros – tudo na interface de utilização IRIS, sem necessidade de uma aplicação externa. A plataforma ZON Online, que replica a interface IRIS em *laptops* e *tablets*, foi também estendida aos *smartphones*, com o lançamento da sua aplicação para iPhone em Maio, tornando-se também num grande incentivo para a adesão aos pacotes IRIS.

Com todos estes desenvolvimentos e contínuo enfoque na melhoria do serviço ao cliente, a ZON está na vanguarda da inovação tecnológica e de serviço ao cliente no setor.

No final do 3T12, a base de clientes IRIS tinha já atingido os 193 mil subscritores, representando um aumento de 31,4 mil neste trimestre. É de realçar que os clientes IRIS subscrevem pacotes de *Triple Play* com preços a partir de 49,99 euros.

+24,6 mil adições líquidas de RGUs no 3T12

A ZON voltou a registar um bom trimestre em termos de crescimento de RGUs, com 24,6 mil adições líquidas, atingindo assim um total de 3.439 mil serviços e uma média de 2,42 serviços por cliente de cabo. A base de clientes de TV por Subscrição registou um acréscimo anual de 1,3% para 1.574,4 mil, sendo que a base de clientes de cabo cresceu 3,6% face ao 3T11 para 1.204,3 mil subscritores. As adições líquidas no 3T12 foram ligeiramente mais fracas, representando um decréscimo sequencial de 0,8% dos clientes de TV por Subscrição.

Continuação do crescimento na Banda Larga - Acesso a mais de 500 mil *hotspots* WiFi em Portugal e a 7 milhões de *hotspots* a nível mundial

Os clientes de Banda Larga registaram um acréscimo anual de 5,7% para 766,2 mil, representando uma penetração de 63,6% da base de cabo. A adesão às velocidades mais elevadas de Banda Larga continuou a aumentar, com cerca de 38% dos clientes a subscrever velocidades de Banda Larga iguais ou superiores a 30 Mbps. A ZON tem na sua rede uma clara vantagem tecnológica, dado que está em condições de fornecer velocidades até 360 Mbps na quase totalidade dos 3,2 milhões de casas passadas pela sua rede HFC – de longe a Rede de Nova Geração com a maior cobertura em Portugal.

O acesso gratuito à maior rede WiFi em Portugal com mais de 500 mil *hotspots*, ZON@FON, para além dos 7 milhões de *hotspots* a nível mundial através da parceria com a FON e outros operadores internacionais, constitui um argumento adicional muito forte para que um consumidor opte por ser cliente de Banda Larga da ZON. A rede tem uma elevada densidade de cobertura nos principais centros urbanos, proporcionando uma ligação móvel à Internet de grande qualidade. A utilização deste serviço tem aumentado de forma muito significativa ao longo do último ano, com os minutos de utilização a registarem um aumento anual de 5,7x para 1.188 milhões de minutos.

Crescimento anual dos serviços de Voz Fixa de 13,8%, para 960,2 mil

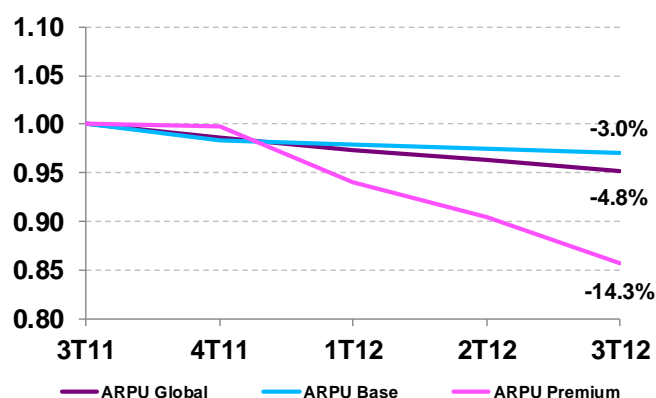
Os serviços de Voz Fixa apresentaram adições líquidas de 13,2 mil para 960,2 mil clientes no 3T12, representando um crescimento de 13,8% da base de clientes. A penetração da base de clientes de cabo aumentou para 77,9% no 3T12, o que compara com um valor de 70,7% que se verificava no 3T11. A opção de subscrever pacotes de tarifa fixa que incluem chamadas de Voz Fixa nacionais ilimitadas e chamadas para 50 outros destinos a nível mundial, é particularmente apelativa para os clientes que tentam gerir da melhor forma as suas despesas de telecomunicações. De igual modo, a aplicação ZON Phone representa outra excelente proposta de valor, permitindo aos clientes utilizar os seus *smartphones* para realizar chamadas utilizando o seu número e tarifário fixos, estejam onde estiverem, desde que disponham de uma ligação WiFi – outra vantagem relevante do acesso gratuito à rede ZON@FON, como já foi mencionado.

Resiliência do ARPU Base de *Triple Play*

O ARPU Base, excluindo o efeito do menor nível de subscrições de canais *premium*, continuou a demonstrar alguma resiliência, com uma diminuição anual de 3%, em virtude da combinação da estabilidade dos serviços de *Triple Play*, do crescimento de RGUs, do aumento na subscrição dos pacotes de topo de gama, IRIS, com a diluição provocada pelos pacotes de gama mais baixa. Excluindo o impacto destas ofertas de gama mais baixa, o ARPU Base teria decrescido 0,9% face ao 3T11.

O ARPU Global continua a ser afetado pela pressão sentida nas receitas de canais *premium*, e também pelo efeito de diluição provocado pelos pacotes de gama mais baixa, registando assim um decréscimo anual de 4,8% para 34,3 euros no 3T12.

Evolução do ARPU Base, Premium e Global (3T11 = Base 1)



Exibição Cinematográfica e Audiovisuais

No 3T12, as vendas de bilhetes de Cinema da ZON registaram um crescimento anual de 0,5%. No entanto, a receita média por bilhete vendido decresceu 3,9%, de 5,1 euros para 4,9 euros. As receitas totais de Exibição Cinematográfica decresceram 2,1% no 3T12 face ao 3T11. Para além do desafiante ambiente macroeconómico, as receitas de bilheteira sofreram o impacto negativo do aumento da taxa do IVA de 6% para 13% que teve lugar no início de 2012. As receitas foram também afetadas pelas vendas comparativamente mais reduzidas de bilhetes para filmes em 3D, que representaram 18% das receitas de bilheteira nos 9M12, sendo que representavam cerca de 28% nos 9M11, o que demonstra que os clientes têm vindo a optar, mais do que no passado, pelas alternativas em 2D de custo mais reduzido.

No 3T12, a ZON voltou a ter um desempenho superior ao dos restantes operadores do mercado. Tal como já foi mencionado, o número de bilhetes vendidos pela ZON aumentou ligeiramente durante o 3T12, em 0,5%. Como um todo, de acordo com dados publicados recentemente pelo Instituto do Cinema e do Audiovisual, ICA, o mercado sofreu um decréscimo de 3,2% no 3T12. A quota de mercado da ZON em termos de bilhetes vendidos aumentou assim para 57,7% durante o 3T12.

No que concerne a Receita Bruta, a ZON voltou a demonstrar um desempenho mais forte em comparação com o resto do mercado, registando-se um aumento de 2,9% no 3T12, enquanto que a receita bruta do total do mercado aumentou apenas de uma forma marginal, 0,4%. Os filmes de maior sucesso exibidos nos 9M12 foram “Madagáscar 3”, “A Idade do Gelo 4 – Deriva Continental”, “Brave Indomável”, “American Pie: O Reencontro”, e “Ted”.

No 3T12, as receitas da divisão de Audiovisuais decresceram 10,7% face ao 3T11, de 17,6 milhões de euros para 15,7 milhões de euros. A ZON Audiovisuais manteve a sua posição de liderança na distribuição de filmes e conteúdos para Exibição Cinematográfica, distribuição VoD e na venda de conteúdo *homevideo* em Portugal. Apesar da melhoria na quota de mercado em termos de receitas de exibição cinematográfica, a ZON Audiovisuais continuou a ser afetada pelo declínio nas receitas provenientes da venda de direitos de conteúdos a canais de sinal aberto que, devido ao nível significativamente mais reduzido de atividade publicitária, continuam a reduzir o número de filmes exibidos nas suas grelhas de programação.

Quanto à distribuição cinematográfica nos 9M12, a ZON Lusomundo distribuiu 7 dos 10 filmes de maior sucesso: “Madagáscar 3”; “Brave Indomável”, “American Pie: O Reencontro”, “Ted”, “Os Vingadores”, “Os Mercenários 2” e “O Ditador”. De acordo com dados do ICA, a receita bruta da ZON em termos de Distribuição Cinematográfica registou um aumento de 36,7% no 3T12, enquanto que o mercado como um todo registou um aumento de 0,4%. Refletindo este superior desempenho, a quota de mercado da ZON em termos de receita bruta na Distribuição Cinematográfica situou-se nos 63,6% no 3T12 e nos 57,1% na totalidade dos 9M12.

Crescimento Internacional - África

A ZAP continua a superar todas as expectativas em termos de crescimento operacional, com as receitas trimestrais e o EBITDA a cifrarem-se já em 30,4 milhões de euros e 7,1 milhões de euros, respetivamente, para 100% da operação. O ritmo de crescimento trimestral permanece muito elevado, tendo a ZAP já conquistado uma posição muito relevante no mercado. O sucesso da operação é explicado pelo elevado nível de reconhecimento da marca e por uma rede de distribuição muito forte, que conta com 13 lojas próprias, mais de 700 outros pontos de venda e uma força de venda porta-a-porta composta por 200 pessoas.

3

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS

A partir do 1T12, a participação de 30% da ZON na sua parceria Angolana de TV por Subscrição passou a ser consolidada proporcionalmente. Anteriormente, a operação era consolidada através do método da equivalência patrimonial, surgindo então na linha de Resultados Financeiros.

Tabela 3.

Demonstração de Resultados (Milhões de Euros)	3T11	3T12	3T12 / 3T11	9M11	9M12	9M12 / 9M11
Receitas de Exploração	213.7	215.3	0.8%	639.2	643.9	0.7%
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	191.4	185.4	(3.2%)	578.6	568.2	(1.8%)
Audiovisuais	17.6	15.7	(10.7%)	52.3	50.4	(3.7%)
Exibição Cinematográfica	16.5	16.2	(2.1%)	44.5	39.9	(10.5%)
Internacional	0.0	9.1	n.a.	0.0	22.8	n.a.
Outros e Eliminações	(11.9)	(11.1)	(7.0%)	(36.3)	(37.4)	3.2%
Custos Operacionais, Excluindo Amortizações	(134.1)	(135.6)	1.1%	(401.6)	(405.7)	1.0%
Custos com Pessoal	(15.3)	(14.9)	(2.4%)	(44.4)	(44.3)	(0.2%)
Custos Diretos dos Serviços Prestados	(61.2)	(62.3)	1.8%	(183.1)	(180.0)	(1.7%)
Custos Comerciais ⁽¹⁾	(13.1)	(16.2)	23.1%	(40.5)	(49.3)	21.8%
Outros Custos Operacionais	(44.5)	(42.2)	(5.1%)	(133.6)	(132.0)	(1.2%)
EBITDA ⁽²⁾	79.6	79.7	0.2%	237.6	238.2	0.3%
Margem EBITDA	37.2%	37.0%	(0.2pp)	37.2%	37.0%	(0.2pp)
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	73.6	74.0	0.6%	220.1	223.6	1.6%
Margem EBITDA	38.4%	39.9%	1.5pp	38.0%	39.3%	1.3pp
Audiovisuais e Exibição Cinematográfica	6.0	3.6	(40.4%)	17.5	11.8	(32.8%)
Margem EBITDA	17.6%	11.2%	(6.4pp)	18.1%	13.0%	(5.0pp)
Internacional	0.0	2.1	n.a.	0.0	2.9	n.a.
Margem EBITDA	n.a.	23.5%	n.a.	n.a.	12.6%	n.a.
Amortizações	(55.5)	(52.6)	(5.1%)	(164.3)	(160.1)	(2.6%)
Resultado Operacional ⁽³⁾	24.1	27.1	12.4%	73.3	78.2	6.6%
Outros Custos / (Proveitos)	(0.4)	0.4	n.a.	(1.0)	(0.6)	(43.1%)
EBIT (Res. Antes de Resultados Financeiros e Impostos)	23.7	27.5	15.7%	72.3	77.6	7.3%
(Custos) / Ganhos Financeiros Líquidos	(10.5)	(11.9)	13.4%	(31.2)	(30.9)	(1.1%)
Resultado Antes de Impostos e Interesses Não Controlados	13.3	15.6	17.6%	41.1	46.7	13.6%
Imposto Sobre o Rendimento	(3.9)	(5.8)	46.8%	(12.1)	(16.2)	33.6%
Resultado das Operações Continuadas	9.3	9.8	5.3%	29.0	30.5	5.3%
Interesses Não Controlados	(0.2)	(0.2)	13.4%	(0.4)	(0.9)	95.8%
Resultado Consolidado Líquido	9.1	9.6	5.1%	28.5	29.6	3.9%

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

(2) EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações.

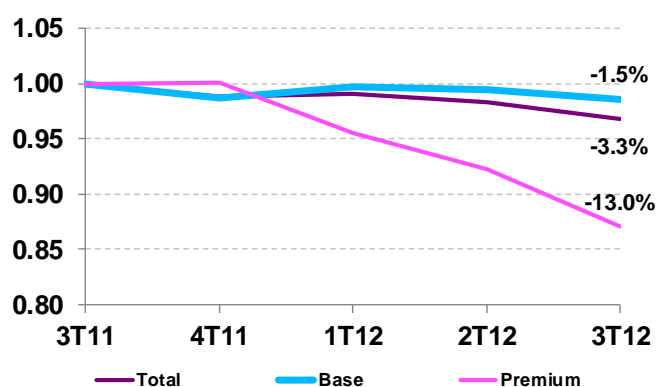
(3) Resultado Operacional = Resultado antes de Resultados Financeiros e Impostos + Custos com redução de efetivos ± Imparidade do Goodwill ± Menos/Mais valias na Alienação de Imobilizado ± Outros Custos/Proveitos.

3.1 Receitas de Exploração

As **Receitas de Exploração** registaram um acréscimo anual de 0,8% no 3T12 para 215,3 milhões de euros.

Nas receitas *core* de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz do mercado doméstico, a principal fonte de pressão negativa continuou a ter origem no decréscimo anual das receitas *premium*, que decaíram 13% face ao 3T11. Excluindo o efeito das receitas de ARPU *premium*, as receitas *core* de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz decresceram 1,5%.

Crescimento anual das receitas de ARPU (%)



Quanto às receitas Não-ARPU, o menor nível de subscrições de canais *premium* que se fez sentir em todo o mercado, teve um impacto negativo na contribuição da participação de 50% da ZON na Sport TV. Também foi sentido um decréscimo nas receitas de Publicidade, devido às pressões macroeconómicas que se continuam a verificar neste mercado como um todo.

As receitas do negócio de Audiovisuais decresceram 10,7% face ao 3T11, devido sobretudo ao decréscimo das receitas provenientes da venda de conteúdos aos canais de sinal aberto que, devido ao nível significativamente mais reduzido de atividade publicitária, continuam a levar a cabo reduções nos custos das suas grelhas de programação.

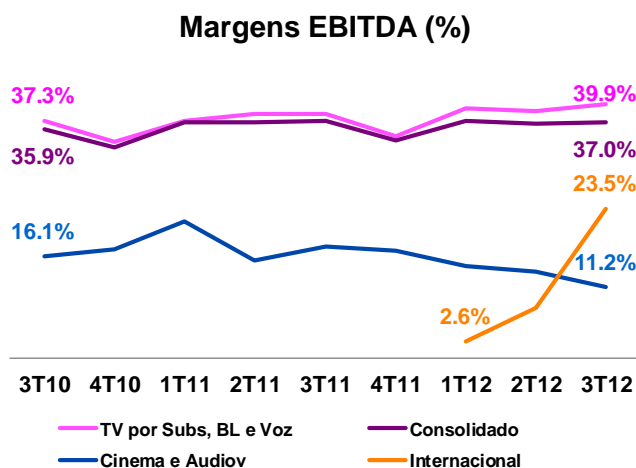
As receitas de Exibição Cinematográfica registaram uma queda de 2,1% no 3T12, uma recuperação assinalável face à tendência verificada no 2T12, explicada pelo maior número de bilhetes vendidos, que foi compensado pelo decréscimo da receita média por bilhete vendido. O difícil ambiente macroeconómico está a ter algum impacto nas idas ao cinema como forma de entretenimento, agravado pelo aumento da taxa de IVA que teve lugar no início do ano. Apesar deste cenário, a ZON continua a exibir um desempenho superior ao do mercado e, como tal, tem sido capaz de continuar a aumentar a sua quota de mercado em termos de bilhetes vendidos e de receita bruta.

A participação de 30% da ZON na sua operação de TV por Subscrição em Angola e Moçambique gerou receitas de 9,1 milhões de euros no 3T12, um aumento face aos 7,3 milhões de euros do 2T12 e aos 6,4 milhões de euros que se registaram no 1T12. O negócio continua a desenvolver-se de uma forma extremamente positiva, com a continuação da forte expansão mensal da base de clientes, mantendo simultaneamente um nível saudável de ARPU.

3.2 EBITDA

O **EBITDA Consolidado** apresentou um crescimento de 0,2% no 3T12 para 79,7 milhões de euros, gerando uma margem EBITDA de 37,0%.

O EBITDA *core* de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz cifrou-se em 74,0 milhões de euros no 3T12, representando um crescimento anual de 0,6% e uma margem EBITDA de 39,9%.



A *joint venture* Africana, ZAP, registou uma melhoria muito forte ao nível da margem EBITDA, para 23,5%, representando 2,1 milhões de euros no 3T12, uma melhoria face à margem EBITDA que se verificou no 1T12 de 2,6% e no 2T12, de 7,8%. Esta melhoria ao nível operacional é possível devido ao crescimento significativo da base de subscritores ao longo do último trimestre, diluindo assim o OPEX.

Apesar de positiva, a margem gerada pelos negócios de Audiovisuais e Exibição Cinematográfica foi mais reduzida no 3T12, cifrando-se em 11,2%, o que representa um decréscimo de 6,4pp face aos 17,6% que se registaram no 3T11, e contribuindo portanto para uma diluição da margem consolidada. O EBITDA destes negócios atingiu assim os 3,6 milhões de euros.

3.3 Custos Operacionais Consolidados

Os **Custos Operacionais Consolidados** cifraram-se em 135,6 milhões de euros, um acréscimo anual de 1,1%. No entanto, os valores não são diretamente comparáveis com o trimestre homólogo devido à consolidação da operação Africana a partir do 1T12. Excluindo este impacto, os Custos Operacionais Consolidados teriam diminuído em 3,1% para 129,9 milhões de euros.

Os **Custos Com Pessoal** diminuíram 2,4% no 3T12 para 14,9 milhões de euros, apesar da consolidação proporcional da operação da ZAP a partir do 1T12. Excluindo este efeito, os Custos Com Pessoal comparáveis teriam decrescido 6,7%. O decréscimo desta rubrica no negócio doméstico prende-se principalmente com uma redução de 5,4% no número médio de colaboradores (87 colaboradores) que teve lugar sobretudo na divisão de Exibição Cinematográfica, devido ao ambiente operacional menos favorável, e à continuação do processo de otimização do número de colaboradores por complexo.

Os **Custos Diretos** apresentaram um crescimento de 1,8% para 62,3 milhões de euros no 3T12. Excluindo o impacto da consolidação da operação Africana, os Custos Diretos comparáveis teriam permanecido estáveis, devido a uma combinação de custos de programação mais elevados, relacionados com o Euro 2012 e com *royalties* mais elevados na Distribuição Cinematográfica devido ao desempenho mais forte desta área no 3T12; com custos de telecomunicações mais reduzidos, resultantes dos esforços para otimizar a utilização da infraestrutura de telecomunicações.

Os **Custos Comerciais** aumentaram 23,1% face ao 3T11 para 16,2 milhões de euros, um acréscimo explicado principalmente pelo aumento do CMV (Custo das Mercadorias Vendidas) devido ao facto de na operação da ZAP as *set top boxes* serem vendidas aos clientes e não alugadas como no caso da operação Portuguesa, o que faz com que sejam consideradas um custo do período em que são vendidas. Excluindo o impacto da operação Africana, os Custos Comerciais teriam decrescido 0,8%.

Os **Outros Custos Operacionais** decresceram 5,1% face ao 3T11 para 42,2 milhões de euros. Excluindo os custos provenientes da consolidação da JV Africana, os Outros Custos Operacionais diminuíram em 7% face ao 3T11. Foram obtidas algumas poupanças relevantes em áreas chave do negócio doméstico, tais como os serviços de suporte, em resultado da implementação de várias medidas tendo em vista a melhoria da eficiência ao nível dos *contact centres*, manutenção e reparações, e outras áreas gerais e administrativas.

3.4 Resultado Líquido

O **Resultado Consolidado Líquido** cifrou-se em 9,6 milhões de euros no 3T12, um valor 5,1% superior ao que se registou no 3T11.

As **Depreciações e Amortizações** decresceram ligeiramente para 52,6 milhões de euros, o que compara com o valor de 55,5 milhões de euros que se verificou no 3T11. No entanto, as Depreciações e Amortizações ainda se encontram num nível relativamente elevado devido ao ciclo de CAPEX acelerado do período de 2008-2010.

O **Resultado Financeiro Líquido** agravou-se em 13,4% no 3T12, (11,9) milhões de euros. No entanto, não se trata de um valor diretamente comparável com o do trimestre homólogo, dada a alteração do método de consolidação da operação Africana, anteriormente mencionada. Os Encargos com Juros Líquidos e Outros Custos Financeiros registaram um acréscimo de 41%, decorrente essencialmente de um custo médio da dívida mais elevado associado aos refinanciamentos obtidos. No 3T11, a ZON registou uma contribuição negativa da consolidação da operação Africana no montante de 2,0 milhões de euros, que já não é refletida nesta linha. Para efeitos comparativos, o impacto equivalente no 3T12 seria uma contribuição positiva ao nível do Resultado Antes de Impostos no montante de 0,7 milhões de euros, com o 3T12 a representar assim o primeiro trimestre de *breakeven*, ao nível do Resultado Líquido, da operação Africana.

O **Imposto Sobre o Rendimento** no 3T12 ascendeu a 5,8 milhões de euros, representando uma taxa efetiva de imposto de 36,9%, acima da taxa de IRC de 29,5% devido a algumas correções não recorrentes que tiveram lugar no 3T12. A taxa de imposto acumulada para os 9M12 é de 34,7%, em linha com a expectativa para a taxa efetiva de imposto do ano de 2012.

4 CAPEX E CASH FLOW

4.1 CAPEX

Tabela 4.

CAPEX (Milhões de Euros)	3T11	3T12	3T12 / 3T11	9M11	9M12	9M12 / 9M11
Infra-estrutura TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	19.9	15.9	(20.4%)	58.2	52.5	(9.8%)
Equipamento Terminal	10.3	6.6	(35.8%)	37.9	23.7	(37.6%)
Outros	1.4	2.7	90.9%	5.2	6.4	21.9%
CAPEX Recorrente	31.6	25.2	(20.3%)	101.3	82.5	(18.5%)
CAPEX Não Recorrente	3.4	0.0	(100.0%)	8.0	0.0	(100.0%)
CAPEX Total	35.1	25.2	(28.1%)	109.3	82.5	(24.5%)

Em linha com a tendência que se tem verificado nos trimestres anteriores, o CAPEX tem apresentado níveis consistentemente inferiores aos anos anteriores. No 3T12, o CAPEX ascendeu a 25,2 milhões de euros, um decréscimo de 28,1% em comparação com o 3T11. O Equipamento Terminal ainda representou 26% do CAPEX Total no 3T12, 6,6 milhões de euros, embora se trate de níveis muito inferiores aos registados nos anos anteriores e de uma redução face ao 2T12. Esta redução resulta da combinação de atividade comercial menos intensa e, conseqüentemente, de uma menor necessidade de CAPEX de cliente, com o sucesso do processo de recolha e reacondicionamento de equipamento.

O CAPEX Total representou 13,6% das receitas de TV por Subscrição, Banda Larga e Voz, um nível semelhante ao nível de investimento em velocidade de cruzeiro do setor, refletindo os investimentos de manutenção necessários e ainda algum investimento direcionado para o crescimento.

Excluindo o impacto da consolidação da operação Africana, o CAPEX Total teria decrescido 29,9% face ao 3T11.

CAPEX Total (Milhões de Euros)

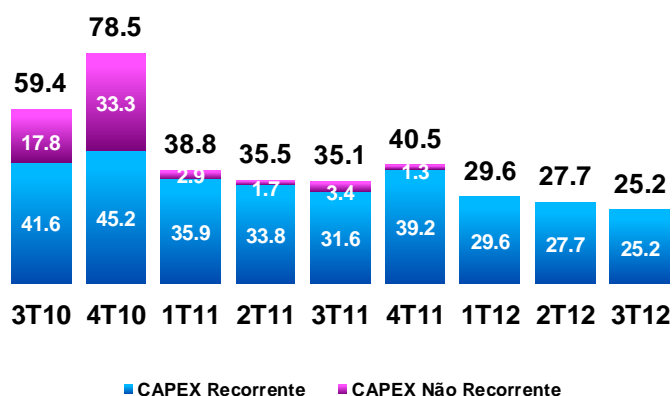


Tabela 5.

Cash Flow (Milhões de Euros)	3T11	3T12	3T12 / 3T11	9M11	9M12	9M12 / 9M11
EBITDA	79.6	79.7	0.2%	237.6	238.2	0.3%
CAPEX	(35.1)	(25.2)	(28.1%)	(109.3)	(82.5)	(24.5%)
CAPEX Recorrente	(31.6)	(25.2)	(20.3%)	(101.3)	(82.5)	(18.5%)
CAPEX Não Recorrente	(3.4)	0.0	(100.0%)	(8.0)	0.0	(100.0%)
EBITDA - CAPEX	44.5	54.5	22.6%	128.3	155.7	21.4%
Itens Não Monetários Incl. no EBITDA-CAPEX ⁽¹⁾ e Variação no Fundo de Maneio	22.0	(20.6)	n.a.	(26.9)	(33.3)	23.9%
Cash Flow Operacional Após Investimento	66.5	33.9	(49.1%)	101.4	122.4	20.7%
Contratos de Longo Prazo	(13.3)	(6.2)	(53.8%)	(55.1)	(24.4)	(55.7%)
Juros Pagos (Líquidos) e Outros Encargos Financeiros	(7.5)	(9.9)	32.8%	(17.7)	(26.2)	48.3%
Impostos Sobre o Rendimento	(8.1)	(8.4)	3.8%	(12.6)	(13.2)	4.7%
Alienações de Investimentos Financeiros	0.0	0.0	n.a.	6.7	0.8	(88.0%)
Outros Movimentos	0.3	0.5	102.6%	(1.9)	0.5	n.a.
Free Cash-Flow	37.9	9.9	(73.8%)	20.7	59.8	188.4%

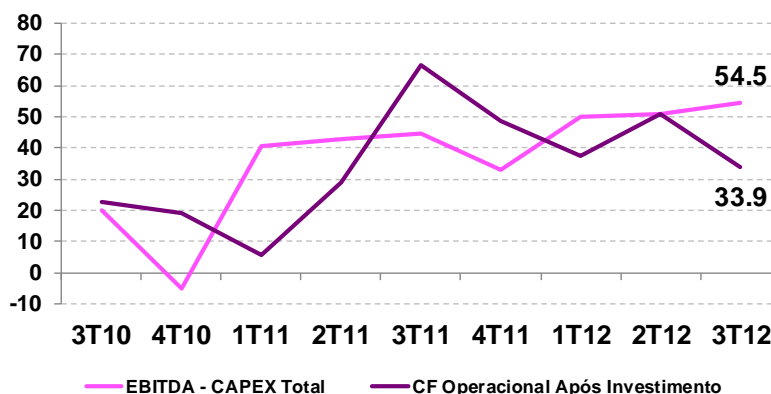
(1) Este item inclui essencialmente provisões non-cash incluídas no EBITDA e CAPEX non-cash relacionado com a capitalização à cabeça de contratos de longo prazo.

4.2 Cash Flow Operacional

O **EBITDA-CAPEX** aumentou 22,6% no 3T12 face ao 3T11, para 54,5 milhões de euros, principalmente em resultado da já mencionada redução do CAPEX e do desempenho estável do EBITDA.

O **Cash Flow Operacional Após Investimento** registou um decréscimo anual de 49,1%, de 66,5 milhões de euros no 3T11 para 33,9 milhões de euros no 3T12. No 3T12, os Itens Não Monetários incluídos no EBITDA-CAPEX e a Variação no Fundo de Maneio ascenderam a (20,6) milhões de euros, tendo assim um impacto negativo no desempenho ao nível do Cash Flow Operacional, e contrariando a forte melhoria do EBITDA-CAPEX. Este impacto negativo do Investimento em Fundo de Maneio no Cash Flow Operacional deverá ser substancialmente revertido no 4T12.

EBITDA - CAPEX Total e CFO Após Investimento (Milhões de Euros)



4.3 Free Cash Flow

O **FCF Total** no 3T12 ascendeu a 9,9 milhões de euros, o que compara com os 37,9 milhões de euros que se registaram no 3T11, principalmente em resultado do já mencionado investimento em Fundo de Maneio. Para além disto, o principal item a afetar o desempenho do FCF foi um decréscimo de 53,8% nos pagamentos de Contratos de Longo Prazo (uma diferença de 7,2 milhões de euros face ao 3T11).

5 BALANÇO CONSOLIDADO

Tabela 6.

Balanço Consolidado (Milhões de Euros)	2011	9M12
Ativo Corrente	708.9	573.3
Caixa e Equivalentes de Caixa	407.4	324.5
Contas a Receber	237.8	176.9
Existências	46.7	51.2
Impostos a Recuperar	5.1	4.3
Custos Diferidos e Outros Ativos Correntes	11.9	16.4
Ativo não Corrente	1,076.7	1,065.0
Investimentos em Empresas Participadas	0.5	0.2
Ativos Intangíveis	314.7	309.3
Ativos Tangíveis	647.1	629.8
Ativos por Impostos Diferidos	49.9	50.2
Outros Ativos não Correntes	64.5	75.5
Total do Ativo	1,785.6	1,638.3
Passivo Corrente	789.1	712.9
Dívida de Curto Prazo	500.0	443.0
Contas a Pagar	207.1	177.9
Acréscimos de Custos	56.5	60.2
Proveitos Diferidos	3.8	7.8
Impostos a Pagar	17.2	24.0
Provisões e Outros Passivos Correntes	4.6	0.0
Passivo Não Corrente	761.5	712.4
Dívida de Médio e Longo Prazo	729.4	691.9
Provisões e Outros Passivos não Correntes	32.1	20.5
Total do Passivo	1,550.6	1,425.3
Capital Próprio antes de Interesses Não Controlados	225.0	202.5
Capital Social	3.1	3.1
Ações Próprias	(0.6)	(0.9)
Reservas e Resultados Transitados	188.3	170.7
Resultado Líquido	34.2	29.6
Interesses Não Controlados	10.0	10.5
Capital Próprio	235.0	213.0
Total do Passivo e Capital Próprio	1,785.6	1,638.3

5.1 Estrutura de Capital

No final de Setembro de 2012, a **Dívida Financeira Líquida** cifrava-se em 650,5 milhões de euros, um decréscimo de 9,9 milhões de euros face ao final do 1S12.

A ZON Multimédia está totalmente financiada até ao final de 2014. A maturidade média da sua Dívida Financeira Líquida é agora de 2,01 anos.

As operações de cobertura de taxa de juro em vigor no final do 3T12 ascendiam a 257,5 milhões de euros. Tendo em conta as obrigações emitidas em Junho – no montante de 200 milhões de euros, com uma taxa de juro fixa de 6,85% - a proporção da Dívida Financeira Líquida da ZON que se encontra protegida contra variações nas taxas de juro é de 70%.

A dívida financeira total no final dos 9M12 ascendia a 1.031,9 milhões de euros, sendo compensada por uma posição de caixa e equivalentes de caixa no Balanço Consolidado de 381,4 milhões de euros. O custo médio *all-in* da Dívida Financeira Líquida da ZON foi de 4,87% nos 9M12.

O **Rácio de Alavancagem Financeira** diminuiu para 75,3% no final do 3T12, o que compara com 76,4% no final do 1S12, e o rácio **Dívida Financeira Líquida / EBITDA** (últimos 4 trimestres) situa-se agora nas 2,1x.

Tabela 7.

Dívida Financeira Líquida (Milhões de Euros)	2011	9M12	9M12 / 2011
Dívida de Curto Prazo	467.4	419.7	(10.2%)
Empréstimos Bancários e Outros	462.4	413.2	(10.6%)
Locações Financeiras	5.0	6.5	30.7%
Dívida de Médio e Longo Prazo	640.4	612.2	(4.4%)
Empréstimos Bancários	628.6	602.7	(4.1%)
Locações Financeiras	11.7	9.4	(19.6%)
Dívida Total	1,107.8	1,031.9	(6.9%)
Caixa, Equivalentes de Caixa e Empréstimos Intra-Grupo	470.3	381.4	(18.9%)
Dívida Financeira Líquida	637.5	650.5	2.0%
Rácio de Alavancagem Financeira ⁽¹⁾	73.1%	75.3%	2.3pp
Dívida Financeira Líquida / EBITDA	2.0x	2.1x	n.a.

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

6 ANEXOS

6.1 ANEXO I

Tabela 8.

Indicadores de Negócio ('000)	1T11	2T11	3T11	4T11	1T12	2T12	3T12
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz ⁽¹⁾							
Casas Passadas ⁽²⁾	3,206.9	3,223.3	3,151.0	3,152.6	3,187.4	3,204.5	3,224.5
Subscritores ⁽³⁾	1,554.4	1,552.8	1,554.2	1,567.1	1,586.8	1,586.3	1,574.4
os quais subscrevem							
Banda Larga Fixa	704.7	714.8	725.0	739.2	748.6	751.5	766.2
Voz Fixa	807.5	826.8	844.0	883.9	921.4	947.0	960.2
Mobile ⁽⁴⁾	114.7	118.4	133.4	125.0	124.1	129.4	138.0
Subscritores de Cabo	1,155.5	1,157.8	1,162.4	1,178.4	1,204.6	1,210.8	1,204.3
Clientes de <i>Triple Play</i>	666.0	678.5	688.8	708.7	715.7	730.9	751.7
% Clientes Cabo com <i>Triple Play</i>	57.6%	58.6%	59.3%	60.1%	59.4%	60.4%	62.4%
Clientes de <i>Double Play</i>	160.7	163.7	169.3	184.6	219.1	212.8	200.7
% Clientes Cabo com <i>Double Play</i>	13.9%	14.1%	14.6%	15.7%	18.2%	17.6%	16.7%
Clientes de <i>Single Play</i>	328.8	315.6	304.2	285.1	269.8	267.2	251.9
% Clientes Cabo com <i>Single Play</i>	28.5%	27.3%	26.2%	24.2%	22.4%	22.1%	20.9%
Subscritores de Satélite	398.9	395.0	391.9	388.7	382.2	375.5	370.1
Penetração de Canais Premium de Filmes e Desporto ⁽⁵⁾	44.1%	41.6%	42.9%	41.9%	40.8%	40.2%	41.3%
RGUs ⁽⁶⁾	3,181.3	3,212.8	3,256.6	3,315.1	3,381.0	3,414.1	3,438.7
RGUs de Cabo por Subscritor (unidades) ⁽⁷⁾	2.29	2.31	2.33	2.36	2.37	2.39	2.42
ARPU Global (Euros)	35.8	35.8	36.0	35.5	35.0	34.7	34.3
Adições Líquidas							
Clientes de <i>Triple Play</i>	23.8	12.5	10.3	19.9	7.0	15.2	20.8
Subscritores	(17.1)	(1.6)	1.4	12.8	19.8	(0.5)	(11.9)
Subscritores de Cabo	(8.4)	2.3	4.6	16.0	26.2	6.3	(6.6)
Subscritores de Satélite	(8.7)	(3.9)	(3.1)	(3.2)	(6.5)	(6.7)	(5.3)
Banda Larga Fixa	14.4	10.1	10.2	14.2	9.4	2.8	14.7
Voz Fixa	29.9	19.3	17.3	39.9	37.5	25.6	13.2
Mobile	6.8	3.7	15.0	(8.4)	(0.8)	5.2	8.6
RGUs	33.9	31.5	43.8	58.5	65.8	33.1	24.6
Exibição Cinematográfica ⁽¹⁾							
Receitas por Espectador (Euros)	4.7	4.9	5.1	4.8	4.8	4.9	4.9
Bilhetes Vendidos	2,016.5	2,093.6	2,371.7	2,260.4	1,724.9	1,714.1	2,383.2
Salas (unidades)	217	217	217	217	210	210	210

(1) Operação portuguesa.

(2) 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.

(3) 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.

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

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

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

(7) 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.

6.2 ANEXO II

Tabela 9.

Demonstração de Resultados (Milhões de Euros)	1T11	2T11	3T11	4T11	2011	1T12	2T12	3T12	9M12
Receitas de Exploração	214.1	211.5	213.7	215.6	854.8	214.2	214.4	215.3	643.9
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	195.6	191.6	191.4	193.8	772.4	191.9	191.0	185.4	568.2
Audiovisuais	17.1	17.7	17.6	20.1	72.4	17.1	17.6	15.7	50.4
Exibição Cinematográfica	13.6	14.4	16.5	14.7	59.2	11.8	11.9	16.2	39.9
Internacional	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.4	7.3	9.1	22.8
Outros e Eliminações	(12.1)	(12.2)	(11.9)	(12.9)	(49.2)	(13.0)	(13.3)	(11.1)	(37.4)
Custos Operacionais, Excluindo Amortizações	(134.6)	(132.9)	(134.1)	(142.0)	(543.6)	(134.5)	(135.6)	(135.6)	(405.7)
Custos com Pessoal	(14.7)	(14.4)	(15.3)	(14.9)	(59.3)	(14.3)	(15.1)	(14.9)	(44.3)
Custos Diretos dos Serviços Prestados	(61.1)	(60.9)	(61.2)	(60.8)	(243.9)	(58.4)	(59.3)	(62.3)	(180.0)
Custos Comerciais ⁽¹⁾	(15.2)	(12.1)	(13.1)	(21.6)	(62.1)	(16.2)	(17.0)	(16.2)	(49.3)
Outros Custos Operacionais	(43.6)	(45.5)	(44.5)	(44.7)	(178.3)	(45.7)	(44.1)	(42.2)	(132.0)
EBITDA ⁽²⁾	79.5	78.5	79.6	73.6	311.2	79.7	78.8	79.7	238.2
Margem EBITDA	37.1%	37.1%	37.2%	34.1%	36.4%	37.2%	36.8%	37.0%	37.0%
TV por Subscrição, Banda Larga e Voz	72.9	73.6	73.6	67.7	287.8	75.5	74.3	74.0	223.8
Margem EBITDA	37.3%	38.4%	38.4%	35.0%	37.3%	39.4%	38.9%	39.9%	39.4%
Audiovisuais e Exibição Cinematográfica	6.6	4.9	6.0	5.9	23.4	4.2	4.0	3.6	11.8
Margem EBITDA	21.5%	15.3%	17.6%	16.9%	17.7%	14.5%	13.6%	11.2%	13.0%
Internacional	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.6	2.1	2.9
Margem EBITDA	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	2.6%	7.8%	23.5%	12.6%
Amortizações	(55.6)	(53.3)	(55.5)	(53.3)	(217.6)	(55.9)	(51.5)	(52.6)	(160.1)
Resultado Operacional ⁽³⁾	24.0	25.3	24.1	20.3	93.6	23.7	27.3	27.1	78.2
Outros Custos / (Proveitos)	0.3	(0.9)	(0.4)	0.0	(1.0)	(0.1)	(0.9)	0.4	(0.6)
EBIT (Res. Antes de Resultados Financeiros e Impostos)	24.3	24.3	23.7	20.3	92.7	23.7	26.5	27.5	77.6
(Custos) / Ganhos Financeiros Líquidos	(10.3)	(10.5)	(10.5)	(11.8)	(43.0)	(8.3)	(10.7)	(11.9)	(30.9)
Resultado Antes de Impostos e Interesses Minoritários	14.0	13.9	13.3	8.5	49.6	15.3	15.8	15.6	46.7
Imposto Sobre o Rendimento	(3.6)	(4.6)	(3.9)	(2.7)	(14.8)	(4.6)	(5.8)	(5.8)	(16.2)
Resultado das Operações Continuadas	10.4	9.2	9.3	5.9	34.8	10.7	10.0	9.8	30.5
Interesses Não Controlados	(0.2)	(0.0)	(0.2)	(0.2)	(0.6)	(0.3)	(0.3)	(0.2)	(0.9)
Resultado Consolidado Líquido	10.2	9.2	9.1	5.7	34.2	10.3	9.7	9.6	29.6
CAPEX Recorrente	35.9	33.8	31.6	39.2	140.5	29.6	27.7	25.2	82.5
CAPEX Total	38.8	35.5	35.1	40.5	149.9	29.6	27.7	25.2	82.5
Free Cash Flow	(2.0)	(15.1)	37.9	30.8	51.6	16.3	33.6	9.9	59.8
Dívida Financeira Líquida	641.7	706.8	668.3	637.5	637.5	644.6	660.4	650.5	650.5

(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.

7 AVISO LEGAL

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

8 CONTACTOS

Chief Financial Officer: José Pedro Pereira da Costa
Tel.: (+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 as 12h do dia 9 de novembro de 2012 **ID da Conferência: 59565702**

UK Standard International: +44 1452 555 566

USA Dial In: +1 866 966 94 39

Número de Acesso ao Encore Replay: 59565702#

International Encore Dial In: +44 1452 550 000

ZON

