

## 1. Principais Objectivos atingidos em 2005

- As receitas consolidadas sobem 1,9% para os 261,2 M€, com:
  - o Apesar duma descida de 1,8% das receitas publicitárias.
  - o E descida de 0,4% das receitas com venda de publicações.
  - o Compensados pela subida das receitas dos canais temáticos (+6,6%), produtos associados (55,7%), multimédia (45%) e outros (+17,9%).
- O EBITDA foi de 49,2 M€, e sem custos de reestruturação atingiu os 54,2 M€ o que corresponde a um crescimento de 0,7% em relação a 2004.
- Os custos de reestruturação atingiram os 5 M€ em 2005, afectando principalmente a televisão e jornais.
- Os resultados operacionais foram de 40,3 M€, uma margem EBIT de 15,4%.
- Redução do passivo. O passivo líquido remunerado terminou 2005 com 214,3 M€, uma redução superior a 30 M€ após a aquisição dos minoritários da SIC.
- Os Lucros líquidos foram positivos em 22 M€, um ganho de 27,0%. Sem custos de reestruturação os lucros atingiram os 25,85 M€, o que representa um ganho de 42,4% em relação a 2004.

Tabela 1. Principais indicadores em 2005

(Valores em 000 €)	Dez-05	Dez-04	var (%)	4º T 05	4º T 04	var (%)
	(IAS)			(IAS)		
<b>Receitas Consolidadas</b>	<b>261.254</b>	<b>256.265</b>	<b>1,9%</b>	<b>69.608</b>	<b>71.918</b>	<b>-3,2%</b>
Publicidade	172.236	175.481	-1,8%	48.773	50.516	-3,5%
Vendas de Publicações	35.236	35.371	-0,4%	7.600	8.426	-9,8%
Canais Temáticos	31.145	29.204	6,6%	7.844	7.391	6,1%
Produtos Alternativos	12.248	7.866	55,7%	3.234	3.740	-13,5%
Multimedia	7.306	5.039	45,0%	1.951	1.382	41,2%
Outras	5.738	4.865	17,9%	1.414	1.231	14,8%
Ajustes IAS	0	1.448	n.a.	0	121	n.a.
Receitas Televisão	162.027	163.974	-1,2%	43.541	44.739	-2,7%
Receitas Jornais	60.975	56.523	7,9%	17.240	16.839	2,4%
Receitas Revistas	40.908	38.776	5,5%	10.036	10.917	-8,1%
<b>EBITDA (Recorrente)</b>	<b>54.240</b>	<b>53.837</b>	<b>0,7%</b>	<b>17.441</b>	<b>17.623</b>	<b>-1,0%</b>
Margem EBITDA	20,8%	21,0%		25,1%	24,5%	
<b>EBITDA</b>	<b>49.217</b>	<b>52.794</b>	<b>-6,8%</b>	<b>16.134</b>	<b>17.566</b>	<b>-8,2%</b>
Margem EBITDA	18,8%	20,6%		23,2%	24,4%	
EBITDA Televisão	34.484	52.794	-34,7%	10.868	17.566	-38,1%
EBITDA Jornais	12.999	13.436	-3,2%	4.258	5.190	-18,0%
EBITDA Revistas	4.148	4.155	-0,2%	1.455	1.468	-0,9%
<b>EBIT Consolidado</b>	<b>40.398</b>	<b>41.606</b>	<b>-2,9%</b>	<b>14.022</b>	<b>15.326</b>	<b>-8,5%</b>
Margem Ebit	15,5%	16,2%		20,1%	21,3%	
<b>Resultado Líquidos (Recorrente)</b>	<b>25.853</b>	<b>18.154</b>	<b>42,4%</b>	<b>9.224</b>	<b>6.788</b>	<b>35,9%</b>
<b>Resultado Líquidos</b>	<b>22.008</b>	<b>17.330</b>	<b>27,0%</b>	<b>8.219</b>	<b>6.744</b>	<b>21,9%</b>
<b>Divida Líquida (M€) (1)</b>	<b>214,3</b>	<b>244,7</b>	<b>-12,4%</b>	<b>214,3</b>	<b>244,7</b>	<b>-12,4%</b>

Notas: (1) Divida Líquida em 2004 está ajustada com valor de aquisição da SIC, concluída já no início de 2005.

## 2. Principais factos verificados em 2005

- **Aquisição dos minoritários da SIC** – Ainda no 1º trimestre, a IMPRESA concluiu o processo de aquisição de 49% do capital social da SIC, após obtidas as autorizações legalmente exigíveis.  
Na sequência desta operação, a IMPRESA passou a deter, indirectamente, 100% do capital social, e idêntica percentagem de direitos de voto, da SIC. Esta aquisição implicou um investimento de 152,5 M€, totalmente financiado por capitais alheios.
- **Edição e lançamento do DVD “2004 EM REVISTA”** - Trata-se de uma edição da IMPRESA que contém os mais relevantes acontecimentos nacionais e internacionais do ano, registados em mais de 1500 vídeos, 1000 fotografias e 5000 artigos. No princípio do ano, foram distribuídos gratuitamente com as publicações do Grupo, mais de um milhão de exemplares. Fez-se também uma distribuição pelas escolas em Portugal e vários institutos no estrangeiro.
- **Re-lançamentos** - A remodelação do Autosport, que aconteceu em Janeiro 2005, foi particularmente bem sucedida. Como resultado, as vendas de exemplares cresceram 20,1%.
- **Lançamento de novas publicações** – Ainda 1º semestre, a IMPRESA esteve particularmente activa no lançamento de novas publicações, nomeadamente:
  - A revista infantil “Brinca e Aprende”, a revista masculina “FHM” e a revista de viagens “Rotas do Mundo”, lançadas no 1º quadrimestre. No início do Verão foi lançada uma nova revista trimestral de decoração Ideias Casa Cláudia.
  - O jornal “Courier Internacional”, lançado em Abril, fruto de um acordo com o Grupo francês “Le Monde”.
- **Acordo com Mirandela** – – Através da sua participada Controljornal, a IMPRESA celebrou com a Mirandela um contrato pelo qual esta adquire as acções representativas da totalidade do capital da Imprejornal. Por seu lado, a Mirandela obriga-se a concretizar um investimento em novos equipamentos, no sentido de melhorar a sua capacidade de impressão actual, nomeadamente em páginas de cor, de modo a que os principais cadernos daquele jornal possam ter quadricromia em todas as páginas.
- **Negociação da SOM LIVRE** - A IMPRESA encetou negociações para adquirir a totalidade do capital da editora Som Livre – Som e Imagens, Lda., que é detido, em 90%, pela Globo Overseas Investments, BV.
- **O filme mais visto** - Estreado nas salas de cinema no último trimestre do ano, “O Crime do Padre Amaro” - co-produzido pela SIC, foi o filme português mais visto de sempre, ultrapassando a marca dos 366.000 espectadores.
- **Novo recorde da SIC Notícias** - A SIC Notícias conseguiu, pelo quinto ano consecutivo, aumentar o número de espectadores e o tempo médio de visionamento que, pela primeira vez, ultrapassou os 19 minutos diários.
- **Líder de audiências online** - Em 2005, a SIC Online foi líder de audiências no meio online entre os grupos de comunicação social portugueses, sendo o site de informação mais visitado e com maior número de utilizadores, com 669 mil visitantes únicos.

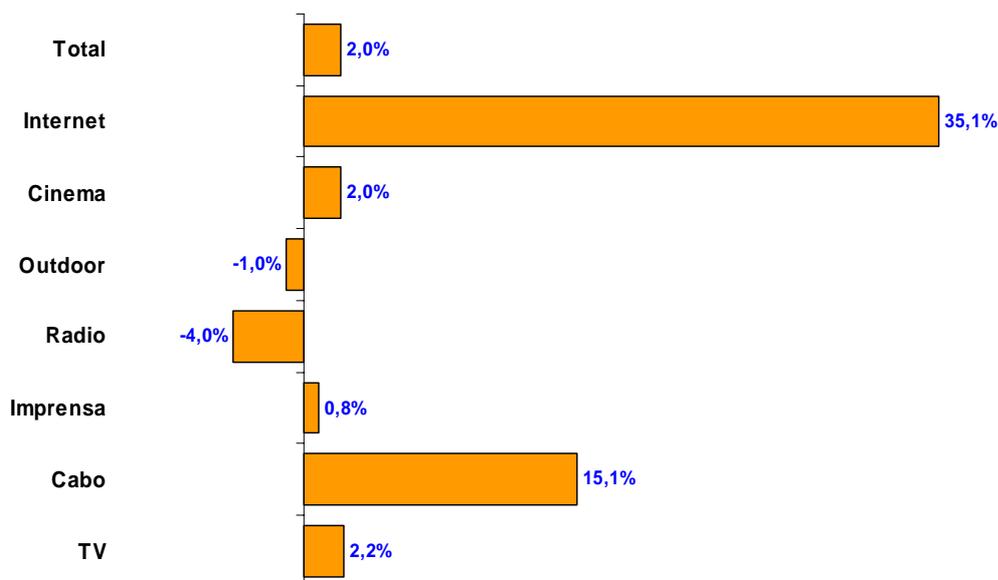
### 3. Mercado Publicitário

O mercado de Publicidade viveu em 2005 uma situação diversa da que tinha vivido em 2004. Houve uma ausência de eventos relevantes, como o Rock In Rio, o Euro 2004 e as Olimpíadas, que tiveram lugar no ano anterior. Por outro lado, o aumento do imposto sobre o valor acrescentado, o debate sobre a dimensão do défice das contas públicas e o aumento da taxa de desemprego, arrefeceram as expectativas de crescimento do mercado nos mais diversos sectores da economia.

Outros factores afectaram o mercado de produtos de grande consumo, como o aumento das lojas dos formato hard discount e a consequente pressão sobre os preços, o que teve um impacto importante sobre os anunciantes deste sector, que valem mais de 50% do investimento publicitário total em Televisão.

A estagnação do investimento publicitário foi apenas contrariada pelo sector das telecomunicações que emprestou alguma animação ao mercado, embora o volume desta área de actividade, não tenha sido suficiente para dar um crescimento significativo ao mercado total.

#### Mercado Publicitário em 2005



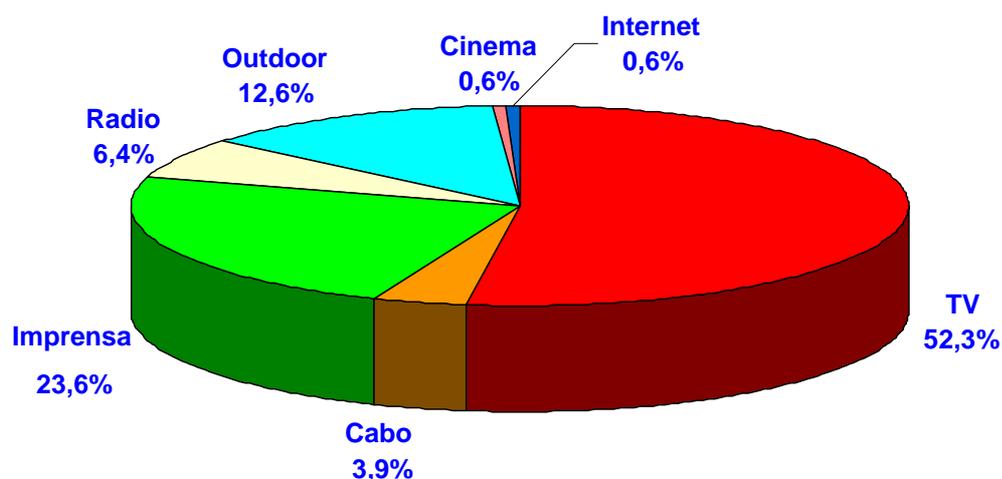
Fonte: APAP/TempoOMD

O crescimento de 2,0%, acaba por ser completamente diluído se tivermos em consideração os valores da inflação e o facto de as televisões e a imprensa terem reduzido as respectivas comissões de agência.

Em valores absolutos, o mercado total de publicidade deverá ter-se situado nos 675 milhões de Euros tendo a televisão absorvido 52,3% desse mercado. A televisão generalista concentrou um valor de 352 milhões de euros de investimento o que correspondeu a um crescimento de 2,2%.

A subida do mercado não foi registada em todos os segmentos. Os segmentos da rádio e publicidade exterior registaram perdas. A Imprensa registou uma pequena taxa de crescimento, com uma subida de apenas 0,8%. A televisão por cabo continuou a apresentar um rápido ritmo de crescimento (+15,1%), e que já representa 3,9% do investimento publicitário em Portugal. O investimento publicitário na Internet continua a apresentar as maiores taxas de crescimento (+35,1%), mas ainda só representa 0,6% do investimento total em 2005.

### Estrutura do Mercado Publicitário - 2005



Fonte: APAP/Tempo OMD

## 4. Televisão

**Tabela 2. Indicadores da SIC**

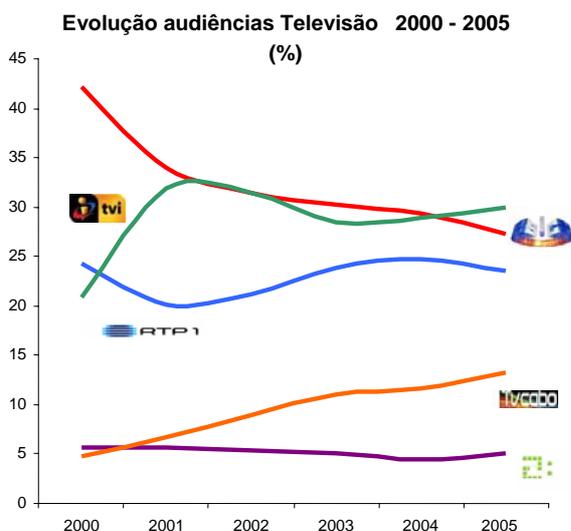
	Dec-05	Dec-04 (IAS)	var %	4º Qt 05	4º Qt 04 (IAS)	var %
<b>Receitas Totais</b>	<b>162.026.595</b>	<b>163.974.402</b>	<b>-1,2%</b>	<b>43.540.508</b>	<b>45.050.554</b>	<b>-3,4%</b>
Publicidade	118.337.107	123.868.347	-4,5%	32.831.151	35.376.033	-7,2%
Canais Temáticos	31.145.296	29.204.282	6,6%	7.844.203	7.391.048	6,1%
Outros	12.544.192	9.453.463	32,7%	2.865.154	2.162.719	32,5%
Ajustes IAS	0	1.448.311	n.a.	0	120.756	n.a.
<b>Custos Reestruturação</b>	<b>4.322.769</b>	<b>339.729</b>	<b>1172,4%</b>	<b>769.417</b>	<b>339.729</b>	<b>126,5%</b>
Total custos s/Reest.	123.220.292	123.313.397	-0,1%	31.903.310	31.145.779	2,4%
<b>EBITDA (recorrente)</b>	<b>38.806.303</b>	<b>40.661.005</b>	<b>-4,6%</b>	<b>11.637.199</b>	<b>13.904.776</b>	<b>-16,3%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>34.483.534</b>	<b>40.321.276</b>	<b>-14,5%</b>	<b>10.867.782</b>	<b>13.565.047</b>	<b>-19,9%</b>
<b>EBITDA (%)</b>	<b>21,3%</b>	<b>24,6%</b>		<b>25,0%</b>	<b>30,1%</b>	
<b>Lucros antes Impostos</b>	<b>26.445.307</b>	<b>28.698.041</b>	<b>-7,8%</b>	<b>9.203.202</b>	<b>11.684.045</b>	<b>-21,2%</b>

Nota: Os Canais SIC englobam a SIC Notícias, SIC Radical, SIC Mulher, SIC Gold/Comédia, SIC Internacional e os subscritores internacionais da SIC Notícias.

Em 2005, a SIC atingiu um volume de negócios consolidado de 162 M€, o que representou um decréscimo de 1,2% em relação a 2004. Se não contabilizarmos os ajustes provocados pela introdução das contas IAS em 2005, esse decréscimo teria sido apenas de 0,3%. No 4º trimestre, e relativamente a igual período do ano anterior, a SIC registou um decréscimo de 3,4% nas suas receitas totais.

A queda registada nas receitas de publicidade foi a principal causa da descida das receitas totais. As receitas de publicidade da SIC desceram 4,5% durante 2005, como consequência da descida das audiências, que desceu cerca de 7% no mesmo período.

As receitas publicitárias líquidas da SIC resultaram numa quota de mercado de 39,9% do investimento publicitário total em televisão aberta, contra 45,1% da TVI e 15% da RTP.



A estratégia de diversificação continuou a dar os seus frutos. As outras receitas da SIC tiveram um aumento de 8,9%, e já representam 27% da facturação total, e com um contributo importante em termos de margens e resultados, e desta forma permite que a SIC tenha o seu 3º melhor ano de sempre em resultados, apesar da perda na liderança nas audiências e dum peso apreciável de custos com a reestruturação.

Em 2005, e após 10 anos consecutivos na liderança, a SIC perdeu a liderança ao atingir uma audiência média de 27,2%, o que foi 2 pontos percentuais inferior à média de 29,3% obtida em 2004. Com 30% a TVI ocupou a primeira posição, a RTP com 23,6%, a 2: com 5% e 13,2% para os canais temáticos do cabo.

A menor competitividade das novelas brasileiras, a ausência de transmissões de futebol perante o aumento do número de jogos na concorrência e as apostas em conteúdos de “prime-time” menos apreciados pelo público, consubstanciaram as principais razões para a descida das audiências da SIC.

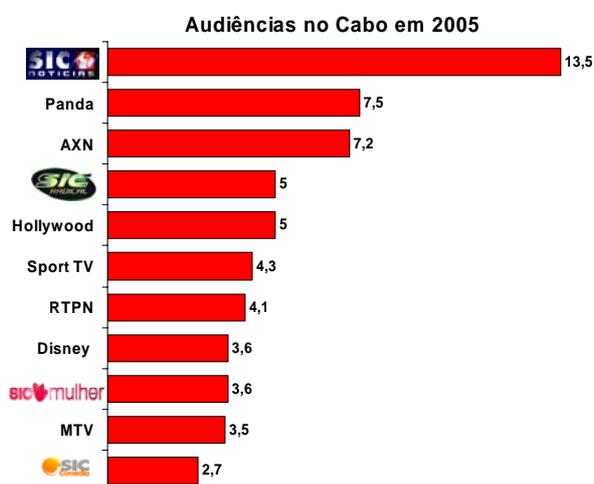
No final de Setembro de 2005, a equipa da Direcção de Programas foi substituída. Sob a tutela da nova Direcção de Programas passaram a estar as Subdirecções de Entretenimento, Ficção e Marketing de Programas, SIC Multimédia, SIC Internacional e Direcção dos Canais Temáticos.

O maior destaque do ano de 2005 para a SIC acabaria por acontecer graças a mais um projecto de apoio ao cinema português. Estreado nas salas de cinema no último trimestre do ano, “O Crime do Padre Amaro” - co-produzido pela SIC, foi o filme português mais visto de sempre ultrapassando a marca dos 366.000 espectadores. O filme, que revelou dois jovens actores - Soraia Chaves e Jorge Corrula - e contou com a participação de inúmeros profissionais da SIC como Rui Unas, Cláudia Semedo, Ana Marques e Rita Andrade, resultou ainda numa mini-série de 4 episódios a exibir durante o ano de 2006.

### Canais temáticos e Internacional

Entre as outras áreas, destaca-se as receitas geradas pelos os canais temáticos e internacionais da SIC cresceram 6,6% em 2005, representando 19,3% da facturação total da SIC.

Nos canais temáticos, 2005 foi fortemente marcado pelo aparecimento de mais concorrência (Fox, Nickelodeon, SportTV2, Lusomundo Happy entre os mais de 15 canais estreados em 2005). Os canais temáticos da SIC continuaram a ter uma presença constante no top 10 da TV Cabo, e representaram, em média, 24,8% das audiências totais dos canais temáticos do cabo durante 2005, contra à média de 26,2% em 2004.



A SIC Notícias, no seu quinto ano de actividade, manteve a sua posição como o canal mais visto no universo dos canais temáticos, com uma audiência média de 13,5%, mantendo a diferença face à concorrência directa. Este resultado foi conseguido, num ano em que aumentou significativamente a oferta televisiva na televisão por cabo e em que a RTPN se apresentou como canal concorrente da SIC Notícias.

No âmbito do universo total do cabo, a SIC Notícias acabou o ano de 2005 com 3,9% de audiência, uma vez mais, como o 4º canal nacional, mantendo a diferença que a separava da 2ª. Mais importante é o facto de a SIC Notícias ter conseguido, pelo quinto ano consecutivo, aumentar o número de espectadores e o tempo médio de visionamento que, pela primeira vez, ultrapassou os 19 minutos diários. Este elemento é muito importante num canal de notícias.

Em 2005 a SIC Internacional reforçou a sua presença nos países onde já é distribuída - França, Suíça, Luxemburgo, EUA, Canadá, Angola, Moçambique, África do Sul e Brasil.

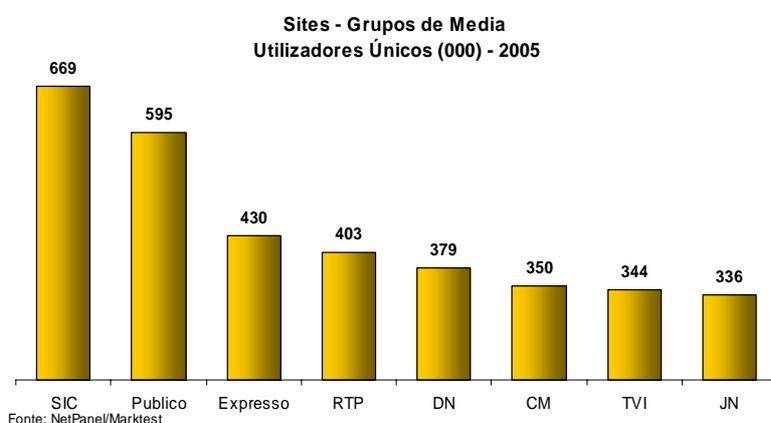
O pacote de canais distribuídos pela MultiChoice em Angola e Moçambique, que inclui a SIC Internacional e SIC Notícias, já atingiu os 70 000 subscritores. Na Austrália, a SIC Internacional passou a ser distribuída pela plataforma de satélite, UBI World TV. No Canadá, reforçou a sua presença na província do Ontário (Toronto) onde se concentra a maior comunidade portuguesa, através da distribuição do canal pela rede de cabo Cogeco (segunda maior rede de cabo Canadiana).

## Outras Áreas de Negócio

As novas áreas de negócio continuaram a ganhar peso nas receitas totais da SIC, tendo crescido 32,7% até ao final de 2005, atingindo os 12,5 M€. Para este crescimento, destacou-se as receitas multimédia, que atingiram os 7,1 M€. Há de realçar as seguintes actividades.

### SIC Online

A SIC Online foi, em 2005, o líder de audiências no meio online entre os grupos de informação portugueses, sendo o site de informação mais visitado e com maior número de utilizadores. As



estatísticas demonstram que dentro dos “Operadores de Televisão”, a SIC tem uma posição de líder inequívoca, com 669 mil visitantes, mantendo uma larga vantagem sobre a concorrência. Mas no segmento “Grupos de Informação Portugueses” a concorrência é mais forte, com uma vantagem de cerca de 80 mil utilizadores sobre o site do “Público”.

### SIC Portátil

No capítulo da SIC Portátil, encontra-se actualmente numa posição de liderança face aos competidores directos. As receitas atingiram os 5,7 M€, cerca de 90% superior ao registado em 2004. Em 2005, a SIC registou um tráfego na ordem de um milhão de SMS's por mês, depois de atingir uma quantidade média mensal de 700,000 SMS's em 2004 e uma média mensal de 300,000 SMS's em 2003.



### SIC Serviços

A boa prestação da SIC Serviços, em relação a 2004, resulta essencialmente do aumento de 25,1% da facturação relativa a serviços prestados a terceiros.

A SIC Serviços começou a explorar o mercado dos institucionais aproveitando o *know-how* adquirido no sector audiovisual tendo realizado vários trabalhos, sendo o seu principal contracto com a SportTV. Sendo um dos mercados mais apetecíveis do meio audiovisual, a SIC Serviços começou a dar os primeiros passos com a produção de Spots Publicitários:

Tem-se confirmado a preferência por parte dos operadores internacionais, na montagem de operações especiais para, entre outros, a BBC, British Telecom, ARD, RAI, VTM, SNTV, RTL, Canal 9TVV, Lucky7even Entertainment e o Parlamento Europeu.

## **SIC Indoor**

Em 2005, a SIC Indoor viu as suas receitas crescerem 162%, e pela primeira vez obter um cash-flow operacional positivo, o que contribui para ter quase atingido um resultado positivo.

Foram já estabelecidos acordos com as redes ibéricas de televisão corporativa da Galp, Repsol e Cepsa, via DotOne e Active Media. Está em curso a formalização de contratos com algumas empresas para as quais já estamos a fornecer conteúdos há alguns meses - CityChannel (hospitais) e Capital IT (Holmes Place).

Em 2006, vai-se continuar a aumentar a sua presença através da abertura de novos Centros Comerciais SONAE – Seixal, Covilhã e Açores, vai reforçar a posição da SIC Indoor, quer em termos de oferta “corporate tv”, quer como um dos mais importantes players na área da venda de conteúdos.

As restantes áreas apresentaram um crescimento apreciável, com a excepção da venda de conteúdos, com a perda dos contractos da TAP e CP. Por outro lado, as receitas com o merchandising cresceram 16%. Para isso contribui as vendas de CD's, e o sucesso do lançamento do primeiro 1º DVD da série “Gato Fedorento” no final de 2004, e que tornou-se no DVD de maior sucesso comercial dum programa de televisão nacional. Para a 2006, espera-se a continuação desta linha de negócio, com o novo DVD da série “Gato Fedorento” e as receitas de bilheteira derivadas do sucesso do filme “Crime do Padre Amaro”.

## **Indicadores Operacionais**

Apesar do rápido crescimento das novas áreas de negócios, os custos operacionais mantiveram-se debaixo dum controle apertado. Em 2005, o total dos custos operacionais da televisão atingiram os 127,5 M€, o que representa uma subida de 3,1% em relação a 2004. No entanto, se exceptuarmos os custos com a reestruturação efectuada, os custos totais apresentam uma descida de 0,1%.

Os custos com reestruturação atingiram na SIC o montante de 4,3 M€, devido principalmente à rescisão de contractos com pessoal. No final de 2005, o pessoal ao serviço das empresas do universo SIC atingiam os 618, contra os 627 no final de 2004.

Os custos com pessoal mantiveram-se debaixo de controlo, apresentando uma descida de 6,5% em relação a 2004.

A principal fatia dos custos operacionais refere-se à programação dos 6 canais da SIC, que só subiram 0,8% em 2005, rondando os 72 M€.

Os outros custos subiram 5,3%, principalmente com o aumento das receitas das outras áreas. Por outro lado, registou uma descida nos custos de transmissão em cerca de 8,5% durante 2005.

A evolução negativa das receitas de publicidade e os custos de reestruturação obrigou à contracção das margens EBITDA e à descida em termos absolutos. Em 2005, o EBITDA desceu 14,5% para os 34,4 M€, o que representou uma margem de 21,3%. Sem custos de reestruturação, essa descida teria sido só de 4,6%, e a margem teria situado nos 23,9%. De realçar, que pela primeira vez, houve uma contribuição positivas de todos os negócios do universo SIC.

Em 2005, a SIC teve uma significativa melhoria do balanço. O passivo líquido remunerado desceu de 19,4 M€ para os 11 M€ no final de Dezembro de 2005, apesar da distribuição de dividendos e a aquisição dos direitos do Mundial. Durante o ano continuou a política de utilização dos programas em existências, tendo-se terminado o ano com 26,8 M€ em inventário.

Dois anos após ter regressado aos resultados positivos, em 2005 a SIC atingiu lucros antes de impostos de 26,4 M€, menos 7.8% do que em 2004. No entanto, ajustando dos custos com reestruturação, os resultados teriam subido para os 30,7 M€, o que representaria um aumento de 7,3% em relação aos registados em 2004.

## 5. Jornais

**Tabela 3. Indicadores dos Jornais**

	Dez-05	Dez-04 (IAS)	var %	4ºT 05	4ºT 04 (IAS)	var %
<b>Receitas Totais</b>	<b>60.974.889</b>	<b>56.523.084</b>	<b>7,9%</b>	<b>17.240.005</b>	<b>16.838.754</b>	<b>2,4%</b>
Publicidade	38.083.478	36.173.685	5,3%	11.565.786	10.829.245	6,8%
Venda Publicações	15.299.385	15.451.693	-1,0%	3.339.963	3.636.722	-8,2%
Outros	7.592.026	4.897.706	55,0%	2.334.256	2.372.787	-1,6%
<b>EBITDA (recorrente)</b>	<b>13.499.485</b>	<b>12.778.161</b>	<b>5,6%</b>	<b>4.595.712</b>	<b>3.948.108</b>	<b>16,4%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>12.999.346</b>	<b>12.179.358</b>	<b>6,7%</b>	<b>4.257.501</b>	<b>3.933.911</b>	<b>8,2%</b>
<b>EBITDA (%)</b>	<b>21,3%</b>	<b>21,5%</b>		<b>24,7%</b>	<b>23,4%</b>	
<b>Lucros antes Impostos</b>	<b>11.041.996</b>	<b>9.515.780</b>	<b>16,0%</b>	<b>3.909.055</b>	<b>3.538.490</b>	<b>10,5%</b>

As receitas totais da área de jornais em 2005 cresceram 7,9%, atingindo os 60,9 M€, tendo terminado o ano com um bom comportamento no 4º trimestre onde as receitas totais aumentaram 2,4%, em relação a igual período de 2004.

As receitas publicitárias cresceram 5,3% em 2005, representando 62,4% das receitas totais. No 4º trimestre, estas receitas aumentaram 6,8% em termos homólogos. A maioria das publicações apresenta um crescimento das suas receitas de publicidade, com excepção do Blitz e Jornal da Região. O Expresso com um crescimento de 4%, continua a ser o responsável pela maioria das receitas de publicidade, acompanhado pelo o contributo importante da SurfPortugal (+14,0%) e AutoSport (+8,0%), e do recém-chegado Courier Internacional.



Um destaque para as receitas de publicidade geradas pelo site do Expresso On-line e Expressoemprego.pt, que tiveram um aumento de da ordem dos 55%, e já representam ligeiramente mais que 1% das receitas de publicidade da área.

As receitas com as vendas de circulação desceram 1%, com as quebras de vendas por parte do Expresso e Blitz, que não foram compensadas pelas subidas do AutosSport e SurfPortugal, ou pelo o lançamento do novo jornal Courier Internacional em Abril 2005. A média de vendas do jornal Expresso quedou-se pelos 126 mil exemplares em 2005.



O lançamento do Courier ocorreu durante o mês de Abril. As vendas, abrangendo apenas o período de Abril a Dezembro, corresponderam a uma média por edição de 5900 exemplares. Deve destacar-se o aumento gradual de assinantes que no final do exercício se situava em 1200.

O AutoSport foi alvo de uma profunda remodelação no início de 2005, o que proporcionou um aumento das vendas na ordem dos 20%. As vendas de publicações representaram 24,9% das receitas totais desta área.

Por outro lado, a aposta em produtos associados continua a ter um grande sucesso, representando a maioria das outras receitas. Estas receitas representam 12,3% do total, e cresceram 55,0% em 2005, depois de terem subido 50,6% em 2004. Para este continuado contribui o sucesso de alguns dos produtos distribuídos principalmente com o Expresso e AutoSport, como:



- Venda da colecção “Grandes Compositores”, durante 20 semanas.
- Colecção de Livros/CD’s das Fábulas de La Fontaine para crianças
- Venda do Anuário Expresso 2005.
- Venda do guia “Boa Cama e Boa Mesa” de 2005.
- Colecção de Banda Desenhada do “Michael Vailant”, em 10 exemplares, com o AutoSport
- Colecção de DVD’s de “Jeremy Clarkson”, com o Autosport
- Lançamento da “Dom Quixote de La Mancha” de Cervantes, com ilustrações de Júlio Pomar, em 10 volumes.

Em 2005, houve um desenvolvimento significativo na área da Internet. Em termos de conteúdos, lançou-se o site “Expresso Africa” com o objectivo de angariar novas audiências, e renovou-se profundamente o site do AutoSport, em simultâneo com a renovação do jornal. Nos classificados, após o sucesso com o site dedicado ao emprego – [www.expressoemprego.pt](http://www.expressoemprego.pt), lançou-se o site dedicado ao imobiliário em Junho 2005. Resultado duma parceria com a Multivector, o site [www.expressoimobiliario.pt](http://www.expressoimobiliario.pt), é o domínio do maior portal profissional dedicado ao imobiliário em Portugal. No 4º trimestre, lançou-se o AutoSport classificados, no jornal e no site [www.classificados.autosport.pt](http://www.classificados.autosport.pt). Para 2006, estão planeados novos desenvolvimentos.

Em 2005, concretizou-se a sub-holding IMPRESA Jornais, que culminou o processo de reorganização da área dos jornais, gerindo-se esta área de uma forma completamente integrada.

Os custos operacionais subiram 8,7% durante 2005. A principal razão foi o aumento de 55% das vendas de produtos alternativos, do arranque do Courier e com os seus custos de lançamento, e do relançamento do Jornal da Região. Os custos com pessoal, o principal custo fixo, desceram 1,8% em 2005. Registou-se ainda custos de reestruturação no montante de 500 mil Euros, no seguimento de indemnizações registadas principalmente no jornal Expresso.

A evolução das receitas e dos custos permitiu alcançar uma margem EBITDA de 21,3% em 2005, o que representa 12,9 M€, um ganho de 4,9% em relação a 2004. Sem custos de reestruturação, o EBITDA teria atingido os 13,4 M€.

Os resultados antes de impostos, atingiram os 11 M€, o que representa um aumento de 13,3% em relação ao final de 2004.

O final de 2005 foi marcado pela renovação da direcção do jornal Expresso, que marca o início duma profunda remodelação gráfica e editorial, que irá ocorrer até ao final de 2006. Para além disso, o ano de 2006 será o ano de consolidação dos recentes lançamentos e do arranque de várias iniciativas na área da Internet e multimédia.

## 6. Revistas

**Tabela 4. Indicadores Revistas**

	Dez-05	Dez-04 (IAS)	var %	4ºT 05	4ºT 04 (IAS)	var %
<b>Receitas Totais</b>	<b>40.907.599</b>	<b>38.775.878</b>	<b>5,5%</b>	<b>10.035.573</b>	<b>10.917.321</b>	<b>-8,1%</b>
Publicidade	16.315.191	15.889.048	2,7%	4.876.539	4.761.072	2,4%
Venda Publicações	19.936.121	19.918.851	0,1%	4.259.704	4.788.928	-11,1%
Outros	4.656.287	2.967.979	56,9%	899.331	1.367.322	-34,2%
<b>EBITDA Ajustado (1)</b>	<b>4.546.597</b>	<b>3.916.026</b>	<b>16,1%</b>	<b>1.853.272</b>	<b>1.437.116</b>	<b>29,0%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>4.147.923</b>	<b>4.154.926</b>	<b>-0,2%</b>	<b>1.454.598</b>	<b>1.467.985</b>	<b>-0,9%</b>
<b>EBITDA (%)</b>	<b>10,1%</b>	<b>10,7%</b>		<b>14,5%</b>	<b>13,4%</b>	
<b>Lucros antes Impostos</b>	<b>3.160.360</b>	<b>2.615.800</b>	<b>20,8%</b>	<b>1.257.683</b>	<b>1.154.416</b>	<b>8,9%</b>

Nota: Os valores na tabela acima referem-se a 50% dos valores registados pela a EDIMPRESA e que reflecte a participação da IMPRESA. (1) Ajustado do impacto da substituição do leasing financeiro por uma renda operacional

A Edimpresa, é a empresa participada em 50% pela IMPRESA responsável pela área de revistas, e que publica cerca de 40 revistas, entre publicações próprias e para terceiros.

No que diz respeito ao mercado onde a Edimpresa se insere, continuou a ser bastante concorrencial com lançamentos de novas publicações, e a intensificação das acções comerciais que envolvem a oferta de brindes e vendas de produtos de marketing alternativo em quase todos os segmentos de revistas.

As receitas totais da Edimpresa aumentaram 5,5% em 2005, atingindo os 40,9 M€. O crescimento das receitas foi impulsionado pela grande subida na venda dos produtos associados, com as receitas de publicidade e vendas de publicações a apresentarem aumentos modestos. No 4º trimestre, apresentou uma quebra de 8,1% da facturação total, devido principalmente ao menor número de iniciativas de produtos alternativos, menos receitas de vendas de revistas, o que não foi compensado pela subida das receitas de publicidade no período.

As vendas de publicações, que apenas cresceram 0,1%, representam a maior percentagem das receitas totais, com 48,6% da facturação. A evolução desta rubrica foi penalizada pelo fecho de publicações durante 2004 e 2005, nomeadamente, a "Doze" e "Executive Digest", mas que foi compensada pelos lançamentos efectuados durante 2005.

Para esta performance, as principais revistas tiveram um comportamento misto. De realçar os ganhos das circulações por parte da Exame, as revistas de decoração Casa Claudia e Caras Decoração, da Cosmopolitan, da Turbo e Jornal de Letras. Por outro lado registaram-se ligeiras quedas da Activa, Caras, Exame Informática, Telenovelas, TV Mais e Visão, As maiores descidas registaram-se na Super Interessante, Auto Guia e no segmento das revistas juvenis, com este último a registar uma quebra de facturação a rondar os 20%.

Apesar deste meio envolvente desfavorável, a Edimpresa melhorou os seus resultados e consolidou as suas quotas de mercado nos principais segmentos, como se pode constatar no quadro seguinte:

**Tabela 5 Quotas de mercado nos principais segmentos**

Segmentos	Publicações	Quotas de Mercado	
		Jan-Set 2005	Jan-Set 2004
Automóveis	Turbo	36,5%	32,4%
Negócios	Exame	40,2%	26,4%
Decoração	Casa Cláudia	18,5%	17,0%
Decoração	Caras Decoração	22,1%	21,5%
News magazine	Visão	32,5%	35,8%
Mensais femininas	Activa	20,4%	21,8%
Semanais femininas	Telenovelas	24,3%	22,3%
Sociedade	Caras	25,1%	23,0%
Informática	Ex. Informática	46,0%	45,2%
Masculinas	FHM	26,1%	--

Fonte: APCT

A estratégia da Edimpresa é continuar a privilegiar o aumento da sua carteira de assinantes, e que cresceram 11% em relação a 2004, e no conjunto das suas publicações detêm o maior número de assinantes em Portugal. No seguimento dessa estratégia, de destacar o contributo das novas publicações (FHM e Rotas do Mundo), o aumento de 20% por parte da revista Exame, e da Visão. O número de assinantes da Visão ultrapassou os 42 mil assinantes no final de 2005, o que torna na revista em Portugal com maior número de assinantes.

No seguimento da estratégia de lançamento de novas publicações, o ano de 2005 foi particularmente activo com o lançamento de novas revistas, nomeadamente:

- Em Fevereiro, foi lançada a revista infantil “Brinca e Aprende”.
- Em Março, lançou-se a revista masculina FHM, e que foi o maior lançamento efectuado pela Edimpresa nos últimos anos. O lançamento foi bem sucedido, com a FHM a lutar pela liderança do segmento desde o 1º número, e terminou o ano de 2005 como a 10ª revista em facturação total da Edimpresa.
- Em Abril lançou-se a revista de viagens “Rotas do Mundo”, e teve uma excelente aceitação ao nível de assinaturas.
- E em Junho lançou-se a Ideias – Casa Cláudia, uma nova forma de abordagem do mercado da decoração, numa publicação trimestral.
- Ao nível de projectos de solidariedade social de destacar o lançamento da edição mensal da Visão para invisuais “Visão Braille”.



As receitas de publicidade, em 2005, só representaram cerca de 40% da facturação da Edimpresa. As receitas de publicidade cresceram 2,7%, numa conjuntura difícil. No 4º trimestre, as receitas de publicidade registaram uma subida de 2,4%.

Uma das áreas que registou ganhos importantes durante 2005, foram os lançamentos de produtos alternativos, que representou quase 12% da facturação da unidade de negócio, e cresceu 56.9% em relação a 2004. No 4º trimestre, as receitas com os produtos alternativos desceram 34,2%, devido principalmente ao menor número de iniciativas durante este trimestre.

Os principais lançamentos durante 2005 foram:

- Colecção Caras Fátima Lopes – Copos de Cristal
- Colecção Visão “Todos os Fados”
- Colecção Livros Pintura Visão
- Colecção Pulseiras TV Mais
- Coletes Reflectores
- Colecção Património – Rotas do Mundo
- Produtos Caras de Verão

Em 2005, os custos operacionais apresentaram uma subida 6,2%, principalmente impulsionado pela a grande subida nas vendas de produtos alternativos e campanhas associadas, e pelos os custos com os lançamentos de 4 novas publicações. Registou-se um aumento dos custos com reestruturação, que atingiu os 199 mil euros, cerca do dobro do registado em 2004. Por outro lado, os custos com pessoal mantiveram-se controlados, com um aumento de apenas 1%.

O aumento substancial do peso do negócio dos produtos alternativos, em conjunto com os custos com os lançamentos das novas publicações, penalizou a evolução do EBITDA. Também a alienação do edifício S. Francisco de Sales à Office Share no início de 2005, prejudica a comparação, com o leasing financeiro a ser substituído por uma renda operacional. O impacto no EBITDA foi 448 mil euros, mas sem impacto ao nível dos resultados do segmento ou consolidado. Em 2005, o EBITDA manteve-se nos 4,1 M€, o que representa uma margem de 10,1%, mas ajustado da alteração do edifício teria subido 16,1% para 4,55 M€.

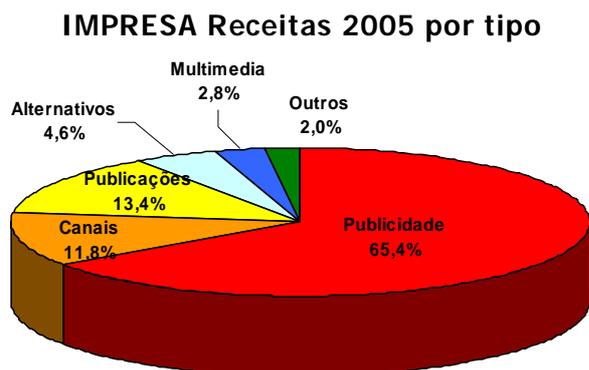
Por outro lado, os resultados antes de impostos apresentaram um crescimento de 20,8%, ao atingirem os 3,1 M€ no final de 2005.

Em 2006, a EDIMPRESA vai continuar a privilegiar o lançamento de novas publicações, entrando em segmentos onde não está presente e que apresentem um potencial acima da média.

## 7. Análise das Contas consolidadas

A IMPRESA em 2005, apresenta contas consolidadas e por segmentos de acordo com as regras IFRS. Para efeitos de comparação são apresentadas contas pró-forma de 2004, que foram ajustadas para as novas regras contabilísticas.

A IMPRESA atingiu em 2005, receitas consolidadas de 261,2 M€, o que representou uma subida de 1,9% em relação a 2004. Este aumento das receitas deveu-se, principalmente, ao forte crescimento das outras receitas, fruto da política de diversificação seguida nos últimos anos. As principais evoluções foram as seguintes:



- As receitas publicitárias desceram 1,8%
- As receitas de vendas de publicações apresentam um ligeiro decréscimo de 0,4%
- As receitas geradas pelos canais temáticos sobem 6,6%
- As vendas de produtos associados sobem 55,7%
- As receitas da área de multimédia sobem 45,0%
- As restantes receitas subiram 17,9%.

Em 2005, a IMPRESA registou uma subida de 4,2% nos custos operacionais consolidados. No entanto se não contabilizarmos os custos de reestruturação, o aumento dos custos só teria sido de 2,3%. No 4º trimestre, os custos operacionais desceram 3,9% em termos homólogos, e tendo como base os valores ajustados. A evolução dos custos é relacionada com o rápido crescimento dos produtos alternativos, e por outros custos não recorrentes como foram os relacionados com o lançamento de novas publicações, que tiveram maior impacto no 1º semestre. Os custos com pessoal desceram 1,5% em 2005, apesar dos custos de reestruturação.

Os custos de reestruturação atingiram 5 M€, contra 1 M€ em 2004. A maioria destes custos verificou-se na SIC, no seguimento da reorganização efectuada na área da programação, e que rondou os 4,3 M€. Nos jornais estes custos atingiram 0,5 M€, e na área das revistas com 0,2 M€.

O EBITDA consolidado registou um valor de 49,2 M€. Se ajustarmos os custos de reestruturação, o EBITDA atingia 54,2 M€, superior em 3,4% ao verificado no final de 2004. A margem EBITDA ajustada foi de 20,8%, sensivelmente idêntica à registada em 2004.

Os resultados operacionais (EBIT) foram de 40,4 M€. Se ajustarmos dos custos com reestruturação, teriam atingido 45,4 M€, representando um crescimento de 6,3% em relação aos valores ajustados de 2004. A margem operacional, ajustada, foi de 17,3%.

Após obtenção das aprovações necessárias, concluiu-se a aquisição dos 49% do capital da SIC, o que representou um investimento de 152,5 M€, totalmente financiado por uma linha de crédito de médio e longo prazo. A SIC passou a ser consolidada a 100% desde o início deste ano.

A aquisição dos minoritários da SIC implicou o aumento do passivo líquido remunerado de 92,2 M€, que se registava no final de 2004, para 244,7 M€ no início de 2005. No final de 2005, o passivo líquido situou-se nos 214,3 M€, o que significou uma redução 30,4 M€ durante o ano de 2005. O esforço de redução do passivo foi penalizado pela aquisição dos direitos do Mundial de Futebol 2006 em Dezembro de 2005, mas reflecte o elevado nível de cash-flow livre gerado pelas participadas do Grupo IMPRESA.

**Tabela 5. IMPRESA Demonstração Consolidada 2005**

	Dez-05	Dez-04	var	4ºT	4ºT	var
	(IAS)			2005 IAS	2004 IAS	
<b>Receitas Consolidadas</b>	<b>261.253.625</b>	<b>256.264.888</b>	<b>1,9%</b>	<b>69.607.897</b>	<b>71.917.504</b>	<b>-3,2%</b>
Televisão	162.026.595	163.974.403	-1,2%	43.540.508	44.738.974	-2,7%
Jornais	60.974.889	56.523.084	7,9%	17.240.005	16.838.754	2,4%
Revistas	40.907.599	38.775.878	5,5%	10.035.573	10.917.321	-8,1%
Inter-segmentos	-2.655.459	-3.008.477	11,7%	-1.208.189	-577.545	-109,2%
<b>Custos Operacionais</b>	<b>212.036.243</b>	<b>203.470.509</b>	<b>4,2%</b>	<b>53.473.677</b>	<b>54.351.461</b>	<b>-1,6%</b>
<b>Custos Reestruturação</b>	<b>5.022.245</b>	<b>1.043.082</b>	<b>381,5%</b>	<b>1.306.965</b>	<b>56.770</b>	<b>2202,2%</b>
<b>Custos Operacionais (recorrentes)</b>	<b>207.013.998</b>	<b>202.427.427</b>	<b>2,3%</b>	<b>52.166.712</b>	<b>54.294.692</b>	<b>-3,9%</b>
<b>Total EBITDA (recorrente)</b>	<b>54.239.626</b>	<b>53.837.461</b>	<b>0,7%</b>	<b>17.441.186</b>	<b>17.622.812</b>	<b>-1,0%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>20,8%</b>	<b>21,0%</b>		<b>25,1%</b>	<b>24,5%</b>	
<b>Total EBITDA</b>	<b>49.217.381</b>	<b>52.794.379</b>	<b>-6,8%</b>	<b>16.134.221</b>	<b>17.566.043</b>	<b>-8,2%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>18,8%</b>	<b>20,6%</b>		<b>23,2%</b>	<b>24,4%</b>	
Televisão	34.483.534	40.121.277	-14,1%	10.867.782	13.365.048	-18,7%
Jornais	12.999.346	12.397.379	4,9%	4.257.501	4.151.932	2,5%
Revistas	4.147.923	4.154.926	-0,2%	1.454.598	1.467.985	-0,9%
Holding Ajustamentos	-2.413.422	-3.879.203	37,8%	-445.660	-1.418.922	68,6%
Amortizações (-)	8.819.104	11.188.109	-21,2%	2.112.371	2.240.338	-5,7%
<b>EBIT</b>	<b>40.398.277</b>	<b>41.606.270</b>	<b>-2,9%</b>	<b>14.021.850</b>	<b>15.325.705</b>	<b>-8,5%</b>
<b>Margem EBIT</b>	<b>15,5%</b>	<b>16,2%</b>		<b>20,1%</b>	<b>21,3%</b>	
Res Financeiros(-)	9.524.183	5.724.499	66,4%	2.609.014	970.817	168,7%
<b>Res. Antes Imp.e Minoritários</b>	<b>30.874.094</b>	<b>35.881.771</b>	<b>-14,0%</b>	<b>11.412.836</b>	<b>14.354.888</b>	<b>-20,5%</b>
Imposto (IRC)(-)	7.235.834	7.508.639	-3,6%	2.634.359	3.338.642	-21,1%
Interesses Minoritários(-)	1.630.630	11.043.469	-85,2%	559.699	4.271.791	-86,9%
<b>Res. Líq. Cons.(recorrente)</b>	<b>25.852.832</b>	<b>18.154.469</b>	<b>42,4%</b>	<b>9.224.063</b>	<b>6.788.021</b>	<b>35,9%</b>
<b>Res. Líquido Consolidado</b>	<b>22.007.629</b>	<b>17.329.663</b>	<b>27,0%</b>	<b>8.218.776</b>	<b>6.744.455</b>	<b>21,9%</b>

Os resultados financeiros negativos aumentaram 66,4%, em relação a 2004, atingindo 9,5 M€, consequência do aumento dos encargos financeiros com o endividamento para a aquisição dos minoritários da SIC, da redução dos ganhos cambiais e do menor contributo das empresas associadas, nomeadamente a VASP e Lusa, que em 2005 atingiu 763 mil euros, o que representa uma redução em relação aos valores obtidos no ano anterior, que rondaram 1 milhão de euros.

O ano de 2005, foi também marcado pelo aumento dos investimentos, que em 2004 tinham rondado os 4,5 M€. Em 2005 arrancou o plano de investimentos da SIC, que vai permitir que a estação trabalhe todos os seus conteúdos no formato digital até 2007. Este investimento vai permitir ganhos de produtividade e partilhar conteúdos num ambiente multi-plataforma.

No âmbito do Office-Share, procedeu-se ao investimento do novo ERP, que entrou em funcionamento em Fevereiro 2006. No total do grupo, o volume de investimentos em 2005, atingiu os 8,1 M€.

Apesar do aumento do passivo com a aquisição dos minoritários da SIC, a melhor rentabilidade permitiu aumentar os fundos próprios, tendo-se obtido um rácio de autonomia financeira de 30,3% no final do ano. A cobertura do passivo líquido pelo cash-flow operacional, situa-se nos 4,3x.

A IMPRESA obteve em 2005 os melhores resultados de sempre, apesar dos elevados custos de reestruturação e da conjuntura difícil que levou à perda de quota de mercado em certas áreas. Os resultados líquidos atingiram 22 M€, o que representa um ganho de 27,0% em relação aos resultados de acordo com a norma IAS de 2004. No entanto, se ajustarmos dos custos de reestruturação, os resultados líquidos subiam 43% para 25,85 M€.



**IMPRESA**

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

## 8. Perspectivas para o ano 2006

Para 2006, a estratégia da IMPRESA passa pela manutenção de elevadas taxas de crescimento das receitas e dos resultados. Os objectivos para 2006 passam por:

- Crescimento das receitas consolidadas da ordem dos 4%, através:
  - Aumento das receitas de publicidade.
  - Crescimento das receitas com publicações, principalmente com o lançamento de novas publicações.
  - Continuar o esforço de diversificação das receitas, principalmente através da área de multimédia
- Plano de investimentos de 9 M€
- Crescimento do EBITDA's e resultados líquidos superior a 10%

Lisboa, 9 Março de 2006

Pela Administração

José Freire  
Director Investor Relations  
Phone: +351 21 392 9780  
Fax: +351 21 392 9787  
E-mail: [jfreire@impresa.pt](mailto:jfreire@impresa.pt)

[www.impresa.pt](http://www.impresa.pt)

IMPRESA - SOCIEDADE GESTORA DE PARTICIPAÇÕES SOCIAIS, S.A. E SUBSIDIÁRIAS

DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS DOS RESULTADOS POR NATUREZAS

PARA OS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2005 E 2004

(Montantes expressos em Euros)

	Notas	31 de Dezembro de 2005	31 de Dezembro de 2004
<b><u>PROVEITOS OPERACIONAIS:</u></b>			
Vendas	9 e 10	45.176.350	40.617.651
Prestações de serviços	9 e 10	214.164.196	212.810.126
Outros proveitos operacionais	9 e 11	1.913.079	2.837.111
Total de proveitos operacionais		<u>261.253.625</u>	<u>256.264.888</u>
<b><u>CUSTOS OPERACIONAIS:</u></b>			
Custo dos programas emitidos e das mercadorias vendidas	14	(87.639.067)	(83.749.343)
Fornecimentos e serviços externos		(61.269.822)	(55.854.860)
Custos com pessoal	13	(59.211.279)	(60.159.746)
Amortizações e depreciações	18 e 19	(8.819.104)	(11.188.109)
Provisões	31	(1.568.021)	(759.659)
Outros custos operacionais	11	(2.348.055)	(2.946.902)
Total de custos operacionais		<u>(220.855.348)</u>	<u>(214.658.619)</u>
Resultados operacionais		<u>40.398.277</u>	<u>41.606.269</u>
<b><u>RESULTADOS FINANCEIROS:</u></b>			
Ganhos em empresas do grupo e associadas	15	639.797	1.355.642
Juros e outros custos financeiros	15	(10.770.575)	(7.819.579)
Outros proveitos financeiros	15	606.594	739.439
Resultados antes de impostos		<u>(9.524.184)</u>	<u>(5.724.498)</u>
Imposto sobre o rendimento do exercício	16	30.874.093	35.881.771
Resultado consolidado líquido do exercício		<u>(7.235.834)</u>	<u>(7.508.639)</u>
Atribuível a:		<u>23.638.259</u>	<u>28.373.132</u>
Accionistas da empresa-mãe		22.007.629	17.329.663
Interesses minoritários	27	1.630.630	11.043.469
Resultado por acção			
Básico	17	0,2620	0,2063
Diluído	17	0,2634	0,2063

O anexo faz parte integrante da demonstração consolidada dos resultados por naturezas para o exercício findo em 31 de Dezembro de 2005.

O TÉCNICO OFICIAL DE CONTAS

O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

IMPRESA - SOCIEDADE GESTORA DE PARTICIPAÇÕES SOCIAIS, S.A. E SUBSIDIÁRIAS

BALANÇOS CONSOLIDADOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2005 E 2004

(Montantes expressos em Euros)

<u>ACTIVO</u>	<u>Notas</u>	<u>31 de Dezembro de 2005</u>	<u>31 de Dezembro de 2004</u>
<u>ACTIVOS NÃO CORRENTES:</u>			
Diferenças de consolidação	18	287.583.101	153.825.122
Outros activos intangíveis	18	555.871	733.493
Activos fixos tangíveis	19	33.825.246	35.047.098
Investimentos financeiros	20	3.688.743	3.034.293
Propriedades de investimento	21	11.042.577	11.447.236
Direitos de transmissão de programas	22	18.672.899	19.042.218
Existências	22	2.102.911	1.328.007
Impostos diferidos	16	6.600.720	11.908.393
Total de activos não correntes		<u>364.072.068</u>	<u>236.365.860</u>
<u>ACTIVOS CORRENTES:</u>			
Direitos de transmissão de programas	22	19.521.427	18.189.701
Existências	22	4.380.295	3.119.437
Clientes e contas a receber	23	38.158.166	42.344.947
Outros activos correntes	24	3.682.564	6.129.400
Caixa e equivalentes de caixa	25	20.485.213	20.895.753
Total de activos correntes		<u>86.227.665</u>	<u>90.679.238</u>
TOTAL DO ACTIVO		<u>450.299.733</u>	<u>327.045.098</u>
 <u>CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO</u>			
<u>CAPITAL PRÓPRIO:</u>			
Capital	26	84.000.000	84.000.000
Prémio de emissão de acções	26	97.902.257	97.902.257
Reserva legal	26	591.589	281.051
Resultados transitados e outras reservas	26	(70.827.151)	(87.846.276)
Resultado consolidado líquido do exercício		22.007.629	17.329.663
Capital próprio atribuível aos accionistas da Empresa mãe		<u>133.674.324</u>	<u>111.666.695</u>
Capital próprio atribuível aos interesses minoritários	27	3.461.196	23.928.032
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO		<u>137.135.520</u>	<u>135.594.727</u>
<u>PASSIVO:</u>			
<u>PASSIVOS NÃO CORRENTES:</u>			
Empréstimos obtidos	28	215.724.941	95.095.495
Fornecedores e contas a pagar	29	8.794.102	8.347.700
Provisões	31	4.209.067	3.618.035
Total de passivos não correntes		<u>228.728.110</u>	<u>107.061.230</u>
<u>PASSIVOS CORRENTES:</u>			
Empréstimos obtidos	28	19.053.550	17.417.248
Fornecedores e contas a pagar	29	31.716.274	28.605.698
Outros passivos correntes	30	33.666.279	38.366.195
Total de passivos correntes		<u>84.436.103</u>	<u>84.389.141</u>
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO		<u>450.299.733</u>	<u>327.045.098</u>

O anexo faz parte integrante do balanço consolidado em 31 de Dezembro de 2005.

O TÉCNICO OFICIAL DE CONTAS

O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO