

**Multimedia**

INFORMAÇÃO TRIMESTRAL INDIVIDUAL/CONSOLIDADA (Não Auditada)
(aplicável às entidades sujeitas à disciplina normativa contabilística do Plano Oficial de Contabilidade)

Empresa: PT - Multimédia - Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A.(Sociedade Aberta)
Sede Av. 5 de Outubro, nº 208, 1069-203 Lisboa **NIPC:** 504 453 513
Período de referência: Valores de referência em 000Esc em Euros
1º Trimestre **3º Trimestre** **5º Trimestre**⁽¹⁾ **Início: 01/07/02 Fim: 30/09/02**

Rubricas do Balanço	Individual			Consolidada		
	n	n-1	Var. (%)	n	n-1	Var. (%)
ACTIVO						
Imobilizado (líquido)						
Imobilizações incorpóreas	331.342.371	173.426.756	91,1%	809.321.956	694.876.493	16,5%
Imobilizações corpóreas	520.920	319.834	62,9%	328.306.402	313.336.748	4,8%
Investimentos financeiros	1.029.895.206	1.052.914.700	-2,2%	264.275.634	404.580.426	-34,7%
Dívidas de terceiros (líquido)						
Médio e longo prazo						
Curto prazo	29.098.635	1.720.149	1591,6%	176.650.735	151.697.843	16,4%
CAPITAL PRÓPRIO						
Valor do Capital social	78.448.464	63.485.400	23,6%	78.448.464	63.485.400	23,6%
Nº acções ordinárias	156.845.928	126.919.800	23,6%	156.845.928	126.919.800	23,6%
Nº acções de outra natureza	51.000	51.000		51.000	51.000	
Valor das Acções próprias						
Nº acções com voto						
Nº acções pref. sem voto						
Interesses Minoritários				19.266.689	31.413.728	-38,7%
PASSIVO						
Provisões para riscos e encargos	178.499.631			91.504.496	31.633.174	189,3%
Dívidas a terceiros						
Médio e longo prazo	667.035.055	568.999.127	17,2%	685.636.056	660.443.476	3,8%
Curto prazo	13.710.983	4.046.181	238,9%	300.663.409	236.398.260	27,2%
TOTAL DO ACTIVO (líquido)	1.390.972.366	1.240.837.302	12,1%	1.708.508.644	1.663.462.894	2,7%
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	531.561.878	618.599.420	-14,1%	531.561.878	622.237.882	-14,6%
TOTAL DO PASSIVO	859.410.488	622.237.882	38,1%	1.157.680.077	1.009.811.285	14,6%

Rubricas da Demonstração de Resultados	Individual			Consolidada		
	n	n-1	Var. (%)	n	n-1	Var. (%)
Vendas e Prestação de serviços				497.207.182	441.607.381	12,6%
Varição da produção				225.134	164.005	37,3%
CMVMC e dos Serviços prestados				368.943.730	339.563.951	8,7%
Resultados brutos				128.488.586	102.207.435	25,7%
Resultados operacionais	-5.654.755	-5.727.795	1,3%	-6.748.192	-21.914.965	69,2%
Resultados Financeiros (líquido)	-118.871.367	-37.775.775	-214,7%	-91.508.992	-60.123.323	-52,2%
Resultados correntes	-124.526.122	-43.627.508	-185,4%	-98.257.184	-82.038.288	-19,8%
Resultados extraordinários	5.873.111	-624.141	s.s.	-16.347.620	43.816.338	s.s.
Imposto sobre o rendimento ⁽²⁾	-2.705	-3.741	27,7%	-3.837.854	2.988.373	s.s.
Interesses Minoritários				-213.058	3.045.066	s.s.
Resultado líquido ao trimestre	-118.655.716	-44.255.390	-168,1%	-118.655.716	-44.255.390	-168,1%
Resultado líquido ao trimestre por acção	-0,76	-0,35	-117,0%	-0,76	-0,35	-117,0%
Autofinanciamento ⁽³⁾	-117.353.105	-44.066.984	-166,3%	-52.213.913	11.174.749	567,2%

⁽¹⁾ Aplicável no primeiro exercício económico das sociedades que adoptem um exercício anual diferente do correspondente ao ano civil (Art.65.º-A do Código das Sociedades Comerciais);

⁽²⁾ Estimativa de imposto sobre o rendimento

⁽³⁾ Autofinanciamento = Resultado líquido + Amortizações + Provisões



Multimedia

PT- Multimedia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A.

Sociedade Aberta

Sede: Av. 5 de Outubro, n.º 208, Lisboa

Pessoa Colectiva n.º 504 453 513

Matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa sob o n.º 8357

Capital Social: Euros 78.448.464

EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE NOS PRIMEIROS NOVE MESES DE 2002

Nos primeiros nove meses de 2002, as receitas consolidadas da PT Multimedia totalizaram EUR 497 milhões e o EBITDA consolidado EUR 53 milhões. O Resultado Líquido situou-se em EUR 119 milhões negativos.

Numa base comparável, as receitas consolidadas continuaram a registar taxas de crescimento acima de 20% e o EBITDA incrementos superiores a 73%, sobretudo devido à contribuição da TV Cabo.

Os resultados obtidos pela PT Multimédia, nomeadamente no terceiro trimestre de 2002, evidenciam uma evolução muito positiva da performance da empresa a vários níveis:

- Crescimento sustentado e uma melhoria significativa das margens operacionais nos negócios de televisão por subscrição e acesso à Internet de banda larga da TV Cabo:
 - O parque de subscritores do serviço de acesso de banda larga à Internet quase triplicou, face a Setembro de 2001, atingindo os 114 mil clientes. A base de clientes de televisão por subscrição superou os 1.265 mil subscritores, apresentando, relativamente aos primeiros nove meses de 2001, um crescimento de 16%;
 - As receitas da TV Cabo subiram 33% em relação ao valor acumulado a Setembro de 2001, e o EBITDA praticamente duplicou, superando os EUR 48 milhões. A margem EBITDA ultrapassou os 18%, o que representa uma melhoria de 5,7 p.p.;
 - O Resultado Líquido obtido pela TV Cabo nos primeiros nove meses de 2002 foi positivo superando os EUR 1,3 milhões e reforçando o break-even atingido no primeiro semestre. Adicionalmente, o EBITDA menos CAPEX passou a ser positivo em cerca de EUR 5,3 milhões.
- Obtenção pela PT Multimédia de resultados operacionais consolidados positivos no terceiro trimestre de 2002;
- Contenção acentuada em matéria de cash-out, mais visível, nesta primeira fase, na redução do CAPEX em 28% face aos valores do primeiros nove meses de 2001;
- EBITDA menos CAPEX consolidado da PT Multimédia positivo no terceiro trimestre de 2002.

Já em Outubro, a PT Multimedia anunciou um acordo que lhe permite reestruturar o seu balanço, reduzindo a dívida e respectivos juros em EUR 600 milhões e o goodwill em EUR 207 milhões, através da alienação à Portugal Telecom (PT) das suas participações na PTM.com (100%), na Páginas Amarelas (24,75%) e na Sportinveste Multimédia (50%).

Esta operação permitirá à PT Multimedia consolidar a sua situação financeira, mantendo o seu forte posicionamento nas mesmas plataformas de distribuição: cabo, satélite, Internet de banda larga e exibição cinematográfica. Simultaneamente, é garantida uma mais eficiente utilização dos activos existentes no seio do Grupo PT evitando-se duplicação de esforços e de custos.

Uma vez que esta transacção será reportada a 30 de Setembro de 2002, os resultados aqui apresentados ainda englobam os resultados da PTM.com, Páginas Amarelas e Sportinveste Multimédia.

SUMÁRIO
Resultados Financeiros^{1 2}

(valores expressos em milhares de Euros)

	9M 01	Pro-Forma 9M 01	9M 02	Variação 9M 02/9M 01	Variação 9M 02/PF 9M 01
Receitas					
TV Cabo	198.876	198.876	265.340	33,4%	33,4%
Lusomundo	205.590	175.134	176.318	-14,2%	0,7%
PTM.com	40.069	40.069	58.765	46,7%	46,7%
Ajustamentos e Holding	(1.295)	(1.295)	(3.386)	-161,5%	-161,5%
Total	443.240	412.784	497.037	12,1%	20,4%
EBITDA					
TV Cabo	25.001	25.001	48.514	94,0%	94,0%
Lusomundo	18.434	19.684	11.215	-39,2%	-43,0%
PTM.com	(8.088)	(8.088)	(3.143)	61,1%	61,1%
Ajustamentos e Holding	(6.111)	(6.111)	(3.631)	40,6%	40,6%
Total	29.236	30.486	52.955	81,1%	73,7%
EBIT	(20.786)	(18.935)	(6.221)	70,1%	67,1%
Resultado Líquido Antes de Impostos	(38.534)	(37.676)	(115.290)	-199,2%	-206,0%
Resultado Líquido Antes de Interesses Minoritários	(41.210)	(40.903)	(118.443)	-187,4%	-189,6%
Resultado Líquido	(44.255)	(44.225)	(118.656)	-168,1%	-168,3%
Investimentos, dos quais	681.602	681.602	77.600	-88,6%	-88,6%
CAPEX	80.893	80.893	58.463	-27,7%	-27,7%
Financeiros	600.709	600.709	19.137	-96,8%	-96,8%
EBITDA -CAPEX	(51.657)	(50.407)	(5.508)	89,3%	89,1%
Dívida	687.623	687.623	706.801	2,8%	2,8%
Margem EBITDA	6,6%	7,4%	10,7%	4,1 p.p.	3,3 p.p.

- **Receitas Consolidadas: EUR 497 milhões**, um crescimento de 20,4% em relação aos valores dos primeiros nove meses de 2001 (excluindo a Deltapress do perímetro de consolidação);
- **Receitas da TV Cabo: EUR 265,3 milhões**, um crescimento de 33,4% face aos primeiros nove meses de 2001;
- **Receitas da Lusomundo: EUR 176,3 milhões**, um crescimento de 0,7% face ao período homólogo de 2001 (excluindo a Deltapress do perímetro de consolidação). A evolução das receitas da Lusomundo foi, uma vez mais, condicionada pela retracção do investimento publicitário e positivamente influenciada pela evolução dos negócios da área de audiovisuais, nomeadamente, pela performance do segmento de Jogos de Vídeo;
- **Receitas da PTM.com (ISP/ASP e Portais): EUR 58,8 milhões**, face a EUR 40,1 milhões registados nos primeiros nove meses de 2001, verificando-se um crescimento de 46,7%. De notar, contudo, que os efeitos da PRAI (Proposta de Referência do Acesso à Internet) se reflectem essencialmente nas receitas deste ano;
- **EBITDA Consolidado: EUR 53,0 milhões**, correspondente a um crescimento de 73,7% em relação ao valor atingido nos primeiros nove meses de 2001 (excluindo a Deltapress do perímetro de consolidação);
- **EBITDA da TV Cabo: EUR 48,5 milhões**, montante que corresponde praticamente ao dobro do valor alcançado nos primeiros nove meses de 2001 e equivale a uma margem de EBITDA de 18,3%. A margem de EBITDA da TV Cabo no terceiro trimestre superou os 19%.
- **EBITDA da Lusomundo: EUR 11,2 milhões**, quando em 2001 tinha sido de EUR 19,7 milhões (excluindo a Deltapress do perímetro de consolidação). O EBITDA da Lusomundo decresceu devido à quebra das receitas de publicidade em EUR 10,1 milhões e ao acréscimo de provisões em EUR 1,4 milhões, apesar das medidas tomadas para o controlo apertado dos custos operacionais, cujos resultados práticos ainda não estão totalmente evidenciados;
- **EBITDA da PTM.com: EUR 3,1 milhões negativos**, quando em 2001 tinha sido negativo no montante de EUR 8,1 milhões;
- **EBIT consolidado no terceiro trimestre: EUR 1,0 milhões positivos;**

¹ Os resultados apresentados estão em formato internacional, diferindo ligeiramente dos resultados apresentados em anexo, que estão de acordo com as regras portuguesas de contabilidade.

² Nos primeiros nove meses de 2002, a Deltapress foi excluída do perímetro de consolidação integral da PT Multimedia uma vez que, em 20 de Junho de 2002, se concretizou a operação de troca da participação de 79,5% detida na Deltapress por uma participação de 33,33% na VASP. Assim sendo, para uma análise mais correcta, as comparações entre os resultados dos primeiros nove meses de 2002 e os resultados dos primeiros nove meses de 2001 são efectuadas com base numa demonstração de resultados pro-forma dos primeiros nove meses de 2001, que exclui dos proveitos e custos consolidados da PT Multimedia os proveitos e custos da Deltapress.



Multimédia

- **Resultado Líquido: EUR 118,7 milhões negativos**, face a um Resultado Líquido negativo de EUR 44,3 milhões nos primeiros nove meses de 2001. De referir que o Resultado Líquido dos primeiros nove meses de 2001 englobava um ganho extraordinário de EUR 47,8 milhões relativo à operação de permuta da participação de 100% na Zip.net por uma participação de 17,94% na UOL. Adicionalmente, o Resultado Líquido destes primeiros nove meses de 2002 foi afectado pelo reconhecimento de perdas cambiais de EUR 11,9 milhões na sequência da alienação de activos financeiros e pela constituição de uma provisão de EUR 26,4 milhões para fazer face ao risco de desvalorização de determinados activos de participadas da PTM.com;
- Em 30 de Setembro de 2002, a dívida da PT Multimédia e respectivos juros devidos à PT ascendia a EUR 769,2 milhões. Contudo, na sequência do acordo anunciado no dia 17 de Outubro, a PT Multimédia alienará à PT as suas participações na PTM.com (100%), Páginas Amarelas (24,75%) e Sportinveste Multimédia (50%), bem como os suprimentos e prestações acessórias que havia concedido a estas participadas, o que lhe permitirá reduzir a sua dívida para cerca de EUR 169,2 milhões.

Televisão por Subscrição

Televisão por Subscrição	2001	9M 01	9M 02	Variação 9M 02/9M 01	Variação 9M 02/2001
Casas Passadas (milhares)	2.286	2.267	2.367	4,4%	3,5%
Casas Passadas Com Retorno (milhares)	1.439	1.156	1.951	68,8%	35,6%
Total Clientes (milhares)	1.160	1.093	1.265	15,7%	9,1%
Clientes Televisão via Cabo	936	897	994	10,8%	6,2%
Clientes Televisão via Satélite	224	196	271	38,3%	21,0%
Produtos Premium (milhares)	736	645	847	31,3%	15,1%
Desporto	335	301	381	26,6%	13,7%
Cinema	173	144	184	27,8%	6,4%
Adultos	46	43	47	9,3%	2,2%
Outros	181	157	235	49,7%	29,8%
Taxa de Penetração (Cabo)	45,2%	43,7%	46,4%	2,7 p.p.	1,2 p.p.
Rácio Pay-to-Basic (Total)	63,4%	59,0%	67,0%	7,9 p.p.	3,5 p.p.
ARPU (Euros)	18,2	18,0	19,0	5,6%	4,4%

- **Número de casas passadas: 2,37 milhões** das quais 1,95 milhões com bidireccionalidade;
- **Número de subscritores de televisão por cabo e satélite: 1.265 mil**, um crescimento de 15,7% face ao parque de clientes no final de Setembro de 2001. Estima-se que, em finais de Setembro de 2002, a quota da TV Cabo no mercado de televisão por subscrição fosse de 82,8%;
- **Número de subscritores de televisão por cabo: 994 mil**, correspondendo a uma subida de 10,8% em relação ao valor verificado no final dos primeiros nove meses de 2001, e equivalente a uma taxa de penetração sobre casas passadas residenciais de 46,4%;
- **Número de subscritores de televisão por satélite: 271 mil**, um crescimento de 38,3% relativamente aos primeiros nove meses de 2001;
- **Número de subscrições de canais premium: 847 mil**, registando-se um acréscimo de 31,3% em relação a Setembro de 2001. O número de subscrições de produtos *premium* sobre o total de subscritores do pacote de base (rácio *pay-to-basic*) atingiu os 67,0%. Nos três meses de Verão de 2002, verificaram-se, em termos líquidos, 27 mil subscrições adicionais de serviços premium, após um segundo trimestre de forte crescimento (57 mil novas subscrições), sobretudo decorrente do aumento das adesões ao canal Sport TV aquando do Mundial de Futebol 2002.
- **Receita média por subscritor (ARPU) no negócio de televisão por subscrição: EUR 19,0**, relativamente aos primeiros nove meses de 2001 verifica-se um crescimento de 5,6% e um acréscimo de 4,4% em relação ao ARPU de EUR 18,2 registado no ano de 2001.

Lusomundo

Lusomundo	2001	9M 01	9M 02	Varição 9M 02/9M 01	Varição 9M 02/2001
Audiovisuais					
Nº de Bilhetes Vendidos (milhares)	8.582	6.337	6.233	-1,6%	s.s.
Lusomundo Cinemas	1.894	1.355	1.313	-3,1%	s.s.
Warner Lusomundo - Portugal	6.688	4.982	4.920	-1,2%	s.s.
Taxas de Ocupação Médias					
Lusomundo Cinemas	21,2%	20,9%	18,9%	-2,0 p.p.	-2,3 p.p.
Warner Lusomundo - Portugal	23,0%	23,0%	23,1%	0,1 p.p.	0,0 p.p.
Media					
Circulação Média Total					
Jornal de Notícias	106.978	108.146	106.932	-1,1%	0,0%
Diário de Notícias	61.119	60.970	54.291	-11,0%	-11,2%

Audiovisuais

- **Número de bilhetes de cinema vendidos em Portugal: 6,2 milhões**, em relação aos primeiros nove meses de 2001 regista-se um decréscimo de 1,6%, uma vez que os filmes lançados este ano têm tido uma menor receptividade por parte do público. Adicionalmente, o impacto negativo da conjuntura económica desfavorável sobre o consumo, começou a reflectir-se, negativamente, na afluência do público às salas de cinema;
- **Receitas da área de Audiovisuais: EUR 78,5 milhões**, face aos primeiros nove meses de 2001 verifica-se um crescimento de 8,6%, que continua a ser impulsionado pelo êxito da Sony PS2.

Media

- **Jornal de Notícias:** continua a destacar-se na liderança do segmento de imprensa diária generalista. Em Setembro, a circulação média deste jornal atingiu os 113 mil exemplares, impulsionada pela edição de um suplemento dedicado aos acontecimentos de 11 de Setembro de 2001;
- **Diário de Notícias:** registou, nos primeiros nove meses de 2002, um decréscimo de circulação de 11% em relação a igual período do ano anterior;
- **24 Horas:** continua a registar um crescimento assinalável na circulação média diária (18% em termos homólogos), graças a uma maior adequação dos seus conteúdos às necessidades e expectativas do seu público alvo;
- **Edição Portuguesa da National Geographic Magazine:** obteve nos primeiros nove meses de 2002 uma circulação média superior a 84 mil exemplares, o que representa um crescimento de 15% face aos valores registados em 2001 (excluindo a primeira edição de carácter promocional);
- **Receitas de Publicidade: EUR 54,2 milhões**, correspondendo a um decréscimo de 15,6% face aos valores dos primeiros nove meses de 2001, devido à retracção do investimento publicitário na imprensa diária.

Internet

Internet	2001	9M 01	9M 02	Varição 9M 02/9M 01	Varição 9M 02/2001
ISP					
Total Clientes (milhares)	680	633	987	55,9%	45,1%
Clientes Banda Estreita Dial Up	616	584	859	47,1%	39,4%
Clientes Banda Larga via Cabo	62	48	114	137,5%	83,9%
Clientes Banda Larga via ADSL	2	1	14	1300,0%	600,0%
Tráfego Dial Up (milhões de horas)	36,70	27,90	25,20	-9,7%	s.s.
Portais					
Rede Sapo (milhões)					
Visitantes Únicos por Mês (último mês do período)	2,04	1,40	2,01	43,6%	-1,5%
Páginas Vistas por Mês (último mês do período)	170,8	146,0	159,0	8,9%	-6,9%

ISP

- **Número de subscritores do serviço de acesso de banda larga via cabo: 114 mil**, mais 52 mil do que em Dezembro de 2001 e mais de 2,4 vezes o número de clientes existentes em Setembro de 2001. Num trimestre em que a concorrência ao nível dos acessos de banda larga aumentou significativamente com o lançamento de várias ofertas ADSL, o serviço NetCabo registou 19 mil subscrições adicionais;



Multimedia

- **Número de subscritores Dial-up: 859 mil**, um incremento de 47,1% face a Setembro de 2001, devido ao aumento dos clientes do acesso gratuito decorrente, sobretudo, do alargamento do mercado dial-up residencial a extractos sociais com menor poder de compra e/ou com menores índices de utilização da Internet, uma vez que se assiste a uma migração dos clientes dos serviços dial-up pagos para os acessos de banda larga;
- **Número de subscritores ADSL: 14 mil**, o que compara com 5 mil clientes em Junho de 2002. Desde o relançamento em Julho do acesso à Internet de banda larga sobre ADSL, a PTM.com posicionou-se como líder neste segmento de mercado. Actualmente, estão a ser solicitadas mais de 8 mil activações deste serviço por mês.

Portais

- **Tráfego do portal www.sapo.pt**: 159 milhões de páginas vistas em Setembro de 2002, um incremento de 8,9% face a Setembro de 2001;
- **Visitantes únicos**: 2,01 milhões em Setembro de 2002, valor que compara com 1,40 milhões em Setembro de 2001.



DESENVOLVIMENTOS RECENTES
E
PRINCIPAIS ACONTECIMENTOS CORPORATIVOS DO TERCEIRO TRIMESTRE DE 2002

- No dia 17 de Outubro, a PT Multimédia anunciou um acordo que lhe permite reestruturar o seu balanço, reduzindo a dívida e respectivos juros em EUR 600 milhões e o goodwill em EUR 207 milhões, através da alienação à PT das suas participações na PTM.com (100%), na Páginas Amarelas (24,75%) e na Sportinveste Multimédia (50%).

O montante envolvido na alienação destes três activos, bem como dos conteúdos e direitos por estes detidos, ascende a EUR 199 milhões. Adicionalmente, a PT assume os suprimentos e prestações acessórias que a PT Multimédia havia concedido à PTM.com e à Sportinveste Multimédia, no montante de EUR 401 milhões.

A concretização deste acordo está sujeita à aprovação dos Conselhos de Administração da PT Multimédia e da PT e os seus efeitos reportar-se-ão a 30 de Setembro de 2002.

- Desde o dia 18 de Outubro de 2002, inclusive, e após terem transitado em julgado as sentenças que homologaram as desistências dos pedidos objecto das acções de impugnação das deliberações sociais da PT Multimédia que aprovaram os três últimos aumentos de capital social da Empresa, as categorias autónomas de acções da PT Multimédia transaccionadas sob os símbolos PTMZ, PTMX, PTMY e PTMW passaram a ser fungíveis com as acções da PT Multimédia negociadas sob o símbolo PTM. Assim, desde do dia 18 de Outubro de 2002, todas as acções ordinárias da PT Multimédia são transaccionadas numa única linha de negociação.
- No dia 9 de Agosto, a PT Multimédia assinou o contrato de venda da totalidade da sua participação no capital da Porto TV, empresa produtora do canal NTV, à RTP, que passará a deter 100% do capital desta empresa logo que estejam libertas as condições suspensivas do contrato. No âmbito do acordo celebrado mantém-se em vigor o contrato de distribuição entre a NTV e a TV Cabo, pelo qual é assegurada a presença do canal informativo do Norte no actual leque de programação da TV Cabo. O acordo prevê ainda que, a partir do próximo ano, os níveis de remuneração da NTV, assegurados no contrato com a TV Cabo, possam variar em função da performance do canal temático do Norte, medida, sobretudo, em termos de audiências.
- No dia 2 de Agosto, realizou-se uma Assembleia Geral de Accionistas da PT Multimédia, na qual foi deliberada a alteração da composição do Conselho de Administração da PT Multimédia, através do seu alargamento de 11 para 15 membros, nos termos do previsto no n.º 1 do artigo 15º dos Estatutos da Sociedade. Na sequência desta Assembleia Geral, o Conselho de Administração elegeu a nova comissão executiva da PT Multimédia que passou ter a seguinte composição:

Presidente: Manuel Corrêa de Barros de Lancaster;

Vogais: Luís Filipe de Medeiros Cravo Ribeiro; José Manuel da Graça Bau; Luís Miguel da Fonseca Pacheco de Melo; José Augusto Castelhana Nunes Egreja.

ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE

Televisão por Subscrição

Em 30 de Setembro de 2002, a rede de cabo da PT Multimedia abrangia 2,37 milhões de casas, tendo 1,95 milhões de casas, rede com possibilidade de bidireccionalidade.

Nos primeiros nove meses de 2002, o número total de clientes dos serviços de televisão por subscrição atingiu os 1.265 mil (994 mil clientes de televisão por cabo e 271 mil clientes de televisão por satélite), correspondendo a um aumento de 16% face ao período homólogo do ano passado. Estima-se que, em finais de Setembro de 2002, a quota da TV Cabo no mercado de televisão por subscrição fosse de 82,8%.

No terceiro trimestre de 2002, a TV Cabo conseguiu, apesar do aumento da concorrência e da conjuntura económica desfavorável, angariar 34 mil novos clientes para os seus serviços de televisão por subscrição, mais mil novos clientes que em igual período do ano passado.

O crescimento das subscrições de serviços premium ultrapassou os 30%, passando dos 645 mil em Setembro de 2001 para os 847 mil em Setembro de 2002. Esta evolução conduziu a um rácio pay-to-basic de 67%, o que compara com 59% em finais de Setembro de 2001.

Nestes três meses de Verão, verificaram-se, em termos líquidos, 27 mil subscrições adicionais de serviços premium, após um segundo trimestre de forte crescimento (57 mil novas subscrições), sobretudo decorrente do aumento das adesões do canal Sport TV aquando do Mundial de Futebol 2002.

Em Setembro, a TV Cabo lançou o canal premium “temporário” Big Brother Famosos que transmite 24h por dia o reality show com o mesmo nome. O preço de subscrição deste canal é de EUR 5 por mês, beneficiando os clientes dos canais premium de cinema de um desconto de 20%. Actualmente, o canal Big Brother Famosos conta com mais de 20 mil subscrições.

No conjunto dos primeiros nove meses de 2002, a receita média por subscritor (ARPU) situou-se EUR 19,0 tendo crescido 5,6% face ao período homólogo de 2001 e 4,4% relativamente ao ARPU de EUR 18,2 registado no ano de 2001.

Media

Jornais

JORNAIS - Circulação Média Por Edição					
Jornal	Circulação Média			Variação	
	2001	9M 01	9M 02	9M 02/9M 01	9M 02/2001
Jornal de Notícias	106.978	108.146	106.932	-1,1%	0,0%
Diário de Notícias	61.119	60.970	54.291	-11,0%	-11,2%
24H	32.061	32.200	37.991	18,0%	18,5%
Público	55.273	55.729	n.d.	n.d.	n.d.
Correio da Manhã	102.280	102.884	n.d.	n.d.	n.d.
Capital	11.501	12.412	n.d.	n.d.	n.d.

Fonte: APCT e Lusomundo a partir de Junho de 2002

O segmento de imprensa diária generalista continua liderado pelo Jornal de Notícias. Nos primeiros nove meses de 2002, a circulação média diária deste jornal ascendeu a 107 mil exemplares, 1,1% abaixo do verificado no período homólogo de 2001. Este decréscimo é explicado pelo impacto positivo que as acções promocionais associadas ao “Porto 2001 – Capital Europeia da Cultura” tiveram nos níveis de circulação do primeiro trimestre de 2001, chegando o Jornal de Notícias a atingir níveis de circulação superiores a 112 mil exemplares.

No terceiro trimestre de 2002 o JN apresenta uma franca expansão dos níveis de circulação média. Em Setembro, a circulação média deste jornal atingiu os 113 mil exemplares, impulsionada pela edição de um suplemento dedicado aos acontecimentos de 11 de Setembro de 2001.

A circulação média do Diário de Notícias registou nos primeiros nove meses de 2002 um decréscimo de 11% em relação a igual período do ano anterior.

Num ano caracterizado por um decréscimo do mercado quando avaliado em termos de circulação (-2,3% no primeiro semestre, segundo dados da APCT), o 24 Horas continua a registar um crescimento assinalável na circulação média diária (18% em termos homólogos). Esta performance do 24 Horas deve-se, fundamentalmente, a uma maior adequação dos seus conteúdos às necessidades e expectativas do seu público alvo.

Revistas

REVISTAS - Circulação Média Por Edição					
Revista	2001	9M 01	9M 02	Varição 9M 02/9M 01	Varição 9M 02/2001
Grande Reportagem	19.892	20.730	17.994	-13,2%	-9,5%
Evasões	24.482	25.060	21.632	-13,7%	-11,6%
Volta ao Mundo	30.298	31.438	36.470	16,0%	20,4%
National Geographic Magazine	79.673	81.727	84.510	3,4%	6,1%

Fonte: APCT até Junho de 2002 e Lusomundo a partir de Junho de 2002

Nos primeiros nove meses de 2002, a circulação média da revista National Geographic Magazine superou os 84 mil exemplares, o que representa um crescimento de 15,2% em relação aos valores registados no ano de 2001, excluindo a primeira edição de carácter promocional. No terceiro trimestre é de referir o lançamento, em Julho, do mook "As 100 Melhores Imagens da National Geographic Magazine", uma edição para colecionadores com algumas das melhores fotografias publicadas nesta revista.

Na área das revistas, há ainda a realçar a renovação gráfica e editorial da Grande Reportagem, o bom desempenho da Volta ao Mundo, cuja circulação média superou os 36 mil exemplares, e o lançamento, em Setembro, da revista oficial da Playstation 2. Com uma tiragem de 30 mil exemplares, esta revista aborda temas que vão de encontro às necessidades do leitor amante de videojogos, possuindo adicionalmente secções dedicadas ao cinema e à música. Cada edição da revista "Playstation 2" será acompanhada da oferta de um DVD com demonstrações jogáveis dos mais recentes lançamentos da Sony.

Audiovisuais
Distribuição cinematográfica

Nos primeiros nove meses de 2002, a Lusomundo lançou 58 filmes, dos quais 19 no terceiro trimestre, que atraíram cerca de 6,3 milhões de espectadores às salas de cinema portuguesas. Entre os lançamentos efectuados destacam-se títulos como "A Beautiful Mind", "Astérix & Obélix – Missão Cleópatra", "Vanilla Sky", "Monsters, Inc", "40 Days & 40 Nights" e "The Scorpion King". Neste período, 5 posições do "top ten" de êxitos de bilheteira em Portugal foram ocupadas por títulos distribuídos pela Lusomundo.

Exibição cinematográfica

O circuito de cinema do Grupo em Portugal (Lusomundo Cinemas e Warner Lusomundo) registou, nos primeiros nove meses de 2002, 6,2 milhões de espectadores, o que representa uma redução de 1,6% face ao ano anterior. No terceiro trimestre de 2002 foram vendidos 1,9 milhões de bilhetes, menos 220 mil que no período homólogo de 2001, uma vez que os filmes lançados este ano têm tido uma menor receptividade por parte do público. Adicionalmente, neste terceiro trimestre, o impacto negativo da conjuntura económica desfavorável sobre o consumo, começou a reflectir-se, negativamente, na afluência do público às salas de cinema.

Em Setembro de 2002 inauguraram-se 12 salas Warner-Lusomundo no Forum Almada, com 2800 lugares, passando o circuito de cinema em Portugal a contar com 130 salas (38 salas Lusomundo Cinemas e 92 salas Warner Lusomundo).

Em Espanha, o terceiro trimestre de 2002 ficou marcado pela abertura do décimo multiplex da Warner Lusomundo Sogecable, elevando o total de salas para 104. A expansão do número de complexos nos dois últimos anos continuou a ser o motor de crescimento do número de bilhetes vendidos que, nos primeiros nove meses de 2002, ascendeu a 5,1 milhões (14,3% acima do período homólogo do ano anterior). Numa base comparável, o número de bilhetes vendidos apresenta um decréscimo de, aproximadamente, 9%, decorrente do menor impacto junto do público dos filmes lançado em 2002, da abertura de salas de cadeias concorrentes e da diminuição do número de lugares disponíveis no multiplex de La Moreja devido a obras de remodelação.

Vídeo e videojogos

No negócio de Vídeo destaca-se o lançamento em Setembro do filme da Walt Disney "Monsters, Inc", com uma colocação de 140 mil unidades e receitas superiores a EUR 1,7 milhões.

Apesar da Lusomundo ter deixado de representar em 2002 o catálogo da Warner, as suas vendas de vídeo decresceram apenas 2% em relação aos primeiros nove meses de 2001, fundamentalmente devido à performance do catálogo de produtores independentes (+91%) e do catálogo Disney (+27%).

Em termos de mercado de Vídeo, continua a verificar-se uma crescente aceitação do formato DVD. Paralelamente, assiste-se a uma expansão do mercado de venda directa a consumidores face ao mercado de aluguer, cuja quota baixou de 28% nos primeiros nove meses de 2000 para 24% nos primeiros nove meses de 2002.

Na vertente de Videojogos, o terceiro trimestre ficou marcado pela redução, acompanhada pelos demais concorrentes, do preço da Playstation 2 para EUR 254,99. Actualmente, o parque de consolas Playstation2 em Portugal ultrapassa já as 100 mil



Multimedia

unidades, sendo que até ao final de Setembro foram vendidas 2,6 vezes mais consolas que em igual período de 2001 (recorde-se que em 2001 não existiam concorrentes neste segmento de mercado).

Internet

TV Cabo - Serviço de Acesso de Banda Larga via Cabo

O número de clientes do serviço Netcabo, registou no terceiro trimestre de 2002 um crescimento assinalável. Em finais de Setembro este serviço contava com 114 mil acessos, correspondentes a cerca de 300 mil utilizadores, a um crescimento de 83,9% face ao parque instalado existente em Dezembro de 2001 e a uma quota de mercado que se estima em 66,7%.

Num trimestre em que a concorrência ao nível dos acessos de banda larga aumentou significativamente com o lançamento, acompanhado de intensas campanhas de marketing, de várias ofertas ADSL, o serviço NetCabo registou 19 mil subscrições adicionais (valor que compara com 20 mil novas subscrições no segundo trimestre de 2002).

A dinâmica de angariação de clientes Netcabo observada durante o terceiro trimestre manteve-se em Outubro, contando o serviço actualmente com mais de 120 mil subscritores, a um ritmo de cerca de 8 mil instalações por mês.

A receita média mensal (ARPU) de um cliente do serviço Netcabo, atingiu, no conjunto deste primeiros nove meses de 2002, EUR 32,1, correspondentes a um crescimento de 2,2% face ao valor verificado em idêntico período do ano anterior.

PTM.com - Serviços de Acesso via Telefone e Serviço de Acesso de Banda Larga sobre ADSL

Desde o relançamento em Julho do acesso à Internet de banda larga sobre ADSL, a PTM.com posicionou-se como líder neste segmento de mercado. No final de Setembro, este serviço contava com 14 mil clientes, o que compara com 5 mil clientes em Junho. Actualmente, estão a ser solicitadas mais de 8 mil activações deste serviço por mês.

Em Setembro de 2002, o número de clientes dial-up da Telepac ascendia a 859 mil, o que representa um crescimento de 47,1%, em termos homólogos. Ao longo do ano de 2002, tem-se verificado uma diminuição da base de clientes dos serviços dial-up pagos (3,4% face aos valores de final do ano de 2001), assistido-se a uma migração progressiva destes clientes para os serviços de acesso de banda-larga. A expansão dos serviços dial-up deve-se, assim, ao aumento dos clientes do acesso gratuito decorrente, sobretudo, do alargamento do mercado dial-up residencial a extractos sociais com menor poder de compra e/ou com menores índices de utilização da Internet. Em Setembro, os clientes do acesso gratuito correspondiam a cerca de 87,9% do total de clientes dial-up da PTM.com.

O tráfego gerado pelos serviços dial-up ascendeu, nos primeiros nove meses de 2002, a 25,2 milhões de horas, registando um decréscimo de 9,7% face ao tráfego verificado no período homólogo de 2001. Este decréscimo reflecte o impacto da oferta de acessos de banda larga com preço fixo, com o deslocamento progressivo dos heavy users para soluções de maior velocidade de acesso e preço fixo.

Portal SAPO

No terceiro trimestre de 2002, o portal www.sapo.pt continuou a afirmar-se como o maior portal português. De acordo com os dados da Marktest relativos ao trimestre móvel Maio/Junho/Julho de 2002, o SAPO continua a apresentar-se como o líder em Portugal em termos de notoriedade espontânea (59,3%), entre os sites, portais e motores de busca.

As páginas vistas em Setembro de 2002 situaram-se em 159 milhões, apresentando um crescimento de 8,9% face a igual mês do ano passado. Durante o mês de Setembro, o Sapo contou com 2,01 milhões de visitantes únicos mensais.

No terceiro trimestre de 2002, o leque de serviços do SAPO foi enriquecido com o lançamento de um novo portal de jogos on-line, o SAPO Play. Disponível no endereço <http://play.sapo.pt>, o SAPO Play é o maior portal português de jogos on-line, utilizando 60 servidores próprios para jogos multiplayer e com capacidade para suportar até mil jogadores em simultâneo. Este portal conta ainda com uma vasta cobertura noticiosa sobre jogos para todos os tipos de plataformas existentes no mercado, nomeadamente, consolas e PCs. O lançamento do SAPO Play integra-se dentro da estratégia do Grupo PT de liderança do acesso e conteúdos em Internet de banda larga, tendo os clientes dos acessos NetCabo e SAPO ADSL.pt claras vantagens na utilização deste novo portal.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Resultados Consolidados

Nos primeiros nove meses de 2002, a Deltapress foi excluída do perímetro de consolidação integral da PT Multimedia, dado que em 20 de Junho de 2002, a Lusomundo concretizou o acordo celebrado em Outubro de 2001, com a Impresa e a Cofina, alienando à VASP a sua participação de 79,5% na Deltapress e subscrevendo um aumento de capital na VASP que lhe permitiu passar a deter um terço do capital social desta empresa. O resultado obtido pela Deltapress nos primeiros seis meses de 2002 foi apropriado pela PT Multimedia, na percentagem do capital até então detido, encontrando-se reflectido nos resultados financeiros consolidados. A partir de 1 de Julho de 2002, a PT Multimedia passou a consolidar a VASP pelo método da equivalência patrimonial.

Assim sendo, para uma análise mais correcta, as comparações entre os resultados dos primeiros nove meses de 2002 e os resultados dos primeiros nove meses de 2001 são efectuadas com base numa demonstração de resultados pro-forma dos primeiros nove meses de 2001, na qual se excluem os proveitos e custos da Deltapress.

	9M 01	Pro-Forma 9M 01	9M 02	Variação 9M 02/9M 01	Variação 9M 02/PF 9M 01
Receitas					
TV Cabo	198.876	198.876	265.340	33,4%	33,4%
Lusomundo	205.590	175.134	176.318	-14,2%	0,7%
<i>Audiovisuais</i>	72.308	72.308	78.541	8,6%	8,6%
<i>Media</i>	101.617	101.617	96.487	-5,0%	-5,0%
<i>Serviços</i>	32.108	6.521	7.286	-77,3%	11,7%
<i>Ajustamentos e Holding</i>	(443)	(5.312)	(5.996)	s.s.	s.s.
PTM.com	40.069	40.069	58.765	46,7%	46,7%
Ajustamentos e Holding	(1.295)	(1.295)	(3.386)	-161,5%	-161,5%
Total	443.240	412.784	497.037	12,1%	20,4%
EBITDA					
TV Cabo	25.001	25.001	48.514	94,0%	94,0%
Lusomundo	18.434	19.684	11.215	-39,2%	-43,0%
<i>Audiovisuais</i>	9.326	9.326	9.618	3,1%	3,1%
<i>Media</i>	8.568	8.568	1.646	-80,8%	-80,8%
<i>Serviços</i>	461	1.612	1.920	316,5%	19,1%
<i>Ajustamentos e Holding</i>	79	178	(1.969)	s.s.	s.s.
PTM.com	(8.088)	(8.088)	(3.143)	61,1%	61,1%
Ajustamentos e Holding	(6.111)	(6.111)	(3.631)	40,6%	40,6%
Total	29.236	30.486	52.955	81,1%	73,7%
EBIT	(20.786)	(18.935)	(6.221)	70,1%	67,1%
Custos e Perdas Financeiros	(29.158)	(29.136)	(44.987)	-54,3%	-54,4%
Proveitos e Ganhos Financeiros	4.539	4.534	11.257	148,0%	148,3%
Ganhos/(Perdas) em Associadas	(3.977)	(5.031)	(18.581)	-367,2%	-269,3%
Amortização de Goodwill	(35.248)	(35.248)	(39.187)	-11,2%	-11,2%
Custos com Redução de Efectivos	-	-	(1.600)	s.s.	s.s.
Outros Ganhos/(Perdas) não Operacionais	46.096	46.140	(15.971)	s.s.	s.s.
Resultado Líquido Antes de Impostos	(38.534)	(37.676)	(115.290)	-199,2%	-206,0%
Resultado Líquido Antes de Interesses Minoritários	(41.210)	(40.903)	(118.443)	-187,4%	-189,6%
Resultado Líquido	(44.255)	(44.225)	(118.656)	-168,1%	-168,3%

Nos primeiros nove meses de 2002, as receitas totais da PT Multimedia ascenderam a EUR 497,0 milhões, tendo crescido 20,4% em relação aos valores pro-forma atingidos no período homólogo de 2001.

Os negócios desenvolvidos pela TV Cabo continuaram a apresentar elevadas taxas de crescimento, tendo sido responsáveis por 52,7% do total de receitas de exploração. Os negócios da Lusomundo representaram 35,4% das receitas totais e os negócios de portais e ISP/ASP 10,9%.

O EBITDA situou-se nos EUR 53,0 milhões, tendo crescido 73,7% em relação aos valores pro-forma dos primeiros nove meses de 2001, sobretudo em consequência da boa performance da TV Cabo, cujo EBITDA praticamente duplicou, atingindo os EUR 48,5 milhões. Os negócios que compõem a PTM.com geraram um EBITDA negativo de EUR 3,1 milhões, enquanto que os negócios de media, audiovisuais e serviços da Lusomundo registaram um EBITDA positivo de EUR 11,2 milhões.

Nos primeiros nove meses de 2002, a PT Multimedia teve um Resultado Consolidado Líquido negativo no montante de EUR 118,7 milhões, o que compara com EUR 44,3 milhões negativos nos primeiros nove meses de 2001.

Embora o Resultado Operacional dos primeiros nove meses de 2002 (EUR 6,2 milhões negativos) tenha sido superior ao Resultado Operacional dos primeiros nove meses de 2001 (EUR 18,9 milhões negativos), o Resultado Líquido é inferior, devido aos seguintes factores:

- o Resultado Líquido dos primeiros nove meses de 2001 incluía um ganho extraordinário de aproximadamente EUR 47,8 milhões apurado na operação de permuta da participação de 100% na Zip.net por uma participação de 17,94% na UOL;
- nos primeiros nove meses de 2002 foram reconhecidas perdas cambiais de EUR 11,9 milhões na sequência da alienação das obrigações convertíveis emitidas pela UOL e respectivos juros acumulados;
- nos primeiros nove meses de 2002 foi constituída uma provisão de EUR 26,4 milhões para fazer face ao risco de desvalorização de determinados activos de participadas da PTM.com;
- face aos primeiros nove meses de 2001, verificou-se um agravamento dos resultados apropriados em empresas associadas em EUR 14,6 milhões, reflectindo essencialmente o alargamento do universo de empresas associadas decorrente do aumento do número de participações da PT Multimédia em empresas que se encontram ainda numa fase de lançamento da sua actividade e que apresentam, conforme previsto nos respectivos planos de negócio, resultados líquidos negativos.

De referir, por outro lado, que este ano se decidiu alterar o prazo de amortização do goodwill associado à aquisição dos interesses minoritários da PTM.com de seis para vinte anos, atendendo a que o plano de negócios da PTM.com indica este último prazo como mais adequado para a recuperação do investimento.

Dívida Consolidada

Estrutura da Dívida Consolidada (milhares de Euros)	31-Dez-01	30-Jun-02	30-Set-02
Dívida de Curto Prazo	57.432	36.526	35.139
Empréstimos e Descobertos Bancários	40.432	30.026	27.639
Papel Comercial	17.000	6.500	7.500
Dívida de Médio e Longo Prazo	717.800	669.157	671.662
Empréstimos de Accionistas	677.776	604.647	604.647
Papel Comercial	39.988	64.488	67.000
Empréstimos Bancários	36	22	15
Passivo Consolidado Remunerado	775.232	705.683	706.801
Disponibilidades	33.238	31.510	33.100
Dívida Consolidada Líquida	741.994	674.173	673.701

Em 30 de Setembro de 2002, a dívida da PT Multimedia ascendia a EUR 706,8 milhões. A quase totalidade da dívida da empresa é a médio e longo prazo (95%) e praticamente toda ela constituída por Empréstimos de Accionistas (86%). O elevado peso desta rubrica resulta do facto da PT Multimedia se financiar fundamentalmente recorrendo a empréstimos junto do seu accionista maioritário, a PT.

Adicionalmente, a PT Multimedia tem reflectido no seu passivo um montante de juros a pagar de EUR 62,4 milhões relativos a suprimentos concedidos pela PT.

Na sequência do acordo anunciado no dia 17 de Outubro, a PT Multimedia alienará à PT as suas participações na PTM.com (100%), na Páginas Amarelas (24,75%) e na Sportinveste Multimédia (50%), bem como os suprimentos e prestações acessórias que havia concedido a estas participadas. Como contrapartida desta alienação, os suprimentos da PT à PT Multimedia serão reduzidos em EUR 537,6 milhões, sendo, adicionalmente, liquidados os EUR 62,4 milhões de juros em dívida. Deste modo, a dívida consolidada da PT Multimedia será reduzida para cerca de EUR 169,2 milhões.

Investimento

O investimento total realizado nos primeiros nove meses de 2002 ascendeu a EUR 77,6 milhões. Este valor de investimento inclui EUR 19,1 milhões de investimento financeiro, essencialmente resultante da aquisição potestativa das restantes 4.186.593 acções da PTM.com (EUR 8,1 milhões) e da participação no aumento de capital da VASP (EUR 3,5 milhões), que permitiu à Lusomundo passar a deter uma participação de 33,33% no capital dessa empresa.

Investimento Total (milhares de Euros)	9M 01	9M 02	Variação 9M 01/9M 02	3T 01	3T 02	Variação 3T 01/3T 02
TV Cabo	58.327	43.249	-25,9%	13.005	11.119	-14,5%
Lusomundo	10.087	12.962	28,5%	5.274	5.295	0,4%
PTM.com	312.759	11.053	-96,5%	4.948	1.882	-62,0%
Outros	300.429	10.336	-96,6%	9.408	98	-99,0%
Total	681.602	77.600	-88,6%	32.635	18.394	-43,6%

O CAPEX dos primeiros nove meses de 2002 foi de EUR 58,5 milhões. Como se pode verificar, o CAPEX diminuiu face ao período homólogo de 2001 (-27,7%), tendo-se também reduzido de forma expressiva o seu peso nas receitas de exploração (18,3%, nos primeiros nove meses de 2001, contra 11,8%, nos primeiros nove meses de 2002).

O investimento realizado foi sobretudo orientado para a expansão da rede da TV Cabo, o desenvolvimento do negócio de audiovisuais e a preparação da infra-estrutura ISP para permitir o lançamento em grande escala do acesso de banda larga Internet sobre ADSL.

Na tabela seguinte apresenta-se o CAPEX por área de negócio:

CAPEX (milhares de Euros)	9M 01	9M 02	Variação 9M 01/9M 02	3T 01	3T 02	Variação 3T 01/3T 02
TV Cabo	58.327	43.249	-25,9%	13.005	11.119	-14,5%
Lusomundo	6.698	8.967	33,9%	1.885	5.295	180,9%
PTM.com	10.324	5.875	-43,1%	4.948	1.882	-62,0%
Outros	5.544	372	-93,3%	5.418	98	-98,2%
Total	80.893	58.463	-27,7%	25.256	18.394	-27,2%
CAPEX/Receitas (%)	18,3%	11,8%	-6,5 p.p.	16,0%	10,8%	-5,2 p.p.

TV Cabo

TV CABO (milhares de Euros)	9M 01	9M 02	Variação 9M 01/9M 02	3T 01	3T 02	Variação 3T 01/3T 02
Receitas de Exploração	198.876	265.340	33,4%	72.097	92.995	29,0%
Prestação de serviços	191.369	255.406	33,5%	68.670	88.627	29,1%
Vendas de mercadorias	7.507	9.934	32,3%	3.427	4.368	27,5%
Custos Operacionais	205.185	257.618	25,6%	74.415	89.610	20,4%
Custos com pessoal*	20.585	21.754	5,7%	6.898	7.240	5,0%
Custos com telecomunicações	18.096	18.996	5,0%	6.589	6.227	-5,5%
Custos com programação	68.739	88.936	29,4%	23.967	31.137	29,9%
Custos de manutenção e reparação da rede	3.277	6.157	87,9%	1.042	2.352	125,7%
Custos com publicidade e propaganda	9.258	7.335	-20,8%	2.903	2.123	-26,9%
Outros custos gerais e administrativos	49.197	62.214	26,5%	19.134	20.809	8,8%
Custos das mercadorias vendidas	8.061	9.584	18,9%	3.527	4.270	21,1%
Amortizações	31.310	40.792	30,3%	11.473	14.425	25,7%
Provisões	2.828	4.333	53,2%	1.057	890	-15,8%
Impostos, excluindo imposto sobre o rendimento	1.087	1.141	5,0%	314	334	6,4%
Outros custos e proveitos operacionais	(7.253)	(3.624)	50,0%	(2.489)	(197)	92,1%
Resultados Operacionais	(6.309)	7.722	s.s.	(2.318)	3.385	s.s.
Resultado Antes de Impostos	(7.771)	5.078	s.s.	(2.539)	1.837	s.s.
Resultado Antes de Interesses Minoritários	(8.943)	2.090	s.s.	(2.942)	797	s.s.
Resultado Líquido	(9.712)	1.344	s.s.	(3.233)	530	s.s.
EBITDA	25.001	48.514	94,0%	9.155	17.810	94,5%
Margem EBITDA	12,6%	18,3%	5,7 p.p.	12,7%	19,2%	6,5 p.p.

* De forma a harmonizar os critérios utilizados na elaboração das contas em formato internacional com os adoptados no Grupo Portugal Telecom, a PT Multimedia deixou de registar os custos com trabalho temporário na rubrica "Custos com pessoal" passando a registá-los em "Outros custos gerais e administrativos". Assim, e de modo a se poder analisar a evolução da estrutura de custos, reclassificaram-se, nas contas relativas aos primeiros nove meses de 2001, os custos com trabalho temporário de "Custos com Pessoal" para "Outros custos gerais e administrativos".

Nos primeiros nove meses de 2002, as receitas de exploração da TV Cabo ascenderam a EUR 265,3 milhões, o que representa um incremento de 33,4% face aos EUR 198,9 milhões verificados no período homólogo de 2001.

Esta evolução das receitas reflecte a conjugação, no negócio de TV por subscrição, de um aumento de 15,7% da base de clientes com um incremento da receita média por cliente (ARPU) resultante da subida de 7,9 p.p. do rácio pay-to-basic. Paralelamente, assistiu-se a um crescimento de 58% das receitas do negócio de Internet que, nos primeiros nove meses de 2002, facturou cerca de EUR 31 milhões (contra EUR 13 milhões nos primeiros nove meses de 2001) e a um aumento de 75% das receitas de publicidade, que no conjunto dos primeiros nove meses de 2002 ascenderam a cerca de EUR 9 milhões.

No terceiro trimestre de 2002, a TV Cabo manteve a tendência de crescimento do EBITDA e respectiva margem evidenciada nos trimestres anteriores. Reflectindo a expansão dos negócios de Internet e de publicidade e o aumento da eficiência operacional, o EBITDA da TV Cabo, no terceiro trimestre de 2002, ascendeu a EUR 17,8 milhões, situando-se a margem EBITDA acima de 19%.

No conjunto dos primeiros nove meses de 2002, a TV Cabo gerou um EBITDA de EUR 48,5 milhões, praticamente o dobro do EBITDA apurado em igual período no ano de 2001. A margem EBITDA registou uma melhoria de 5,7 p.p., situando-se em 18,3%.

A TV Cabo obteve um Resultado Líquido positivo de EUR 1,3 milhões nos primeiros nove meses de 2002, reforçando o break-even atingido no primeiro semestre. Adicionalmente, o EBITDA menos CAPEX passou a ser positivo em cerca de EUR 5,3 milhões.

Nos primeiros nove meses de 2002, o investimento total realizado pela TV Cabo foi de cerca de EUR 43,2 milhões, representando uma redução de 26% face aos EUR 58,3 milhões investidos nos primeiros nove meses de 2001. O decréscimo no montante investido deve-se, sobretudo, ao menor volume de equipamento terminal alugado e ao abrandamento do esforço de investimento no negócio de Televisão Digital Interactiva.

Lusomundo

Em Outubro de 2001, a Lusomundo celebrou com a Impresa e a Cofina um acordo de integração das actividades de distribuição de publicações da Deltapress (detida em 79,5% pela Lusomundo e em 20,5% pela Cofina) e da VASP (detida indirectamente em 50% pela Impresa e em 50% pela Cofina). A execução deste contrato estava condicionada à decisão da Secretaria de Estado da Indústria, Comércio e Serviços de não oposição à operação de concentração, decisão esta que só veio a ser tomada em Junho de 2002.

No dia 20 de Junho de 2002, a Lusomundo concretizou o acordo mencionado, alienando à VASP a sua participação de 79,5% na Deltapress e subscrevendo um aumento de capital na VASP que lhe permitiu passar a deter um terço do capital social desta empresa. Assim sendo, nas contas da Lusomundo referentes aos primeiros nove meses de 2002, a Deltapress foi excluída do perímetro de consolidação integral.

O resultado obtido pela Deltapress durante os primeiros seis meses de 2002 foi apropriado pela Lusomundo, na percentagem do capital até então detido, e encontra-se reflectido apenas nos seus resultados financeiros consolidados. A partir de 1 de Julho de 2002, a PT Multimedia passou a consolidar 33,33% da VASP pelo método da equivalência patrimonial.

Para uma análise mais correcta, as comparações entre os resultados da Lusomundo nos primeiros nove meses de 2002 e nos primeiros nove meses de 2001 são efectuadas com base numa demonstração de resultados pro-forma dos primeiros nove meses de 2001, que exclui dos proveitos e custos consolidados da Lusomundo os proveitos e custos da Deltapress.

RECEITAS POR ÁREA DE NEGÓCIO (milhares de Euros)	PF 9M 01	9M 02	Variação 9M 02/PF 9M 01	PF 3T 01	3T 02	Variação 3T 02/PF 3T 01
Audiovisuais						
Exibição Cinematográfica	30.345	31.294	3,1%	10.520	9.967	-5,3%
Distribuição de Filmes	5.692	4.661	-18,1%	1.909	1.427	-25,2%
Direitos de Exibição	1.369	2.357	72,2%	147	140	-4,8%
Vídeo	20.806	20.382	-2,0%	7.440	6.199	-16,7%
Vídeo jogos	13.468	18.985	41,0%	4.906	6.409	30,6%
Outras Actividades	628	862	37,3%	81	231	185,2%
Total	72.308	78.541	8,6%	25.003	24.373	-2,5%
Media						
Publicidade	64.287	54.230	-15,6%	20.113	16.157	-19,7%
Jornais Vendidos	25.262	27.745	9,8%	8.856	9.822	10,9%
Produtos Diversos	6.098	9.237	51,5%	2.230	3.694	65,7%
Editorial Notícias	5.735	5.222	-8,9%	1.781	1.284	-27,9%
Outros	235	53	-77,4%	8	(31)	s.s.
Total	101.617	96.487	-5,0%	32.988	30.926	-6,3%
Serviços Excl. Transacções Intragrupo						
Distribuição de Jornais e Revistas	236	177	-25,0%	236	43	-81,8%
Impressão de Jornais	1.119	1.323	18,2%	451	480	6,4%
Distribuição de Vídeo/Vídeo jogos	147	87	-40,8%	42	31	-26,2%
Outros	143	198	38,5%	56	55	-1,8%
	1.645	1.785	8,5%	785	609	-22,4%
Ajustamentos de Consolidação	(436)	(495)	-13,5%	98	(41)	s.s.
Receitas Consolidadas de Exploração	175.134	176.318	0,7%	58.874	55.867	-5,1%

Nos primeiros nove meses de 2002, as receitas de exploração da Lusomundo totalizaram os EUR 176,3 milhões, tendo registado um crescimento de 0,7% face ao período homólogo de 2001 (excluindo as receitas da Deltapress). A evolução das receitas da Lusomundo foi, uma vez mais, condicionada pela retracção do investimento publicitário e positivamente influenciada pela evolução dos negócios da área de audiovisuais, nomeadamente, pela performance do segmento de Jogos de Vídeo.

Nos primeiros nove meses de 2002, as receitas da área de audiovisuais atingiram os EUR 78,5 milhões, valor que compara com EUR 72,3 milhões em igual período do ano anterior. Relativamente à evolução das receitas de exploração da área de audiovisuais destacam-se os seguintes aspectos:

- As receitas do segmento de Jogos de Vídeo, apesar do acréscimo de concorrência, registaram no terceiro trimestre um crescimento de 30% face ao trimestre homólogo de 2001 e um crescimento superior a 53% face ao segundo trimestre de 2002;
- Na área da exibição de cinema, as receitas geradas no terceiro trimestre de 2002, foram inferiores em 5,3% às verificadas em igual período no ano de 2001 mas apenas 1% inferiores às ocorridas no segundo trimestre de 2002. Como já se referiu, os filmes lançados este ano têm tido uma menor receptividade por parte do público. Adicionalmente, neste terceiro trimestre, o impacto negativo da conjuntura económica desfavorável sobre o consumo, começou a reflectir-se negativamente na afluência do público às salas de cinema. Em termos acumulados verifica-se um crescimento de 3% face aos primeiros nove meses de 2001;



Multimedia

- Ao nível da distribuição cinematográfica, o decréscimo de receitas verificado no terceiro trimestre de 2002 face ao terceiro trimestre de 2001 resulta do facto de no ano passado a Lusomundo ter distribuído três top ten de bilheteira neste período - Shrek, Bridget Jones Diary e Pearl Harbor. Em termos acumulados, o decréscimo verificado nestas receitas deve-se ao facto de, nos primeiros nove meses de 2001, todos os lugares do top ten de bilheteira terem sido ocupados por filmes de Majors representadas pela Lusomundo, enquanto que, no mesmo período deste ano, apenas cinco lugares do top ten foram preenchidos por títulos distribuídos pela Lusomundo;
- As receitas da área de vídeo evidenciaram no terceiro trimestre uma quebra de 16,7% face ao trimestre homólogo de 2001, fruto, sobretudo, da reentrada no mercado em Maio do catálogo da Warner a ser vendido directamente por esta Major. Este catálogo, anteriormente distribuído pela Lusomundo, representava, em Setembro de 2001, cerca de 26% das suas vendas de vídeo. Relativamente ao segundo trimestre de 2002, as receitas de vídeo evidenciam um crescimento de 6,5%, motivado, sobretudo, pelo lançamento do título "Monsters, Inc." em Setembro.

Na área de media, as receitas de exploração totalizaram EUR 96,5 milhões, o que representa um decréscimo de 5,0% em relação aos primeiros nove meses de 2001.

A contracção do mercado publicitário, reflectindo o abrandamento económico verificado nos meses já decorridos de 2002, conduziu a uma redução das receitas de publicidade dos meios da Lusomundo em EUR 10,1 milhões (-15,6%) face aos primeiros nove meses de 2001. No terceiro trimestre, a retracção do investimento em publicidade acentuou-se, tendo-se registado um decréscimo das receitas de publicidade da Lusomundo de quase 20% face ao trimestre homólogo de 2001.

Esta quebra das receitas de publicidade foi, parcialmente, atenuada pelo incremento das receitas resultantes do aumento do preço de capa da maioria dos jornais do Grupo, da circulação do 24 Horas e do número de produtos vendidos no âmbito de acções promocionais levadas a cabo pelo Jornal de Notícias.

LUSOMUNDO (milhares de Euros)	Audiovisuais		Media		Serviços		Ajustamentos e Holding		TOTAL		
	9M 01	9M 02	9M 01	9M 02	PF 9M 01	9M 02	9M 01	9M 02	PF 9M 01	9M 02	Variação
Receitas de Exploração	72.308	78.541	101.617	96.487	6.521	7.286	(5.312)	(5.996)	175.134	176.318	0,7%
Receitas de Exploração	72.308	78.541	101.617	96.487	6.521	7.286	(5.312)	(5.996)	175.134	176.318	0,7%
Outros Proveitos	211	3.369	1.234	1.152	110	122	(232)	(375)	1.323	4.268	222,6%
Custos Operacionais	67.779	73.778	96.149	97.832	6.669	7.123	(5.990)	(4.444)	164.607	174.289	5,9%
Custo das mercadorias vendidas	19.569	24.589	24.308	21.640	867	984	(113)	(274)	44.631	46.939	5,2%
Fornecimentos e serviços externos	36.850	40.414	38.595	40.629	2.209	2.358	(6.593)	(5.600)	71.061	77.801	9,5%
Custos com pessoal	6.266	7.275	29.598	30.656	1.925	2.097	769	794	38.558	40.822	5,9%
Amortizações	4.797	4.855	3.100	2.991	1.760	1.757	(500)	(417)	9.157	9.186	0,3%
Provisões	134	(302)	1.187	2.076	-	4	172	74	1.493	1.852	24,0%
Impostos	204	191	152	138	16	26	(3)	140	369	495	34,1%
Outros custos operacionais	(41)	(3.244)	(791)	(298)	(108)	(103)	278	839	(662)	(2.806)	-323,9%
Resultado Operacional	4.529	4.763	5.468	(1.345)	(148)	163	678	(1.552)	10.527	2.029	-80,7%
Amortização do goodwill	-	-	1.535	1.574	8	129	1	142	1.544	1.845	19,5%
Resultados Financeiros	(239)	(2.062)	(2.597)	(2.127)	(747)	(729)	(1.630)	(2.177)	(5.213)	(7.095)	-36,1%
Custos com redução de efectivos	-	-	-	(1.600)	-	-	-	-	-	(1.600)	s.s.
Resultados Extraordinários	(1.372)	(1.746)	(603)	(12)	826	2.616	(1.128)	274	(2.277)	1.132	s.s.
Resultados Antes de Impostos	2.918	955	733	(6.658)	(77)	1.921	(2.081)	(3.597)	1.493	(7.379)	s.s.
Imposto sobre o Rendimento	684	587	2.060	222	158	(172)	(638)	(525)	2.264	112	-95,1%
Resultado Líquido Antes de Int. Minoritários	2.234	368	(1.327)	(6.880)	(235)	2.093	(1.443)	(3.072)	(771)	(7.491)	-871,6%
Resultado Líquido	2.005	88	(1.443)	(6.986)	(373)	1.658	(1.348)	(1.300)	(1.159)	(6.540)	-464,3%
EBITDA	9.326	9.618	8.568	1.646	1.612	1.920	178	(1.969)	19.684	11.215	-43,0%
Margem EBITDA	12,9%	12,2%	8,4%	1,7%	24,7%	26,4%	-3,4%	32,8%	11,2%	6,4%	-4,8 p.p.

Nos primeiros nove meses de 2002, o EBITDA da Lusomundo ascendeu a EUR 11,2 milhões, valor que compara com EUR 19,6 milhões em igual período de 2001 (excluindo a Deltapress do perímetro de consolidação). A margem EBITDA situou-se em 6,4%, sendo inferior em 4,8 p.p. à margem EBITDA registada nos primeiros nove meses de 2001.

O decréscimo do EBITDA da Lusomundo decorre essencialmente da redução do EBITDA da área de media (menos EUR 6,9 milhões que nos primeiros nove meses de 2001) originada pela quebra das receitas de publicidade.

O EBITDA do negócio de audiovisuais registou um acréscimo de 3% para EUR 9,6 milhões, situando-se a margem EBITDA em 12,2%.

Na área de media, o aumento de preço de capa da maioria dos jornais e o decréscimo do custo de papel não conseguiram contrabalançar a quebra de EUR 10,1 milhões das receitas de publicidade, o que conduziu a uma redução do EBITDA desta área de EUR 8,6 milhões nos primeiros nove meses de 2001 para EUR 1,6 milhões. O EBITDA dos negócios de media foi ainda afectado pelo reconhecimento de cerca de EUR 1,4 milhões de provisões relacionadas sobretudo com a desvalorização de existências de artigos promocionais.

Embora tenha obtido um resultado operacional positivo nos primeiros nove meses de 2002, a Lusomundo apresentou um Resultado Líquido negativo de EUR 6,5 milhões, para o qual contribuíram Resultados Financeiros negativos de EUR 7,1 milhões e custos incorridos com a reestruturação da área de media de aproximadamente EUR 1,6 milhões.

PTM.COM (milhares de Euros)	9M 01	9M 02	Varição 9M 01/9M 02
Receitas de Exploração	40.069	58.765	46,7%
Prestação de serviços	39.619	56.961	43,8%
Vendas de mercadorias	450	1.804	300,9%
Custos Operacionais	56.848	70.304	23,7%
Custos com pessoal*	11.833	10.327	-12,7%
Custos com telecomunicações	15.896	31.609	98,8%
Custos das mercadorias vendidas	447	1.384	209,6%
Custos com publicidade e propaganda	3.858	5.599	45,1%
Outros custos gerais e administrativos	16.070	13.559	-15,6%
Amortizações	8.691	8.396	-3,4%
Provisões	270	903	234,4%
Outros custos e proveitos operacionais	(532)	(1.630)	-206,4%
Impostos, excepto imposto sobre o rendimento	315	157	-50,2%
Resultados Operacionais	(16.779)	(11.539)	31,2%
Resultado Antes de Impostos	12.236	(68.080)	s.s.
Resultado Antes de Interesses Minoritários	12.132	(68.128)	s.s.
Resultado Líquido	14.408	(68.085)	s.s.
EBITDA	(8.088)	(3.143)	61,1%
Margem EBITDA	-20,2%	-5,3%	14,9 p.p.

* De forma a harmonizar os critérios utilizados na elaboração das contas em formato internacional com os adoptados no Grupo Portugal Telecom, a PT Multimedia deixou de registar os custos com trabalho temporário na rubrica "Custos com pessoal" passando a regista-los em "Outros custos gerais e administrativos". Assim, e de modo a se poder analisar a evolução da estrutura de custos, reclassificaram-se, nas contas relativas aos primeiros nove meses de 2001, os custos com trabalho temporário de "Custos com Pessoal" para "Outros custos gerais e administrativos".

Nos primeiros nove meses de 2002, as receitas de exploração consolidadas da PTM.com ascenderam a EUR 58,8 milhões, quando no mesmo período de 2001 tinham sido de EUR 40,1 milhões.

As receitas da prestação de serviços oriundas dos negócios de ISP e ASP totalizaram EUR 52,6 milhões, o que face a EUR 33,4 milhões registados nos primeiros nove meses de 2001, representa um crescimento de 57,7%. De notar, contudo, que os efeitos da PRAI (Proposta de Referência do Acesso à Internet) se reflectem apenas nas receitas deste ano.

As prestações de serviços relativas aos negócios de portais em Portugal situaram-se em EUR 3,5 milhões, face a EUR 3,2 milhões nos primeiros nove meses de 2001.

Saliente-se, no entanto, que as receitas de prestações de serviços da área de portais em Portugal não são directamente comparáveis com as registadas em 2001, uma vez que:

- na sequência do acordo estabelecido em Agosto de 2001 com a Sportinveste, a participação da PTM.com na Infordesporto foi transferida para a Sportinveste Multimédia, deixando aquela empresa de ser incluída no perímetro de consolidação da PTM.com a partir de 1 de Janeiro de 2002.
- com referência a 30 de Setembro de 2002, a PTM.com alienou a sua participação de 70% na Academia Global ao accionista minoritário desta participada. No primeiro semestre de 2002, a PTM.com procedeu à consolidação integral dos resultados da Academia Global, uma vez que à data de 30 de Junho detinha 70% desta empresa. Contudo, e uma vez que à data de fecho das contas referentes aos primeiros nove meses de 2002, a Academia Global já não era detida pela PTM.com, procedeu-se à sua exclusão do perímetro de consolidação integral da PTM.com desde Janeiro, tendo os seus resultados referentes aos primeiros nove meses de 2002 sido apropriados pelo método de equivalência patrimonial.

Numa base comparável, i.e. excluindo a Infordesporto e a Academia Global do perímetro de consolidação em 2001, as receitas de prestação de serviços no negócio de portais em Portugal registaram um crescimento de 40,0%, passando de EUR 2,5 milhões para EUR 3,5 milhões em 2002.

As receitas oriundas do negócio de portais no Brasil (relativas à Investnews) apropriadas pela PTM.com nestes primeiros nove meses ascenderam a EUR 847 mil.

Os custos operacionais, excluindo amortizações, totalizaram EUR 61,9 milhões, tendo registado um crescimento na ordem de 28,6% face a igual período de 2001. Numa base comparável, retirando a Infordesporto e a Academia Global do perímetro de consolidação em 2001, o crescimento dos custos operacionais excluindo amortizações teria sido de 42,4%. Esta evolução reflecte o aumento dos custos com telecomunicações resultante da alteração do modelo de negócio por via da implementação da PRAI, da expansão do serviço ADSL e da alteração das condições de aluguer de backbone e o esforço de marketing realizado com o relançamento do serviço ADSL.

A evolução dos custos com pessoal e dos custos gerais e administrativos é já um reflexo das medidas tendentes a promover ganhos de eficiência e redução do "cash-out" que têm vindo a ser implementadas desde Junho. Estas medidas passaram, nomeadamente, pela concentração em uma única comissão executiva das comissões executivas da PTM.com, Telepac e Saber e Lazer (Sapo), pela redução do quadro de pessoal e pela centralização das compras ao nível da PT Multimedia.



O EBITDA dos primeiros nove meses de 2002 foi negativo, totalizando EUR 3,1 milhões, relativamente ao EBITDA registado no período homólogo de 2001 (EUR 8,1 milhões) verifica-se uma melhoria de 61,1%. Numa base comparável, o EBITDA da PTM.com cresceu 45,2%.

O Resultado Líquido dos primeiros nove meses de 2002, ascendeu a EUR 68,1 milhões negativos, valor que incorpora uma amortização de goodwill de EUR 8,5 milhões, encargos com o serviço da dívida de EUR 7,3 milhões, resultados em empresas associadas de EUR 8,3 milhões negativos e uma provisão de EUR 26,4 milhões para fazer face ao risco de desvalorização de determinados activos de participadas da PTM.com.

Adicionalmente, o Resultado Líquido da PTM.com nestes primeiros nove meses foi negativamente afectado pelo reconhecimento de perdas cambiais de EUR 11,9 milhões na sequência da alienação, realizada no primeiro semestre, de obrigações convertíveis emitidas pela UOL e respectivos juros acumulados.

Note-se que, apesar do Resultado Operacional destes primeiros nove meses de 2002 ser superior ao Resultado Operacional registado em igual período do ano passado em EUR 5,2 milhões, o Resultado Líquido é inferior devido, sobretudo, ao facto de, no primeiro semestre de 2001, a PTM.com ter registado um ganho extraordinário de aproximadamente EUR 47,8 milhões com a operação de permuta da participação de 100% na Zip.net. por uma participação de 17,94% na UOL.

Páginas Amarelas

PÁGINAS AMARELAS (milhares de Euros)	Variação			Variação		
	9M 01	9M 02	9M 02/9M 01	3T 01	3T 02	3T 02/3T 01
Receitas Operacionais	88.771	88.992	0,2%	45.876	45.412	-1,0%
Listas Impresas	85.509	84.550	-1,1%	44.670	43.903	-1,7%
Páginas Amarelas pelo Telefone	678	684	0,9%	230	231	0,4%
Páginas Amarelas na Internet	2.185	3.300	51,0%	819	1.204	47,0%
Receitas Operacionais Líquidas	59.083	59.640	0,9%	30.193	30.040	-0,5%
Resultado Operacional	13.664	14.346	5,0%	10.027	10.407	3,8%
Resultado Líquido	9.328	8.970	-3,8%	6.587	6.770	2,8%
Contribuição da Páginas Amarelas para o RL da PT-Multimédia	2.309	2.220	-3,8%	1.630	1.676	2,8%

Nota:

As Receitas Operacionais Líquidas correspondem aproximadamente a 65% das Receitas Operacionais. A diferença respeita ao montante que é retido pela Portugal Telecom a título de direitos de propriedade, utilização da base de dados, serviços de facturação e de cobrança.

Apesar da quebra acentuada do mercado de publicidade, as receitas operacionais da Páginas Amarelas mantiveram-se ao mesmo nível das registadas nos primeiros nove meses de 2001, sendo de destacar a evolução das receitas do produto Páginas Amarelas via Internet (mais EUR 1,1 milhões), que continua a ter uma excelente aceitação por parte dos clientes.

O Resultado Operacional registado pela Páginas Amarelas nos primeiros nove meses de 2002 foi de EUR 14,3 milhões, o que representa um crescimento de 5,0% face aos EUR 13,7 milhões registados nos primeiros nove meses de 2001.

O Resultado Líquido dos primeiros nove meses de 2002, no montante de EUR 9,0 milhões, é inferior ao registado no período homólogo de 2001, dado que nos primeiros nove meses de 2001 a Páginas Amarelas teve Resultados Extraordinários positivos de EUR 805 mil que este ano foram de apenas EUR 130 mil.

Advertência

Com excepção dos dados históricos apresentados, o presente documento inclui informação sujeita a riscos e incertezas que poderão provocar alterações substanciais nos resultados aí expressos ou implícitos. Tais riscos e incertezas incluem, entre outros, a contínua utilização pelos respectivos assinantes dos serviços da PT Multimédia, evoluções tecnológicas, concorrência, bem como outros factores que constem dos documentos de oferta da PT Multimédia registados na Comissão do Mercado de Valores Mobiliários e na Securities and Exchange Commission.

Lisboa, 30 de Outubro de 2002

Os responsáveis pela informação prestada,

Luís Miguel da Fonseca Pacheco de Melo
(Administrador)

Lídia Maria Marcos Falcão Moreira da Cruz
(Representante para as Relações com o Mercado)