



**Multimedia**

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

Sociedade Aberta

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

Capital Social: Euros 77.274.207

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

Pessoa Colectiva n.º 504 453 513

## FACTO RELEVANTE

### PT Multimedia Anuncia Resultados dos Primeiros Nove Meses de 2005 e Proposta de Dividendo Relativo ao Exercício de 2005

Lisboa, 2 de Novembro de 2005 – PT Multimedia (Euronext: PTMN.IN) divulga os resultados não auditados relativos aos primeiros nove meses de 2005.

Nos primeiros nove meses de 2005, as receitas consolidadas de exploração atingiram 464,4 milhões de Euros, o EBITDA ascendeu a 142,6 milhões de Euros, equivalente a uma margem de 30,7%, e o EBITDA menos Capex foi de 67,2 milhões de Euros. O resultado líquido dos primeiros nove meses atingiu 95,5 milhões de Euros. Em 30 de Setembro de 2005, a dívida líquida ascendia a 68,2 milhões de Euros, um decréscimo de 46,8 milhões de Euros nos primeiros nove meses de 2005.

A PT Multimedia anuncia que irá propor à Assembleia Geral Anual de Accionistas a proposta de distribuição de um dividendo em dinheiro relativo ao exercício de 2005 de 27,5 cêntimos por acção, desde que a situação financeira da PT Multimedia e as condições de mercado nessa data o permitam. Esta proposta representa um crescimento de 10% face ao dividendo de 25 cêntimos por acção pago relativamente ao exercício de 2004.

As demonstrações financeiras consolidadas não auditadas da PT Multimedia relativas aos primeiros nove meses de 2005 foram preparadas de acordo com os *International Financial Reporting Standards* (IFRS). Para efeitos comparativos, as demonstrações financeiras relativas aos primeiros nove meses de 2004 foram ajustadas de acordo com os IFRS.

Tendo sido assinado, em 28 de Fevereiro de 2005, um contrato promessa de venda da Lusomundo Serviços, SGPS, S.A. (correspondente ao negócio de Media), cuja concretização ocorreu a 25 de Agosto, o negócio de Media passou a ser apresentado como uma operação descontinuada. Assim, e de acordo com os IFRS, reapresentam-se as demonstrações de resultados de 2004 reflectindo a descontinuidade deste negócio.

Atendendo à concretização da venda do negócio de Media, à gestão cada vez mais integrada do negócio de TV por Subscrição e Internet de Banda Larga e do negócio de Audiovisuais, bem como ao crescente peso do negócio de TV por Subscrição, a PT Multimedia passa a reportar um único segmento de negócio o qual inclui as actividades de TV por Subscrição, Internet de Banda Larga e Audiovisuais.

# 1. DESTAQUES FINANCEIROS

Tabela 1 – Destaques Financeiros Consolidados

Milhões de Euros	3T05	3T04	Δ 05/04	9M05	9M04	Δ 05/04
Receitas de Exploração	158,6	147,9	7,3%	464,4	433,7	7,1%
TV por Subscrição e Internet Banda Larga	139,5	126,6	10,2%	410,9	370,2	11,0%
Custos Oper. Excl. Amortizações	110,9	100,5	10,3%	321,9	300,1	7,2%
EBITDA <sup>(1)</sup>	47,8	47,4	0,8%	142,6	133,6	6,7%
Resultado Operacional Recorrente	31,7	33,7	(6,1%)	98,2	95,1	3,2%
Resultado Líquido	51,8	20,6	151,2%	95,5	57,8	65,2%
Capex	19,8	12,0	64,9%	75,4	34,2	120,4%
Capex em % das Receitas	12,5	8,1	4,4pp	16,2	7,9	8,3pp
EBITDA menos Capex	28,0	35,4	(21,0%)	67,2	99,4	(32,4%)
Dívida Líquida	68,2	142,3	(52,1%)	68,2	142,3	(52,1%)
Margem EBITDA <sup>(2)</sup> (%)	30,1	32,1	(1,9pp)	30,7	30,8	(0,1pp)
Dívida Líquida / EBITDA (x)	0,4	0,8	(0,4x)	0,4	0,8	(0,4x)
EBITDA / Juros Líquidos (x)	32,3	45,3	(13,0x)	36,9	88,2	(51,3x)

(1) EBITDA = Resultado Operacional Recorrente + Amortizações.

(2) Margem EBITDA = EBITDA / Receitas de Exploração.

**As receitas de exploração** aumentaram 7,1% face aos primeiros nove meses de 2004, para 464,4 milhões de Euros. As receitas de exploração do terceiro trimestre de 2005 aumentaram 7,3% relativamente ao período homólogo de 2004, para 158,6 milhões de Euros.

**As receitas da actividade de TV por Subscrição e Internet de Banda Larga** cresceram 11,0% para 410,9 milhões de Euros nos primeiros nove meses de 2005, apesar do impacto negativo do diferimento da facturação de clientes em situação anormal de mora nos respectivos pagamentos. No terceiro trimestre de 2005 as receitas da actividade de TV por Subscrição e Internet de Banda Larga aumentaram 10,2% em termos homólogos para 139,5 milhões de Euros.

**O EBITDA** atingiu 142,6 milhões de Euros, um aumento de 6,7% relativamente aos primeiros nove meses de 2004, equivalente a uma margem EBITDA de 30,7%. Este aumento de EBITDA foi alcançado não obstante: (i) investimentos adicionais em programação (10,2 milhões de Euros) decorrentes do reforço da oferta, com o lançamento do Funtastic Life e de novos canais Premium e do aumento de custos com o canal Sport TV; (ii) reforço do serviço de apoio ao cliente (2,7 milhões de Euros) para suportar o lançamento do novo serviço digital, o processo de digitalização do serviço Premium e a entrada em funcionamento dos novos sistemas de informação; (iii) aumento das operações de manutenção e reparação da rede (4,4 milhões de Euros) para assegurar elevados níveis de serviço e o upgrade de velocidades downstream no acesso de banda larga à Internet, bem como a digitalização dos serviços Premium; e (iii) o aumento das provisões relativas a dívidas de clientes (6,0 milhões de Euros).

**O resultado operacional recorrente** aumentou 3,2% face aos primeiros nove meses de 2004, para 98,2 milhões de Euros, correspondente a uma margem operacional de 21,1%.

**O resultado líquido** dos primeiros nove meses de 2005 ascendeu a 95,5 milhões de Euros, um crescimento de 65,2% face a 57,8 milhões de Euros nos primeiros nove meses de 2004.

**O investimento em activos tangíveis e intangíveis ("Capex")** aumentou 41,2 milhões de Euros relativamente aos primeiros nove meses de 2004, totalizando 75,4 milhões de Euros, equivalente a 16,2% das receitas. O aumento do capex deve-se essencialmente à contratação do direito de uso da capacidade de satélite para o quinto transponder, ao reforço do investimento em set top boxes, no âmbito do projecto de digitalização,

bem como à renovação dos sistemas de informação e ao investimento em rede, que permitem melhorar a oferta e a qualidade dos serviços de TV por Subscrição e de Internet de Banda Larga.

**O EBITDA menos Capex** nos primeiros nove meses de 2005 foi de 67,2 milhões de Euros, o que corresponde a 14,5% das receitas. O capex do PT Multimedia inclui a capitalização dos contratos de longo prazo de direitos de utilização de capacidade de satélite. Adicionalmente, a PT Multimedia iniciou negociações visando a assinatura de contratos de longo prazo para os seus fornecimentos de telecomunicações de forma a otimizar a sua estrutura de custos e a alinhar as suas políticas, em termos de Opex e Capex, com as das suas congéneres internacionais.

**A dívida líquida da PT Multimedia** ascendia a 68,2 milhões de Euros no final de Setembro de 2005, uma diminuição de 46,8 milhões de Euros face ao valor comparável de 31 de Dezembro de 2004. Esta diminuição decorre essencialmente do cash flow gerado no período e do encaixe proporcionado pela venda do negócio de Media (163,7 milhões de Euros) e inclui o impacto da remuneração accionista de 168,7 milhões de Euros distribuída no período, através do pagamento de dividendos (77,3 milhões de Euros) e do programa de share buyback (91,5 milhões de Euros).

## 2. DESTAQUES OPERACIONAIS

Tabela 2 – Indicadores de Desempenho Operacional <sup>(1)</sup>

	3T05	3T04	Δ 05/04	9M05	9M04	Δ 05/04
<b>TV por Subscrição e Internet de Banda Larga</b>						
Casas Passadas ('000)	2.627	2.529	3,9%	2.627	2.529	3,9%
Com capacidades Interactivas	2.504	2.371	5,6%	2.504	2.371	5,6%
Clientes TV por Subscrição <sup>(2,3)</sup> ('000)	1.485	1.517	(2,1%)	1.485	1.517	(2,1%)
Cabo	1.096	1.140	(3,8%)	1.096	1.140	(3,8%)
Satélite	389	378	2,9%	389	378	2,9%
Adições Líquidas TV por Subscrição ('000)	20	30	(33,9%)	36	76	(52,3%)
Cabo	20	16	22,1%	30	46	(34,3%)
Satélite	0	14	(99,5%)	6	30	(80,2%)
Taxa de Penetração Cabo (%)	41,7%	45,1%	(3,3pp)	41,7%	45,1%	(3,3pp)
Subscrições Premium <sup>(3)</sup> ('000)	797	850	(6,2%)	797	850	(6,2%)
Rácio Pay to Basic (%)	53,7%	56,0%	(2,4pp)	53,7%	56,0%	(2,4pp)
Acessos Banda Larga ('000)	341	290	17,9%	341	290	17,9%
Adições Líquidas Banda Larga ('000)	9	21	(57,3%)	36	59	(39,1%)
Taxa de Penetração Banda Larga (%)	31,1%	25,4%	5,7pp	31,1%	25,4%	5,7pp
ARPU Global (Euro)	28,30	25,63	10,4%	27,84	25,23	10,3%
<b>Audiovisuais - Portugal</b>						
Bilhetes Vendidos ('000) <sup>(4)</sup>	2.017	2.193	(8,0%)	5.097	5.868	(13,1%)

(1) Em resultado do ajustamento da base de Clientes, na sequência da migração para os novos sistemas de gestão de clientes, aprovisionamento e facturação, o número de clientes de TV por Subscrição no final do 2T05, 1T05 e 4T04 foi, respectivamente, de 1.465 mil, 1.456 mil e 1.449 mil. O número de clientes de banda larga via cabo, ajustado a este efeito, foi no final do 2T05, 1T05 e 4T04 de 333 mil, 319 mil e 305 mil, respectivamente.

(2) Os números apresentados referem-se ao número total de clientes do serviço básico da TV Cabo. Saliente-se que a TV Cabo oferece vários serviços básicos, suportados em diversas tecnologias, direccionados para diferentes segmentos de mercado (doméstico, imobiliário e hotelaria), com distinto âmbito geográfico (Portugal Continental e ilhas) e com um número variável de canais em cada pacote.

(3) Os números apresentados incluem produtos em regime de promoção temporária (p.e., promoções do tipo "Try and Buy"), ligações em redes comerciais e contratos com promotores imobiliários ainda não activos.

(4) O valor apresentado para os primeiros nove meses de 2004 não inclui os bilhetes vendidos pela Warner Lusomundo em Dezembro de 2003.

### TV por Subscrição e Internet de Banda Larga

- ▶ O número de casas passadas totalizou 2.627 mil no final de Setembro de 2005, das quais 95,3% dispõem de bidireccionalidade, estando, portanto, aptas a suportar serviços de Internet de banda larga e interactivos. No terceiro trimestre de 2005, a PT Multimedia iniciou um projecto de expansão da sua rede de cabo para zonas de elevada densidade populacional contíguas às actualmente cabladas. No âmbito deste plano prevê-se que a rede de cabo passe a contar com aproximadamente mais 400 mil casas passadas até final de 2006.
- ▶ O serviço de TV por Subscrição atingiu 1.485 mil clientes (1.096 mil clientes de TV por Cabo e 389 mil clientes de TV por Satélite) nos primeiros nove meses de 2005. No terceiro trimestre de 2005, o serviço de TV por Subscrição adicionou 20 mil clientes, essencialmente no serviço de TV por Cabo. O ritmo de adições líquidas no serviço de TV por Satélite deverá recuperar após o upgrade de software do sistema de acesso condicionado e a troca de smart cards dos receptores digitais que será efectuada até ao final do ano. Esta operação permitirá a migração para o novo sistema de encriptação Aladin da Nagra, o que praticamente impossibilitará qualquer acto de pirataria ao nível do serviço de Satélite.
- ▶ No terceiro trimestre 2005 foi dada continuidade à digitalização dos serviços de TV por Subscrição, tendo o número instalado de set top boxes que permitem o acesso a serviços digitais ultrapassado as 428 mil no final de Setembro.

- ▶ Em Setembro, a PT Multimedia reforçou o seu serviço de TV Digital, o Funtastic Life, com a introdução de mais um canal desportivo, o Sport TV2. O Sport TV2 oferece uma programação complementar ao canal premium Sport TV, apostando na cobertura diversificada das várias modalidades desportivas, incluindo o Futebol. O acompanhamento da Liga Portuguesa será realizado através da antevisão dos jogos em directo do estádio, da reportagem após o desafio e da repetição dos jogos transmitidos em directo pela Sport TV.
- ▶ O serviço digital Funtastic Life tem registado uma boa adesão, contando com 123 mil clientes no final de Setembro de 2005.
- ▶ A PT Multimedia continua empenhada na expansão do serviço de acesso à Internet de banda larga, procurando sempre melhorar a proposta de valor para os Clientes deste serviço. Neste sentido, no terceiro trimestre disponibilizou-se para os Clientes de banda larga, em parceria com o portal do Grupo PT, o [www.sapo.pt](http://www.sapo.pt), o serviço Sapo Messenger que possibilita comunicações PC2PC de voz sobre IP (VoIP) e de vídeo que são gratuitas entre clientes NetCabo e Sapo ADSL.
- ▶ No final dos primeiros nove meses de 2005 existiam 341 mil clientes de banda larga via cabo, tendo as adições líquidas no terceiro trimestre de 2005 sido de 9 mil novos clientes, não obstante a taxa de penetração da banda larga nos Clientes de TV por Cabo já ser superior a 30%.
- ▶ O ARPU global da actividade de TV por Subscrição e Internet de Banda Larga foi de 27,84 Euros, um crescimento de 10,3% relativamente aos primeiros nove meses de 2004, em resultado da maior penetração dos serviços de Internet de Banda Larga, dos aumentos de preço do serviço base de TV por Subscrição e do ajustamento da base de clientes.

## **Audiovisuais**

- ▶ No terceiro trimestre de 2005, a PT Multimedia inaugurou 2 novas salas de cinema no multiplex de Almada e um novo cinema em Viseu com 6 salas. Assim, o circuito de cinemas da PT Multimedia em Portugal conta actualmente com 179 salas, num total de 32.618 lugares.
- ▶ O número de bilhetes de cinema vendidos em Portugal no terceiro trimestre totalizou 2.017 mil, correspondendo a um decréscimo de 8,0% face a igual período de 2004. Este decréscimo, idêntico ao verificado em outros mercados Europeus e Americanos, é essencialmente explicado pelo menor número de *blockbusters* lançados em 2005 a nível mundial e pelo aumento da concorrência entre os distribuidores de cinema que tem implicado que a maioria dos melhores filmes seja lançada quase em simultâneo.
- ▶ No terceiro trimestre de 2005, a PT Multimedia distribuiu 26 filmes para exibição nos cinemas. Entre os filmes lançados destacam-se os êxitos "Madagáscar", "Guerra dos Mundos", "A Chave", "Herbie: Prego a Fundo" e "Cinderella Man".
- ▶ Em vídeo foram lançados 144 títulos entre os quais se destacam: "Million Dollar Baby", "Tarzan II", "Lilo & Stitch 2" e "Heffalump".
- ▶ Numa base comparável as receitas do negócio de Audiovisuais nos primeiros nove meses de 2005 mantiveram-se ao mesmo nível das verificadas no período homólogo de 2004, essencialmente devido ao aumento significativo da venda de direitos, quer para canais de cinema de TV por subscrição, quer para a televisão em aberto.

### 3. RESULTADOS CONSOLIDADOS

Tabela 3 – Demonstração de Resultados Consolidados

Milhões de Euros	3T05	3T04	Δ 05/04	9M05	9M04	Δ 05/04
<b>Receitas de Exploração</b>	<b>158,6</b>	<b>147,9</b>	<b>7,3%</b>	<b>464,4</b>	<b>433,7</b>	<b>7,1%</b>
TV por Subscrição e Internet de Banda Larga	139,5	126,6	10,2%	410,9	370,2	11,0%
Audiovisuais	22,9	23,4	(2,2%)	62,0	68,4	(9,4%)
Outras	(3,7)	(2,1)	75,9%	(8,5)	(4,9)	74,6%
<b>Custos Operacionais excl. Amort.</b>	<b>110,9</b>	<b>100,5</b>	<b>10,3%</b>	<b>321,9</b>	<b>300,1</b>	<b>7,2%</b>
Custos com o Pessoal	10,2	10,2	0,1%	31,3	31,1	0,7%
Custos Directos dos Serviços Prestados	49,2	44,3	11,0%	146,5	133,4	9,8%
Custos com Telecomunicações	7,2	6,0	20,3%	22,9	19,3	18,6%
Custos com Programação	34,0	30,9	10,1%	101,1	91,0	11,2%
Outros Custos Directos	8,0	7,4	7,4%	22,5	23,1	(2,6%)
Custos das Mercadorias Vendidas	3,2	3,1	3,8%	11,4	10,2	11,8%
Marketing e Publicidade	4,8	5,1	(6,1%)	13,8	16,8	(18,2%)
Serviços de Suporte	11,9	8,3	43,8%	31,3	25,3	23,6%
Custos com Manutenção e Reparação	4,5	4,1	9,9%	15,1	10,7	41,6%
Outros Fornecimentos e Serviços Externos	20,4	20,3	0,4%	61,9	62,4	(0,7%)
Provisões	5,9	1,9	213,8%	9,8	3,8	153,8%
Impostos, excl. Imp. Sobre o Rendimento	0,5	1,4	(67,0%)	0,3	2,6	(87,3%)
Outros Custos Operacionais	0,3	1,9	(84,3%)	0,5	3,8	(87,9%)
<b>EBITDA</b>	<b>47,8</b>	<b>47,4</b>	<b>0,8%</b>	<b>142,6</b>	<b>133,6</b>	<b>6,7%</b>
Amortizações	16,1	13,7	17,6%	44,4	38,5	15,3%
<b>Resultado Operacional Recorrente</b>	<b>31,7</b>	<b>33,7</b>	<b>(6,1%)</b>	<b>98,2</b>	<b>95,1</b>	<b>3,2%</b>
<b>Outros Custos / (Proveitos)</b>	<b>0,1</b>	<b>1,0</b>	<b>(85,2%)</b>	<b>0,1</b>	<b>5,3</b>	<b>(97,3%)</b>
Mais / (Menos) Valias Alienação Imob.	0,1	0,0	n.s.	0,1	(0,0)	n.s.
Custos Operacionais Não Recorrentes	0,0	1,0	(97,3%)	0,1	5,4	(98,6%)
<b>Resultado Antes de Resultados Fin. e Impostos</b>	<b>31,5</b>	<b>32,7</b>	<b>14,5%</b>	<b>98,0</b>	<b>89,8</b>	<b>14,5%</b>
<b>Outros Custos / (Ganhos) Financeiros Líquidos</b>	<b>1,7</b>	<b>1,5</b>	<b>11,5%</b>	<b>2,8</b>	<b>3,4</b>	<b>(17,1%)</b>
Juros Suportados Líquidos	1,5	1,0	41,2%	3,9	1,5	155,0%
Outras Perdas / (Ganhos) Financeiros Líquidos	(1,3)	(0,1)	1640,1%	(2,4)	(0,4)	541,9%
Perdas / (Ganhos) Empresas Associadas	1,5	0,5	186,6%	1,4	2,3	(39,8%)
<b>Resultados Antes de Impostos e Interesses Min.</b>	<b>29,9</b>	<b>31,2</b>	<b>24,5%</b>	<b>95,2</b>	<b>86,4</b>	<b>24,5%</b>
Imposto Sobre o Rendimento	(8,8)	(9,7)	(9,2%)	(26,3)	(26,6)	(1,2%)
Resultado das Operações Descontinuadas	32,5	(0,4)	n.s.	28,6	(0,3)	n.s.
Interesses Minoritários	(1,8)	(0,6)	220,0%	(2,0)	(1,7)	18,5%
<b>Resultado Líquido Consolidado</b>	<b>51,8</b>	<b>20,6</b>	<b>151,2%</b>	<b>95,5</b>	<b>57,8</b>	<b>65,2%</b>

#### Receitas Consolidadas de Exploração

As receitas de exploração da PT Multimedia cresceram 7,1% nos primeiros nove meses de 2005, ascendendo a 464,4 milhões de Euros. As receitas dos primeiros nove meses de 2005 reflectem o impacto negativo do diferimento da facturação de clientes em situação anormal de mora nos respectivos pagamentos. Adicionalmente, o montante das provisões para cobrança duvidosa foi ajustado decorrente do diferimento de receitas.

Considerando este efeito, as receitas da actividade de TV por Subscrição e Internet de Banda Larga aumentaram 11,0% nos primeiros nove meses de 2005, para 410,9 milhões de Euros, reflectindo o crescimento da base de clientes, o aumento de preço dos serviços de TV por Subscrição e a crescente penetração do serviço de Internet de Banda Larga. Nos primeiros nove meses de 2005, a actividade de TV por Subscrição e Internet de Banda Larga foi responsável por 88,5% do total das receitas da PT Multimedia.

As receitas do negócio de Audiovisuais diminuíram 9,4% nos primeiros nove meses de 2005, para 62,0 milhões de Euros, uma vez que a PT Multimedia deixou de distribuir as consolas Playstation e respectivos

jogos em 1 de Abril de 2004, e também os vídeos da Columbia (produtora de cinema do Grupo Sony). Adicionalmente, o alinhamento do calendário contabilístico da Warner Lusomundo (de Dezembro a Novembro) com o adoptado na PT Multimedia (de Janeiro a Dezembro) efectuado no primeiro trimestre de 2004, traduziu-se na incorporação de dez meses de actividade da Warner Lusomundo - Dezembro de 2003 a Setembro de 2004 - nas contas dos primeiros nove meses de 2004, enquanto que as contas dos primeiros nove meses de 2005 reflectem apenas nove meses de actividade dos cinemas Warner Lusomundo. Excluindo estes efeitos, as receitas do negócio de Audiovisuais nos primeiros nove meses de 2005 mantiveram-se ao mesmo nível das verificadas no período homólogo de 2004, essencialmente devido ao aumento significativo da venda de direitos, quer para canais de cinema de TV por subscrição, quer para a televisão em aberto.

## **EBITDA**

O EBITDA situou-se nos 142,6 milhões de Euros, um aumento de 6,7% em relação aos primeiros nove meses de 2005. A margem EBITDA dos primeiros nove meses de 2005 foi de 30,7%, um decréscimo de 0,1pp face aos primeiros nove meses de 2004.

Em 2005, o crescimento do EBITDA e respectiva margem tem sido condicionado pelo: (i) investimento adicional em programação (10,2 milhões de Euros) decorrente do reforço da oferta, com o lançamento do Funtastic Life e de novos canais Premium e do aumento de custos com o canal Sport TV; (ii) reforço do serviço de apoio ao cliente (2,7 milhões de Euros) para suportar o lançamento do novo serviço digital, o processo de digitalização do serviço Premium e a entrada em funcionamento dos novos sistemas de informação; (iii) aumento das operações de manutenção e reparação da rede (4,4 milhões de Euros) para assegurar elevados níveis de serviço e o upgrade de velocidades downstream no acesso de banda larga à Internet, bem como a digitalização dos serviços Premium; e (iv) o aumento das provisões relativas a dívidas de clientes (6,0 milhões de Euros).

## **Custos Operacionais Consolidados Recorrentes**

Os custos operacionais consolidados recorrentes excluindo amortizações totalizaram 321,9 milhões de Euros nos primeiros nove meses de 2005, registando um acréscimo de 7,2% face a igual período do ano anterior.

Os custos com pessoal aumentaram 0,7% nos primeiros nove meses de 2005, totalizando 31,3 milhões de Euros, equivalentes a 6,7% das receitas consolidadas.

Os custos directos, os quais incluem custos de programação, de telecomunicações e outros, aumentaram 9,8%, para 146,5 milhões de Euros, nos primeiros nove meses de 2005. Esta rubrica representou 31,5% dos proveitos operacionais consolidados. Nos primeiros nove meses de 2005, os custos com programação aumentaram 11,2% face ao período homólogo de 2004, para 101,1 milhões de Euros. Para o aumento dos custos de programação contribuiu essencialmente o acréscimo de cerca de 8% nos custos com o canal premium de desporto Sport TV, em resultado do aumento do preço de subscrição deste canal. Os custos com o canal Sport TV correspondem a cerca de 44% dos custos de programação. Adicionalmente, o aumento dos custos de programação deveu-se à introdução de novos canais em 2004 e no primeiro semestre de 2005, nomeadamente os novos canais Premium de cinema e os canais adicionais do serviço de TV Digital, Funtastic Life, os quais vieram enriquecer a oferta de TV por Subscrição da PT Multimedia. Os custos de telecomunicações, correspondentes essencialmente ao aluguer da rede de fibra óptica à Portugal

Telecom, aumentaram 18,6% nos primeiros nove meses de 2005 para 22,9 milhões de Euros. Este aumento está essencialmente relacionado com a expansão da rede e com o maior nível de retorno da mesma.

Nos primeiros nove meses de 2005, os custos das mercadorias vendidas aumentaram 11,8%, ascendendo a 11,4 milhões de Euros, em resultado essencialmente do processo de implementação do protocolo celebrado com o Governo da República e com o Governo Regional da Madeira, ao abrigo do qual a Cabo TV Madeirense disponibiliza os quatro canais nacionais à população da Madeira. Estes canais são acedidos através de set top boxes digitais que são vendidas aos utilizadores finais a um preço subsidiado. O subsídio dos Governos reflecte-se em receitas suplementares, sendo o impacto no EBITDA nulo.

Os custos de marketing e publicidade registaram um decréscimo de 18,2% nos primeiros nove meses de 2005, para 13,8 milhões de Euros, em resultado da racionalização dos custos com publicidade e com campanhas promocionais. Os custos de marketing e publicidade representam 3,0% das receitas consolidadas.

Os custos com serviços de suporte (incluindo maioritariamente os custos de outsourcing relativos a sistemas de informação, call centers e logística) aumentaram 23,6% nos primeiros nove meses de 2005, para 31,3 milhões de Euros, devido essencialmente ao aumento dos custos com os serviços de apoio a clientes para suportar o lançamento do novo serviço digital, o processo de digitalização do serviço Premium e a migração para os novos sistemas de informação. Paralelamente, verificou-se um aumento dos custos de outsourcing relativos a sistemas de informação inerente à entrada em funcionamento dos novos sistemas. Os custos com serviços de suporte representaram 6,7% dos proveitos operacionais consolidados.

Os custos com manutenção e reparação tiveram um aumento de 4,4 milhões de Euros nos primeiros nove meses de 2005, uma vez que o crescimento da base de clientes de TV por Subscrição, a digitalização dos serviços Premium e a expansão do serviço de banda larga, bem como o aumento das velocidades downstream do mesmo, exigem uma intensificação dos trabalhos de manutenção e reparação da rede, de modo a garantir níveis mais elevados de qualidade de serviço.

Os custos com outros fornecimentos e serviços externos decresceram 0,7% nos primeiros nove meses de 2005, para 61,9 milhões de Euros. Esta rubrica representou 13,3% das receitas consolidadas dos primeiros nove meses de 2005.

As provisões aumentaram 6,0 milhões de Euros nos primeiros nove meses de 2005, para 9,8 milhões de Euros. Este aumento deveu-se essencialmente ao maior nível de provisões relativas a dívidas de clientes inerente à actividade de TV por Subscrição e Internet de Banda Larga.

As amortizações de imobilizado corpóreo e incorpóreo aumentaram 15,3% nos primeiros nove meses de 2005, totalizando 44,4 milhões de Euros. As amortizações foram inferiores ao capex em 31,0 milhões de Euros, resultando num rácio de capex sobre amortizações de 1,7 vezes. As amortizações representaram 9,6% das receitas consolidadas dos primeiros nove meses de 2005.

## **Resultado Operacional Recorrente**

O resultado operacional recorrente aumentou 3,2% nos primeiros nove meses de 2005, totalizando 98,2 milhões de Euros, com a margem operacional a diminuir 0,8pp para 21,1%.

## Resultado Líquido

O Resultado Líquido situou-se em 95,5 milhões de Euros nos primeiros nove meses de 2005, um crescimento de 65,2%, face a 57,8 milhões de Euros nos primeiros nove meses de 2004.

Os encargos financeiros líquidos ascenderam a 3,9 milhões de Euros nos primeiros nove meses de 2005, face a 1,5 milhões de Euros registados no período homólogo de 2004, reflectindo o aumento do nível de dívida líquida no período.

Os outros ganhos financeiros líquidos aumentaram de 0,4 milhões de Euros nos primeiros nove meses de 2004 para 2,4 milhões de Euros nos primeiros nove meses de 2005, essencialmente devido ao registo de um ganho de 3,5 milhões de Euros na operação de share buy back correspondente à diferença da cotação média da acção da PT Multimedia entre a data de emissão dos warrants e a data de fixação do preço de referência dos mesmos. Esta rubrica inclui essencialmente despesas financeiras diversas, nomeadamente comissões bancárias e respectivas taxas.

As perdas relativas a empresas associadas totalizaram 1,4 milhões de Euros nos primeiros nove meses de 2005, face a perdas de 2,3 milhões de Euros nos primeiros nove meses de 2004.

O custo relativo a imposto sobre o rendimento diminuiu, nos primeiros nove meses de 2005, para 26,3 milhões de Euros, face a 26,6 milhões de Euros no período homólogo de 2004.

A rubrica de operações descontinuadas incluiu a participação da PT Multimedia nos resultados da Lusomundo Serviços, SGPS, S.A. (negócio de Media) de Janeiro até Julho de 2005 e a mais valia líquida de impostos obtida com a alienação deste negócio (28,6 milhões de Euros).

## 4. CAPEX

Tabela 4 – Capex

Milhões de Euros	3T05	3T04	Δ 05/04	9M05	9M04	Δ 05/04
Equipamento Terminal	5,8	2,6	124,1%	12,9	8,6	49,9%
Infra-estrutura TV por Subscrição	9,3	5,8	59,3%	31,3	15,4	102,8%
Transponders	0,0	0,0	n.s.	16,8	0,0	n.s.
Outros	4,7	3,6	31,1%	14,4	10,1	41,8%
<b>Total Capex</b>	<b>19,8</b>	<b>12,0</b>	<b>64,9%</b>	<b>75,4</b>	<b>34,2</b>	<b>120,4%</b>

Nos primeiros nove meses de 2005, o capex totalizou 75,4 milhões de Euros. Este valor inclui pagamentos futuros relativos à aquisição à Hispasat do direito de uso da capacidade de satélite de um quinto transponder até ao final da sua vida útil que se estima termine em Dezembro de 2016. O aumento do capex deve-se essencialmente à contratação do direito de uso da capacidade de satélite para o quinto transponder, ao reforço do investimento em set top boxes, no âmbito do projecto de digitalização, bem como à renovação dos sistemas de informação e ao investimento em rede, que permitem melhorar a oferta e a qualidade dos serviços de TV por Subscrição e de Internet de Banda Larga. Adicionalmente, investiram-se 4,8 milhões de Euros na manutenção e remodelação do circuito de cinemas e na abertura de quatro novos complexos.

O EBITDA menos Capex nos primeiros nove meses de 2005 foi de 67,2 milhões de Euros, o que corresponde a 14,5% das receitas. O capex da PT Multimedia inclui a capitalização de contratos de longo prazo de direitos de utilização de capacidade de satélite. Adicionalmente, a PT Multimedia iniciou negociações visando a assinatura de contratos de longo prazo para os seus fornecimentos de telecomunicações de forma a alinhar as suas políticas, em termos de Opex e Capex, com as das suas congéneres internacionais.

## 5. BALANÇO CONSOLIDADO

Tabela 5 – Balanço Consolidado

Milhões de Euros	30 Setembro 2005	31 Dezembro 2004
Activo Corrente	216,9	233,0
Caixa e Equivalentes e Apl. Fin. Curto Prazo	32,8	26,7
Contas a Receber	140,3	168,6
Existências, líquidas	17,5	16,1
Impostos a Recuperar	1,6	9,4
Custos Diferidos e Outros Activos Correntes	24,6	12,2
Activo não Corrente	630,3	834,5
Investimentos em Empresas Subsidiárias e Associadas	29,2	50,3
Outros Investimentos	0,0	1,3
Activos Fixos Intangíveis	213,9	319,1
Activos Fixos Tangíveis	244,1	275,7
Activos por Impostos Diferidos	120,6	165,2
Outros Activos não Correntes	22,5	23,0
Activos de Operações Descontinuadas	0,0	0,0
<b>Total do Activo</b>	<b>847,2</b>	<b>1.067,6</b>
Passivo Corrente	246,3	277,8
Dívida de Curto Prazo	8,1	34,8
Contas a Pagar	150,8	156,7
Acréscimos de Custos	57,6	61,7
Proveitos Diferidos	21,5	6,9
Impostos a Pagar	5,4	16,3
Provisões e Outros Passivos Correntes	3,0	1,4
Passivo não Corrente	170,8	280,5
Dívida de Médio e Longo Prazo	110,2	117,3
Contas a Pagar	0,0	68,4
Provisões e Outros Passivos não Correntes	60,6	83,0
Responsabilidades com Benefícios de Reforma	0,0	8,8
Impostos Diferidos	0,0	2,9
Passivos de Operações Descontinuadas	0,0	0,0
<b>Total do Passivo</b>	<b>417,1</b>	<b>558,3</b>
Capital Próprio antes de Interesses Minoritários	421,2	498,1
Capital Social	77,3	78,4
Prémio de Emissão de Acções	159,3	159,3
Reservas e Resultados Transitados	89,1	137,5
Resultado Líquido	95,5	122,9
Interesses Minoritários	8,8	11,2
<b>Capital Próprio</b>	<b>430,1</b>	<b>509,3</b>
<b>Total do Passivo e Capital Próprio</b>	<b>847,2</b>	<b>1.067,6</b>

O gearing [Dívida Líquida/(Dívida Líquida + Capital Próprio)] em 30 de Setembro de 2005 ascendia a 13,7% e o indicador [(Capital Próprio + Dívida de Longo Prazo)/Total do Activo] era de 63,8%. O indicador Dívida Líquida/EBITDA no final do mês de Setembro de 2005 era de 0,4 vezes e o rácio de cobertura dos encargos financeiros líquidos pelo EBITDA era de 36,9 vezes.

## Dívida Líquida Consolidada

Tabela 6 – Dívida Líquida Consolidada

Milhões de Euros	30 Setembro 2005	31 Dezembro 2004	Pró-forma (1)		Δ 05/04PF
			31 Dezembro 2004	Variação	
<b>Dívida de Curto Prazo</b>	<b>8,1</b>	<b>34,8</b>	<b>6,9</b>	<b>1,2</b>	<b>17,2%</b>
Empréstimos Bancários	0,0	25,0	0,0	0,0	n.s.
Empréstimos de Accionistas	0,0	0,0	0,0	0,0	n.s.
Locações Financeiras	8,1	9,8	6,9	1,2	17,2%
Transponders	7,3	6,0	6,0	1,3	21,7%
<b>Dívida de Médio e Longo Prazo</b>	<b>110,2</b>	<b>184,6</b>	<b>166,6</b>	<b>(56,4)</b>	<b>(33,9%)</b>
Empréstimos Bancários	0,0	10,9	0,0	0,0	0,0%
Empréstimos de Accionistas	0,0	67,3	67,3	(67,3)	(100,0%)
Locações Financeiras	110,2	106,5	99,3	10,8	10,9%
Transponders	109,3	98,1	98,1	11,2	11,4%
<b>Passivo Remunerado</b>	<b>118,3</b>	<b>219,4</b>	<b>173,5</b>	<b>(55,2)</b>	<b>(31,8%)</b>
Disponibilidades	32,8	26,7	24,7	8,1	32,6%
Empréstimos a Accionistas	17,2	32,0	33,8	(16,5)	(49,0%)
<b>Dívida Líquida Consolidada</b>	<b>68,2</b>	<b>160,7</b>	<b>115,0</b>	<b>(46,8)</b>	<b>(40,7%)</b>

(1) Valores pro-forma em 31 de Dezembro de 2004 excluindo a dívida da Lusomundo Serviços, SGPS, S.A.

A PT Multimedia passou a considerar como dívida as locações financeiras, entre as quais se destacam as referentes a direitos de uso de capacidade de satélite de cinco transponders. Assim, em 30 de Setembro de 2005, a dívida bruta consolidada da PT Multimedia ascendia a 118,3 milhões de Euros.

Em 30 de Setembro de 2005, a dívida líquida consolidada da PT Multimedia ascendia a 68,2 milhões de Euros, uma diminuição de 46,8 milhões de Euros face ao valor comparável de final de 2004. Esta diminuição decorre essencialmente do cash flow gerado no período e do encaixe proporcionado pela venda do negócio de Media (163,7 milhões de Euros) e inclui o impacto da remuneração accionista de 168,7 milhões de Euros distribuída no período, através do pagamento de dividendos (77,3 milhões de Euros) e do programa de share buyback (91,5 milhões de Euros).

## Capital Próprio (excluindo Interesses Minoritários)

Em 30 de Setembro de 2005, o capital próprio, excluindo interesses minoritários ascendeu a 421,2 milhões de Euros, uma diminuição de 76,9 milhões de Euros em relação a 31 de Dezembro de 2004, em resultado (i) do pagamento de dividendos no semestre relativos ao exercício de 2004, no montante de 77,3 milhões de Euros; (ii) do dispêndio de 91,5 milhões de Euros com o programa de share buyback realizado em Maio de 2005; e (iii) do resultado líquido gerado durante o período de 95,5 milhões de Euros.

Nos termos da legislação portuguesa, o montante de reservas distribuíveis é determinado de acordo com as demonstrações financeiras individuais da empresa, preparadas de acordo com o Plano Oficial de Contabilidade Português. Em 30 de Setembro de 2005, as reservas distribuíveis da PT Multimedia ascendiam a aproximadamente 165 milhões de Euros. O nível das reservas distribuíveis é influenciado pelo montante: (i) de acções próprias adquiridas; (ii) do resultado líquido gerado; e (iii) de dividendos pagos.

## 6. EVENTOS DO TERCEIRO TRIMESTRE E DESENVOLVIMENTOS RECENTES

- ▶ Em 25 de Agosto de 2005, a PT Multimedia concretizou a venda da sua participação na Lusomundo Serviços, SGPS, S.A., incluindo 80,91% da Lusomundo Media, SGPS, S.A., à Olivedesportos – Publicidade, Televisão e Media, S.A., sociedade integralmente detida pela Controlinveste, SGPS, S.A.. Esta operação de venda havia sido anunciada no dia 28 de Fevereiro de 2005, tendo ficado a sua execução apenas sujeita à condição de emissão de uma decisão definitiva de não oposição pela Autoridade da Concorrência, condição que se verificou no passado dia 10 de Agosto de 2005. O encaixe da PT Multimedia com esta operação foi de 173,8 milhões de Euros, sendo que 10,1 milhões de Euros foram utilizados para pagamento da participação de 5,94% na Lusomundo Media, SGPS, S.A. detida pela Portugal Telecom, SGPS, S.A.
- ▶ Em 14 de Julho de 2005, a PT Multimedia concretizou a venda da sua participação de 33,33% na Warner Lusomundo Sogecable após aprovação da Autoridade da Concorrência espanhola.

## **7. BASES DE APRESENTAÇÃO**

### **Primeira Aplicação das “International Financial Reporting Standards”**

A PT Multimedia adoptou as Normas Internacionais de Relato Financeiro (International Financial Reporting Standards) em 2005, tendo aplicado para o efeito o “IFRS 1 – First-Time Adoption of International Financial Reporting Standards” sendo a data de transição para efeitos de apresentação destas demonstrações financeiras 1 de Janeiro de 2004. Anteriormente, as demonstrações financeiras da PT Multimedia eram apresentadas de acordo com os princípios de contabilidade geralmente aceites em Portugal, conforme estabelecidos no Plano Oficial de Contabilidade e demais legislação complementar (“POC”). Os ajustamentos efectuados às demonstrações financeiras em 1 de Janeiro de 2004 foram calculados de forma retrospectiva, tal como determinado pelo IFRS 1.

### **Principais diferenças entre os IFRS e o POC**

#### **1. Obrigações com o desmantelamento de activos**

De acordo com os IFRS, o custo de aquisição dos activos tangíveis deverá incorporar o valor das obrigações de desmantelamento, remoção ou reposição da situação inicial, desde que o mesmo possa ser estimado com razoável fiabilidade e que o seu pagamento seja provável. De acordo com o POC, o reconhecimento destas obrigações deverá ser efectuado no momento em que o respectivo custo seja incorrido.

#### **2. Transacções de Sale and Lease Back**

No âmbito do desenvolvimento da sua actividade, a PT Multimedia celebrou contratos de QTE sobre equipamentos de telecomunicações, tendo recebido up-front fees na data de celebração dos referidos contratos. De acordo com os IFRS, estas operações consubstanciam um sale and lease back, pelo que os ganhos obtidos com as mesmas são reconhecidos em resultados durante o período de duração do contrato, os activos não deverão ser desreconhecidos do balanço e os veículos utilizados deverão ser consolidados pelas entidades que deles obtenham os benefícios económicos. Em POC, os ganhos obtidos foram reconhecidos no momento em que a operação foi realizada e os veículos utilizados nas operações não foram consolidados pelo facto de a PT Multimedia não ter a maioria dos direitos de voto sobre o seu capital.

#### **3. Provisões para reestruturação**

De acordo com os IFRS, as provisões para reestruturação só podem ser registadas mediante o cumprimento de determinados requisitos, nomeadamente no que respeita à existência de planos aprovados pela administração, da razoabilidade da mensuração das obrigações e da probabilidade de ocorrência do pagamento, entre outros. De acordo com o POC, o registo de provisões para reestruturação obedece a critérios de prudência no registo de provisões.

#### **4. Amortização do goodwill**

De acordo com os IFRS, o goodwill gerado na aquisição de investimentos financeiros não é amortizado, sendo objecto de análise periódica de imparidade. De acordo com o POC, o goodwill é amortizado regularmente por resultados, sendo também objecto de análise periódica de imparidade. O IFRS 1 estabeleceu que para efeitos de aplicação desta regra a data de transição é 1 de Janeiro de 2004, pelo que o ajustamento efectuado compreende a reversão das amortizações efectuadas após essa data.

#### **5. Alocação do goodwill gerado na aquisição de empresas**

De acordo com os IFRS, o preço de compra de investimentos financeiros deve ser alocado ao justo valor dos activos e passivos adquiridos, a intangíveis não registados na empresa e o remanescente a goodwill. De

acordo com o POC, o valor excedente à proporção dos activos líquidos adquiridos não tem de ser alocado de acordo com os critérios estabelecidos nos IFRS, sendo usualmente registado como goodwill. A PT Multimedia fez uso de uma excepção permitida pelo IFRS 1, tendo somente procedido à alocação do preço de compra de acordo com as regras estabelecidas no IFRS 3 nas aquisições efectuados após 1 de Janeiro de 2004.

## 6. Despesas de instalação e investigação e desenvolvimento

De acordo com os IFRS, as despesas de instalação são reconhecidas directamente em resultados no momento em que são incorridas. De acordo com o POC, as despesas de instalação deverão ser inicialmente reconhecidas como activo fixo incorpóreo e amortizadas linearmente por resultados.

De acordo com os IFRS, as despesas referentes à fase de investigação de um qualquer projecto são reconhecidas directamente em resultados quando incorridas e as despesas referentes à fase de desenvolvimento podem ser inicialmente reconhecidas como um activo e amortizadas por um determinado período, desde que seja possível provar a existência de benefícios económicos futuros gerados pelo respectivo projecto. De acordo com o POC, as despesas de investigação e desenvolvimento podem ser inicialmente reconhecidas como activo fixo intangível e amortizadas por um determinado período, desde que o projecto a elas associado se tenha materializado.

## 7. Custos diferidos

De acordo com os IFRS, os custos diferidos relativos a despesas de formação, marketing e publicidade e melhoramentos de activos, são reconhecidos em resultados quando incorridos. De acordo com o POC, estes custos podem ser inicialmente reconhecidos como activos e amortizados por um determinado período, desde que seja possível identificar benefícios futuros para a empresa.

## 8. Reclassificações

De acordo com os IFRS foram ainda efectuadas as seguintes principais reclassificações às demonstrações financeiras em POC:

- As provisões para investimentos financeiros foram deduzidas ao valor do correspondente activo;
- As provisões para activos fixos foram deduzidas ao correspondente valor do activo bruto;
- Os subsídios ao investimento ainda não reconhecidos em resultados foram deduzidos aos correspondentes activos fixos;
- O Goodwill gerado na aquisição de empresas associadas foi incluído no valor do investimento financeiro.

**Tabela 7 – Reconciliação do Resultado Líquido**

Milhões de Euros	9M04
Resultado líquido de acordo com as normas portuguesas	48,4
Obrigações com o desmantelamento de activos (1)	(0,1)
Transacções de "sale and lease back" (2)	0,1
Provisões para reestruturação (3)	(2,9)
Amortização do goodwill (4)	10,6
Despesas de instalação e investigação e desenvolvimento (5)	2,8
Custos diferidos (6)	0,2
Alocação do goodwill gerado na aquisição de empresas (7)	(1,4)
Resultado líquido de acordo com os IFRS	57,8

## Tabela 8 – Reconciliação do Capital Próprio

Milhões de Euros	1 Janeiro 2004	31 Dezembro 2004
Capital excluindo interesses minoritários de acordo com as normas portuguesas	<b>391,5</b>	<b>488,7</b>
Obrigações com o desmantelamento de activos (1)	(1,1)	(1,2)
Transacções de "sale and lease back" (2)	(1,0)	(0,9)
Provisões para reestruturação (3)	10,9	7,4
Amortização do goodwill (4)	-	14,3
Despesas de instalação e investigação e desenvolvimento (5)	(11,0)	(8,4)
Custos diferidos (6)	(1,2)	(0,4)
Alocação do goodwill gerado na aquisição de empresas (7)	-	(1,4)
Capital excluindo interesses minoritários de acordo com os IFRS	<b>388,0</b>	<b>498,1</b>
Interesses Minoritários de acordo com os IFRS	9,8	11,2
<b>Total do Capital Próprio - IFRS</b>	<b>397,8</b>	<b>509,3</b>

Esta informação está também disponível no site da Relação com Investidores da PT Multimedia em: <http://www.pt-multimedia.pt>

**Contactos:** Luís Pacheco de Melo, Chief Financial Officer  
lmelo@pt-multimedia.pt

Lídia Falcão, Investor Relations  
lidia.m.falcao@pt-multimedia.pt

PT Multimedia  
Tel.: (+351)217824725  
Fax: (+351)217824735

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 Multimedia, evoluções tecnológicas, concorrência, bem como outros factores que constem dos documentos de oferta da PT Multimedia registados na Comissão do Mercado de Valores Mobiliários e na Securities and Exchange Commission.

---

A PT Multimedia está cotada na Euronext Lisbon. Encontra-se disponível informação sobre a empresa na Reuters através do código PTMN.IN e na Bloomberg através do código PTM PL.

---