

# Apresentação de Resultados

1º Semestre '09

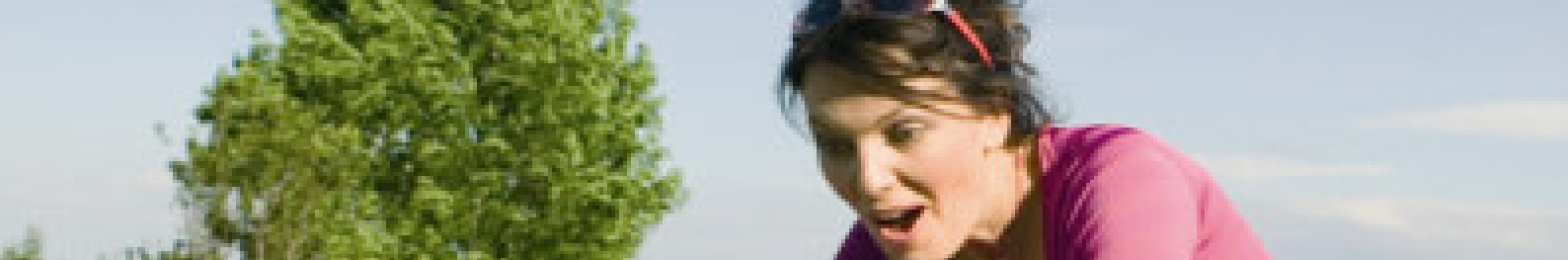


## Índice

|  |    |
|--|----|
| 1. Destaques.....  | 2  |
| 2. Mensagem de Ângelo Paupério, CEO .....                | 3  |
| 3. Principais Indicadores .....                          | 5  |
| 4. Resultados Consolidados.....                          | 6  |
| 4.1. Demonstração de Resultados Consolidados .....       | 6  |
| 4.2. Balanço Consolidado .....                           | 9  |
| 5. Telecomunicações .....                                | 12 |
| 5.1. Negócio Móvel .....                                 | 12 |
| 5.1.1. Indicadores Operacionais .....                    | 12 |
| 5.1.2. Indicadores Financeiros .....                     | 13 |
| 5.2. Negócio Fixo .....                                  | 14 |
| 5.2.1. Indicadores Operacionais .....                    | 14 |
| 5.2.2. Indicadores Financeiros .....                     | 15 |
| 6. Software e Sistemas de Informação (SSI) .....         | 16 |
| 6.1. Indicadores Operacionais .....                      | 16 |
| 6.2. Indicadores Financeiros .....                       | 17 |
| 7. Online e Media .....                                  | 18 |
| 7.1. Indicadores Operacionais .....                      | 18 |
| 7.2. Indicadores Financeiros .....                       | 19 |
| 8. Principais Desenvolvimentos Regulatórios no 2T09..... | 20 |
| 9. Principais Desenvolvimentos Corporativos no 2T09..... | 20 |

### Nota:

A informação financeira consolidada contida neste reporte foi sujeita a revisão limitada e é baseada em Demonstrações Financeiras preparadas de acordo com as Normas Internacionais de Relato Financeiro ("IAS/IFRS"), emitidas pelo International Accounting Standards Board ("IASB"), tal como adoptadas pela União Europeia.



## 1. Destaques

O volume de negócios consolidado aumentou 1,3% no 1S09, para 482 milhões de euros

As **Receitas de Clientes** no negócio móvel registaram uma **subida de 2.8%** no 2T09, em relação ao período homólogo, um resultado positivo no actual contexto económico e competitivo

As **Receitas de internet e dados** representaram mais de **27,5% das receitas do serviço móvel** no semestre, cerca de 6,7pp acima do valor registado no ano anterior

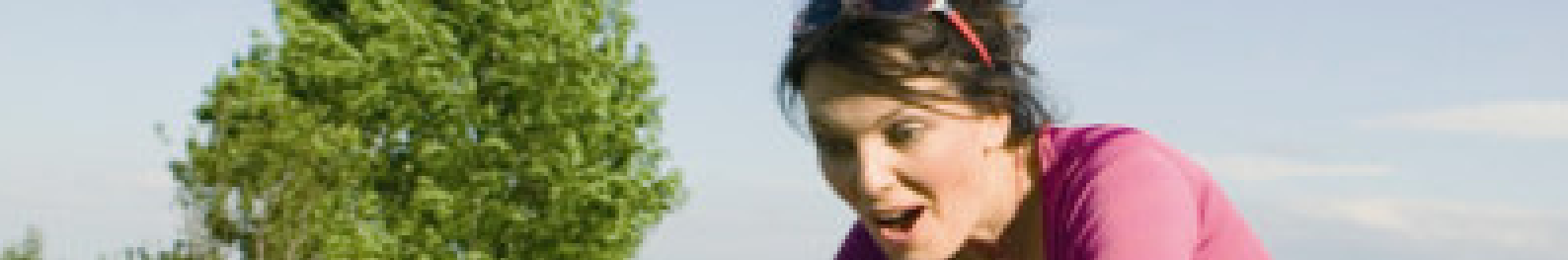
**EBITDA de 91,5 milhões de euros**, 33.2% acima do 1S08, apesar do contexto fortemente competitivo e das reduções nas tarifas de *roaming*

O **resultado líquido** atribuível ao Grupo no 1S09 foi positivo (1,4 milhões de euros), reflectindo uma melhoria de 13,6 milhões de euros relativamente ao mesmo período do ano anterior

**FCF consolidado positivo** em 28,2 milhões de euros no 2T09

A **dívida líquida** ascendeu a 321 milhões de euros no final do 1S09, tendo o rácio dívida líquida/EBITDA diminuído para cerca de 1,8x

A **SSI** gerou receitas de 82 milhões de euros no semestre (+51%) e, numa base comparável, aumentou o EBITDA em 74% face ao ano anterior



## 2. Mensagem de Ângelo Paupério, CEO

A Sonaecom volta a apresentar ao mercado um forte conjunto de resultados operacionais e financeiros, relativos ao primeiro semestre de 2009, que se encontram em linha com as nossas expectativas, apesar do exigente ambiente macroeconómico e competitivo. Conseguimos registar um crescimento sustentado da base de subscritores e de receitas de clientes no negócio móvel. Reforçamos a presença internacional dos nossos negócios da área da SSI. Obtivemos ainda um crescimento das receitas consolidadas e uma melhoria acentuada do EBITDA, como resultado das iniciativas de eficiência e de controlo de custos postas em prática na segunda metade do ano transacto.

Face às actuais condições macroeconómicas, os consumidores mostram-se cada vez mais cautelosos, revelando uma preocupação crescente com o conhecimento detalhado das diferentes ofertas que se encontram disponíveis no mercado. Esta situação é-nos especialmente favorável, porque os clientes associam tipicamente os nossos produtos e as nossas marcas a uma melhor proposta de valor.

O **negócio móvel** reforça o crescimento sustentado que tem vindo a apresentar, com o número total de clientes a aumentar cerca de 10% em relação ao período homólogo de 2008, para quase 3,3 milhões de subscritores no final do 1S09, um sinal inequívoco de que o esforço comercial e os investimentos realizados em 2008 estão a produzir resultados concretos. As receitas de clientes do serviço móvel continuaram também a registar uma evolução positiva. Conseguimos poupanças ao nível de custos directos de serviço, custos de marketing e vendas e custos gerais e administrativos. Estes esforços permitiram uma subida substancial no EBITDA do negócio móvel (+43%) relativamente ao mesmo período de 2008.

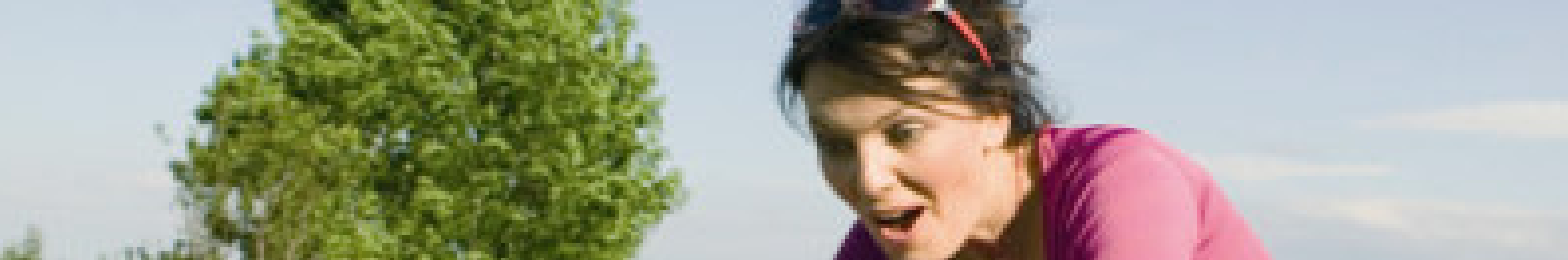
O **negócio fixo residencial ULL** continuou a sentir fortes pressões competitivas, com o mercado a ser dominado por promoções agressivas de *bundles* e de serviços de televisão paga durante todo o 1S09. Neste contexto, continuámos a concentrar-nos na protecção do valor da nossa base de clientes, através da entrega de mais valor e qualidade de serviço, um dos factores chave da nossa proposta para este segmento. O nosso negócio fixo gerou um EBITDA de 1,7 milhões de euros e uma margem de 1,3% neste semestre. Ambos reflectem reduções face aos níveis atingidos no 1S08, em resultado da menor base de clientes residenciais e da perda de clientes de acesso indirectos, em linha com as nossas expectativas.

O nosso **negócio empresarial**, que compete agora no mercado, sob a marca Optimus, através de uma oferta de serviços móveis e fixos totalmente convergente, continuou a registar crescimentos nas componentes de telecomunicações fixas e móveis. Este facto constitui evidência que o posicionamento que adoptamos foi bem recebido pelo mercado-alvo e que a convergência é já hoje uma realidade neste segmento.

Durante o primeiro semestre de 2009, continuámos o desenvolvimento da **rede de fibra** da Sonaecom, tendo actualmente já mais de 150 mil casas passadas. Os custos de implementação deste projecto e o nível de penetração obtido nas zonas com cobertura vai ao encontro das nossas expectativas iniciais para esta fase do projecto. Aprofundámos a nossa experiência em termos de *home-networking*. Adquirimos novos clientes e migramos clientes actuais de ULL. Este projecto permitiu-nos ainda desenvolver as nossas competências em serviços de televisão e aumentar a capacidade de transmissão da nossa rede móvel. Em paralelo com estes desenvolvimentos, temos vindo a analisar o estabelecimento de parcerias com outros operadores, entidades locais e municipais e com outras entidades interessadas, como uma possível forma alternativa de expandirmos a nossa rede de fibra óptica.

A **SSI** continuou a registar crescimento de receitas e de rentabilidade. No 1S09, o volume de negócios desta divisão aumentou em mais de 50% face ao ano anterior. Este acréscimo foi determinado por aumentos quer ao nível de receitas de serviços quer de vendas de equipamentos. As várias subsidiárias da SSI têm vindo a conseguir fortalecer a posição nos respectivos mercados, enquanto alargam a sua presença internacional. Maiores contributos, particularmente por parte da WeDo e da Bizdirect, levaram a um significativo aumento do EBITDA deste negócio, que cresceu 74%, numa base comparável, em relação ao período homólogo de 2008.

Ao nível do nosso **negócio online e média**, este foi mais um período pleno de desafios. As condições do mercado publicitário continuaram a deteriorar-se, uma tendência visível na generalidade do sector de *média*, o que determinou uma redução de 11,9% das receitas nesta área de negócio. Um aspecto positivo a destacar é facto de o Público ter conseguido sustentar os seus níveis de audiência. Esta divisão implementou também novas medidas para otimizar a sua estrutura de custos, tal como evidenciado pela redução de 10,8% no total dos seus custos operativos. De destacar ainda que o Público, no âmbito do plano de reestruturação em curso, e como sinal dos esforços conjuntos que tem sido levados a cabo para melhorar a sua posição competitiva, conseguiu recentemente chegar a um acordo com os seus trabalhadores que permitirá uma maior eficiência do negócio. No contexto de um enquadramento geral negativo, continuamos a procurar formas de alavancar a reputada marca “Público” e de explorar oportunidades de fortalecimento dos nossos conteúdos online.



Os nossos negócios implementaram durante o segundo trimestre de 2009 um conjunto de iniciativas comerciais importantes. Gostaria de destacar algumas destas iniciativas e acções, algumas das quais traduzem novo reconhecimento público da nossa capacidade de inovação:

- No final do 1S09, a **Optimus** foi o primeiro operador em Portugal a lançar uma oferta comercial efectiva de um produto de banda larga sem fios suportada pela tecnologia HSPA+;
- A oferta Optimus **Kanguru** no âmbito do programa “e-Escolas” foi reconhecida, num novo estudo levado a cabo por uma revista especializada nacional, como incluindo a melhor gama de computadores portáteis;
- A **Optimus** recebeu o prémio “Messaging Services Innovation Award” num concurso internacional promovido por uma publicação de referência no sector (Global Telecoms Business). Este prémio foi atribuído em reconhecimento da inovação que representaram os serviços de *webphone* e de *mobile instant messaging*, que introduzimos no mercado aquando do lançamento do Optimus “Tag”;
- O desenvolvimento para a Modelo Continente, retalhista líder em Portugal, do “Continente mobile” uma atractiva oferta, suportada pela rede móvel da Sonaecom, dirigida à vasta base de clientes do cartão de fidelidade dessa empresa;
- Pela primeira vez em Portugal, o **Clix** ofereceu aos seus clientes de televisão a possibilidade de acederem, de forma ilimitada, a pacotes de títulos disponíveis para aluguer pagando apenas um valor fixo de subscrição;
- O **Público** recebeu neste trimestre um importante prémio internacional, por parte da organização “Design and Art Direction” pela qualidade do seu desenho gráfico. Esta foi a primeira vez na história dos conceituados prémios de design que um jornal português obteve esta distinção;
- Ao nível da SSI, foi atribuída à **Mainroad**, empresa líder em soluções e serviços de continuidade de negócio, a segunda posição na categoria de “Best Risk Mitigation Provider” nos “Data Centres Europe Awards 2009”;
- A Agência Nacional de Compras Públicas seleccionou a **Saphety** como um dos quatro prestadores de serviços de plataformas electrónicas de contratação pública.

Estes sucessos são uma demonstração clara de que a Sonaecom continua a deter uma posição de destaque ao nível da inovação em produtos e serviços. Temos estado na origem dos principais desenvolvimentos nos mercados em que actuamos, continuamente procurando formas alternativas e inovadoras de competir.

No que diz respeito ao **contexto de regulação**, é importante destacar os benefícios concorrenciais que a introdução de assimetria em 2008 trouxe ao mercado móvel. O lançamento de produtos e serviços inovadores — incluindo várias ofertas destinadas a minorar o designado “efeito de rede” — permitiram que os consumidores capturassem mais valor e dispusessem de um leque de escolhas mais abrangente. O racional económico subjacente à introdução de assimetria no ano transacto era muito evidente e continua a ser válido nas condições actuais de mercado. Esperamos que a Anacom tome em consideração estas recentes dinâmicas de mercado no momento de proceder à reanálise das tarifas de terminação móvel. Na verdade, um eventual regresso à simetria exigiria reduções de tarifas bem mais radicais do que as recomendadas pela Comissão Europeia, se se quisesse continuar a combater as imperfeições específicas do mercado Português. Mesmo assim, seria sempre muito difícil assegurar que, por essa via, se alcançariam as mesmas vantagens para o consumidor que se verificaram indubitavelmente com a introdução de assimetria.

Reconhecemos o relevante papel que as telecomunicações poderão desempenhar em cenários de pandemia. A Sonaecom para além de ter constituído uma equipa interna dedicada a monitorar os desenvolvimentos da gripe, providenciou já extensa informação sobre o tema aos seus empregados e parceiros externos. Investimos também no reforço da capacidade e da resiliência da nossa rede, nos nossos processos internos e no nosso serviço ao cliente, procurando assegurar que os nossos serviços-chave estarão sempre disponíveis, mesmo em cenários de limitações à interacção entre pessoas.

Em conclusão, gostaria de referir que, no início do ano, comunicamos as nossas expectativas para o exercício de 2009 num contexto de elevada incerteza, partilhado pela maioria das empresas, que vêm operando em condições macroeconómicas e financeiras muito voláteis. Não são expectáveis melhorias na segunda metade do ano, quer ao nível do enquadramento económico geral, quer da natureza competitiva do mercado em que actuamos. Acreditamos todavia que conseguiremos atingir os objectivos definidos para o corrente exercício, embora, em relação ao FCF, seja de destacar que os montantes a receber do fundo criado com o objectivo de promover a “Sociedade de Informação” em Portugal, relativos à participação do negócio móvel no programa “Iniciativas-E”, poderá continuar a prejudicar a nossa performance em termos de geração de *cash flow*. No contexto atrás descrito, estou bastante satisfeito com os sucessos que a nossa organização conseguiu atingir nos primeiros seis meses do ano, tanto do ponto de vista comercial como financeiro, e acredito que, com base nos resultados atingidos, podemos agora perspectivar o resto do ano com confiança acrescida.

### 3. Principais Indicadores

#### Indicadores Operacionais

| INDICADORES OPERACIONAIS                              | 2T08    | 2T09    | Δ 09/08 | 1T09    | Δ T/T  | 1S08    | 1S09    | Δ 09/08 |
|---|---------|---------|---------|---------|--------|---------|---------|---------|
| <b>Negócio Móvel</b>                                  |         |         |         |         |        |         |         |         |
| Clientes (EoP) ('000)                                 | 2.982,1 | 3.268,7 | 9,6%    | 3.219,8 | 1,5%   | 2.982,1 | 3.268,7 | 9,6%    |
| Dados como % Receitas de Serviço                      | 21,3%   | 27,8%   | 6,5pp   | 27,4%   | 0,4pp  | 20,9%   | 27,6%   | 6,7pp   |
| ARPU <sup>(1)</sup> (euros)                           | 16,8    | 14,9    | -11,3%  | 14,9    | 0,1%   | 16,9    | 14,9    | -11,7%  |
| MOU <sup>(2)</sup> (min.)                             | 129,1   | 131,3   | 1,7%    | 127,6   | 2,9%   | 123,5   | 129,5   | 4,8%    |
| <b>Negócio Fixo</b>                                   |         |         |         |         |        |         |         |         |
| Total Acessos (EOP)                                   | 701.098 | 528.467 | -24,6%  | 554.486 | -4,7%  | 701.098 | 528.467 | -24,6%  |
| Directos <sup>(3)</sup>                               | 482.540 | 432.886 | -10,3%  | 442.085 | -2,1%  | 482.540 | 432.886 | -10,3%  |
| Indirectos  | 218.558 | 95.581  | -56,3%  | 112.401 | -15,0% | 218.558 | 95.581  | -56,3%  |
| Receita Média por Acesso - Retalho <sup>(4)</sup>     | 21,1    | 22,3    | 5,7%    | 22,9    | -2,6%  | 21,5    | 22,6    | 5,3%    |
| <b>Sonaecom</b>                                       |         |         |         |         |        |         |         |         |
| Total de Colaboradores                                | 1.921   | 2.002   | 4,2%    | 2.000   | 0,1%   | 1.921   | 2.002   | 4,2%    |
| Telecomunicações                                      | 419     | 436     | 4,1%    | 432     | 0,9%   | 419     | 436     | 4,1%    |
| SSI   | 453     | 507     | 11,9%   | 502     | 1,0%   | 453     | 507     | 11,9%   |
| Média   | 270     | 259     | -4,1%   | 264     | -1,9%  | 270     | 259     | -4,1%   |
| Serv. Partilhados <sup>(5)</sup> e Centro Corporativo | 779     | 800     | 2,7%    | 802     | -0,2%  | 779     | 800     | 2,7%    |

(1) Receita Média mensal por Utilizador; (2) Minutos de Utilização por Cliente por mês. Valor relativo ao 1T09 foi actualizado; (3) Os número de acessos directos para o período de 3T07 até 3T08 foram ajustados; (4) Excluindo receitas de "Mass Calling services"; (5) Serviços Partilhados inclui, entre outros departamentos, Serviço ao Cliente, Técnica, IT/IS, Contabilidade, Legal e Regulação. O número de colaboradores do centro corporativo diminuiu face ao 1S08

#### Indicadores Financeiros Consolidados

| Milhões de Euros                         | 2T08  | 2T09  | Δ 09/08 | 1T09  | Δ T/T  | 1S08  | 1S09  | Δ 09/08 |
|--|-------|-------|---------|-------|--------|-------|-------|---------|
| <b>IND. FINANCEIROS CONSOLIDADOS</b>     |       |       |         |       |        |       |       |         |
| Volume de Negócios                       | 237,9 | 240,7 | 1,2%    | 240,9 | -0,1%  | 475,6 | 481,6 | 1,3%    |
| Receitas de Serviço                      | 215,1 | 199,9 | -7,1%   | 201,9 | -1,0%  | 432,1 | 401,8 | -7,0%   |
| Receitas de Clientes                     | 169,0 | 161,7 | -4,3%   | 161,7 | 0,0%   | 340,9 | 323,4 | -5,1%   |
| Receitas de Operadores                   | 46,1  | 38,2  | -17,0%  | 40,2  | -4,8%  | 91,2  | 78,4  | -14,1%  |
| EBITDA                                   | 34,6  | 46,1  | 33,2%   | 45,4  | 1,6%   | 68,7  | 91,5  | 33,2%   |
| Margem EBITDA (%)                        | 14,6% | 19,2% | 4,6pp   | 18,8% | 0,3pp  | 14,4% | 19,0% | 4,6pp   |
| Resultado Líquido - Grupo <sup>(1)</sup> | -6,7  | 1,2   | -       | 0,2   | -      | -12,2 | 1,4   | -       |
| CAPEX Operacional <sup>(2)</sup>         | 35,0  | 30,9  | -11,7%  | 21,4  | 44,6%  | 67,7  | 52,3  | -22,8%  |
| CAPEX Oper. como % Volume Negócios       | 14,7% | 12,8% | -1,9pp  | 8,9%  | 4pp    | 14,2% | 10,9% | -3,4pp  |
| EBITDA - CAPEX Operacional               | -0,4  | 15,2  | -       | 24,0  | -36,7% | 1,0   | 39,2  | -       |
| FCF <sup>(3)</sup>                       | -25,1 | 28,2  | -       | -45,9 | -      | -57,8 | -17,6 | 69,5%   |
| Dívida Líquida                           | 367,4 | 321,3 | -12,5%  | 350,9 | -8,4%  | 367,4 | 321,3 | -12,5%  |
| Dívida Líq./ EBITDA (last 12 months)     | 2,3 x | 1,8 x | -0,6x   | 2,0 x | -0,3pp | 2,3 x | 1,8 x | -0,6x   |

(1) Resultados Líquidos após Interesses Minoritários; (2) Capex Operacional exclui Investimentos Financeiros, Provisões para desmantelamento de sites e outros investimentos não operacionais; (3) FCF alavancado após Custos Financeiros e antes de Fluxos de Capitais e custos de emissão de empréstimos.

- **Clientes:** (i) O número de clientes do serviço móvel aumentou 9,6% para 3,26 milhões de subscritores no final do 1S09, tendo-se registado 77,1 mil adições líquidas neste período. As receitas de dados representaram 27,6% das receitas do serviço do semestre, um acréscimo de 6,7pp face ao período homólogo; (ii) O total de acessos fixos directos foi de cerca de 433 mil, 9 mil acessos a menos do que no final do 1Q09. Tal é resultado das continuadas pressões competitivas (que nos levaram, nos últimos 3 trimestres, a um menor enfoque na aquisição de novos clientes ULL) e da crescente utilização da banda larga móvel.
- **Colaboradores:** O número total de colaboradores subiu 4,2% face ao ano anterior, ultrapassando os 2.000 empregados no 1S09. Esta evolução deveu-se a crescimentos ao nível: (i) da SSI, devido ao aumento de actividade dos seus negócios e da expansão internacional da WeDo e; (ii) das áreas de telecomunicações e de serviços partilhados, em resultado da decisão de reduzir a utilização de certos serviços subcontratados. O número de colaboradores do centro corporativo diminuiu face ao 1S08 e representa actualmente menos de 1,3% do total.
- **As Receitas de Serviço consolidadas** diminuíram 7,0% face ao período homólogo, devido a uma redução de 5,1% nas receitas de clientes. Esta redução é integralmente explicada pela evolução negativa verificada ao nível do negócio fixo e pela redução de 14,1% nas receitas de operadores (em resultado dos impactos negativos associados às reduções de tarifas reguladas: receitas de *roaming* e, principalmente, da introdução das novas tarifas de terminação móvel – "MTR").
- **EBITDA consolidado** de 91,5 milhões de euros, 33,2% superior ao valor registado no 1S08, na sequência de um aumento das contribuições do negócio Móvel e SSI. A margem EBITDA aumentou cerca de 4,6pp (de 14,4% no 1S08 para 19,0% no 1S09), devido essencialmente a: (i) redução de custos comerciais, nomeadamente, de marketing e vendas no negócio de Telecomunicações; (ii) benefícios alcançados com o novo programa de MTR, introduzido em Agosto de 2008 e; (iii) redução de 6,9% em outros custos operacionais, resultado dos programas de redução de custos iniciados no segundo semestre de 2008.

## 4. Resultados Consolidados

### 4.1. Demonstração de Resultados Consolidados

| Milhões de Euros                                  | 2T08         | 2T09         | Δ 09/08       | 1T09         | Δ T/T        | 1S08         | 1S09         | Δ 09/08       |
|---|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| <b>DEM. RESULTADOS CONSOLIDADOS</b>               |              |              |               |              |              |              |              |               |
| <b>Volume de Negócios</b>                         | <b>237,9</b> | <b>240,7</b> | <b>1,2%</b>   | <b>240,9</b> | <b>-0,1%</b> | <b>475,6</b> | <b>481,6</b> | <b>1,3%</b>   |
| Móvel   | 151,5        | 152,0        | 0,3%          | 146,8        | 3,5%         | 303,1        | 298,8        | -1,4%         |
| Fixo  | 72,4         | 60,0         | -17,1%        | 64,3         | -6,6%        | 147,6        | 124,3        | -15,8%        |
| Online e Media                                    | 9,4          | 7,8          | -17,6%        | 7,4          | 4,7%         | 17,2         | 15,2         | -11,9%        |
| SSI   | 27,4         | 42,2         | 53,9%         | 39,9         | 5,7%         | 54,5         | 82,1         | 50,8%         |
| Outros & Eliminações                              | -22,9        | -21,3        | -6,7%         | -17,5        | -21,7%       | -46,8        | -38,8        | 17,0%         |
| <b>Outras Receitas</b>                            | <b>2,8</b>   | <b>1,4</b>   | <b>-49,7%</b> | <b>0,9</b>   | <b>54,6%</b> | <b>4,3</b>   | <b>2,3</b>   | <b>-46,4%</b> |
| <b>Custos Operacionais</b>                        | <b>202,3</b> | <b>188,9</b> | <b>-6,6%</b>  | <b>189,9</b> | <b>-0,5%</b> | <b>403,4</b> | <b>378,9</b> | <b>-6,1%</b>  |
| Custos com Pessoal                                | 22,7         | 24,4         | 7,5%          | 24,8         | -1,3%        | 48,8         | 49,2         | 0,8%          |
| Custos Directos Serviços Prestados <sup>(1)</sup> | 84,3         | 63,6         | -24,5%        | 69,8         | -8,8%        | 168,1        | 133,5        | -20,6%        |
| Custos Comerciais <sup>(2)</sup>                  | 56,1         | 64,6         | 15,0%         | 59,0         | 9,5%         | 108,4        | 123,5        | 14,0%         |
| Outros Custos Operacionais <sup>(3)</sup>         | 39,1         | 36,3         | -7,2%         | 36,4         | -0,4%        | 78,1         | 72,7         | -6,9%         |
| <b>EBITDAP</b>                                    | <b>38,4</b>  | <b>53,2</b>  | <b>38,5%</b>  | <b>51,9</b>  | <b>2,5%</b>  | <b>76,6</b>  | <b>105,0</b> | <b>37,2%</b>  |
| Provisões e Perdas de Imparidade                  | 3,8          | 7,1          | 87,5%         | 6,5          | 9,2%         | 7,9          | 13,5         | 72,2%         |
| <b>EBITDA</b>                                     | <b>34,6</b>  | <b>46,1</b>  | <b>33,2%</b>  | <b>45,4</b>  | <b>1,6%</b>  | <b>68,7</b>  | <b>91,5</b>  | <b>33,2%</b>  |
| Margem EBITDA (%)                                 | 14,6%        | 19,2%        | 4,6pp         | 18,8%        | 0,3pp        | 14,4%        | 19,0%        | 4,6pp         |
| Móvel   | 29,0         | 45,1         | 55,6%         | 43,8         | 3,1%         | 62,1         | 88,9         | 43,1%         |
| Fixo  | 1,5          | 1,0          | -30,6%        | 0,6          | 62,3%        | 4,0          | 1,7          | -58,3%        |
| Online e Media                                    | -0,4         | -0,8         | -111,6%       | -0,9         | 14,9%        | -1,5         | -1,7         | -9,5%         |
| SSI   | 2,8          | 1,9          | -31,4%        | 2,0          | -3,6%        | 3,6          | 3,9          | 6,3%          |
| Outros & Eliminações                              | 1,7          | -1,2         | -             | -0,1         | -            | 0,4          | -1,3         | -             |
| Depreciações e Amortizações                       | 40,5         | 39,7         | -2,2%         | 39,4         | 0,6%         | 77,8         | 79,1         | 1,6%          |
| <b>EBIT</b>                                       | <b>-5,9</b>  | <b>6,5</b>   | <b>-</b>      | <b>6,0</b>   | <b>7,9%</b>  | <b>-9,1</b>  | <b>12,4</b>  | <b>-</b>      |
| <b>Resultados Financeiros</b>                     | <b>-3,7</b>  | <b>-3,4</b>  | <b>9,2%</b>   | <b>-3,9</b>  | <b>13,6%</b> | <b>-7,9</b>  | <b>-7,3</b>  | <b>7,2%</b>   |
| Proveitos Financeiros                             | 0,8          | 1,4          | 65,3%         | 1,7          | -21,0%       | 1,6          | 3,1          | 92,5%         |
| Custos Financeiros                                | 4,6          | 4,8          | 4,3%          | 5,7          | -15,9%       | 9,5          | 10,4         | 9,7%          |
| <b>EBT</b>  | <b>-9,7</b>  | <b>3,1</b>   | <b>-</b>      | <b>2,1</b>   | <b>48,9%</b> | <b>-17,0</b> | <b>5,1</b>   | <b>-</b>      |
| Resultado de Imposto                              | 3,1          | -1,8         | -             | -1,7         | -7,8%        | 5,0          | -3,5         | -             |
| <b>Resultado Líquido</b>                          | <b>-6,6</b>  | <b>1,2</b>   | <b>-</b>      | <b>0,4</b>   | <b>-</b>     | <b>-12,1</b> | <b>1,6</b>   | <b>-</b>      |
| Atribuível ao Grupo                               | -6,7         | 1,2          | -             | 0,2          | -            | -12,2        | 1,4          | -             |
| Atribuível a Interesses Minoritários              | 0,1          | 0,1          | -47,3%        | 0,1          | -50,0%       | 0,2          | 0,2          | 5,8%          |


(1) Custos Directos de Serviços Prestados = Interligação e conteúdos + Circuitos Alugados + Outros Custos de Operação de Rede; (2) Custos Comerciais = Custos das Mercadorias Vendidas + Custos de Marketing e Vendas (3) Outros Custos Operacionais = Serviços Subcontratados + Despesas Gerais e Administrativas + outros custos.

### Volume de Negócios

O volume de negócios consolidado, no 1S09, foi de 481,6 milhões de euros, 1,3% acima do valor registado no 1S08. Esta performance foi determinada por: (i) uma diminuição das receitas de serviços (-7,0%), devido essencialmente à redução de 14,1% nas receitas de operadores; e (ii) um nível significativamente mais elevado das vendas de produtos e equipamentos (+83,7% face ao período homólogo).

As receitas de serviço consolidadas diminuíram 7,0%, para 401,8 milhões de euros, em consequência, sobretudo, do menor contributo do negócio Telco. Os principais determinantes deste desempenho foram os seguintes:

- no negócio fixo, as receitas de serviço diminuíram 16,4%, em resultado, principalmente, da redução das receitas de clientes de acesso indirecto mas também devido a uma menor contribuição do negócio residencial directo;
- no negócio móvel, verificou-se uma diminuição das receitas de serviços em 3,0%, em virtude do impacto, ao nível da receita de operadores, de menores receitas de *roaming* e do novo plano de tarifas de terminação móvel. Contrariamente, as receitas de clientes do negócio móvel aumentaram 1,8%, face ao período homólogo, isto apesar dos efeitos da recessão económica e do aumento de competitividade em alguns segmentos do mercado, que determinou uma redução da receita média por minuto;
- na SSI, as receitas de serviços aumentaram 7,3%, em virtude, principalmente, do desempenho positivo da WeDo, que registou um crescimento de 5,6%, face ao período homólogo, e da Bizdirect;

- 
- d) no negócio Online e Media, verificou-se uma redução das receitas de serviços em 6,5%, fruto da quebra nas receitas de publicidade do Público, em resultado da deterioração generalizada das condições do mercado publicitário.

As receitas de clientes consolidadas diminuíram 5,1% face ao 1S08, em virtude, principalmente, da redução em 23,2% das receitas de clientes no negócio fixo, apenas parcialmente compensado pelo desempenho positivo das receitas de clientes do negócio móvel (+1,8% face ao período homólogo) e pelo aumento em 7,3% das receitas de clientes na SSI. De salientar que, em termos de evolução trimestral, as receitas de clientes do negócio móvel mantiveram uma evolução positiva, tendo aumentado 2,8% no 2T09, face ao mesmo período do ano passado e 2,1% face ao 1T09.

### Custos Operacionais

O total de custos operacionais ascendeu aos 378,9 milhões de euros, um decréscimo de 6,1% face ao período homólogo, representando, actualmente, 78,7% do volume de negócios do semestre. No 2T09, os custos operacionais diminuíram 0,5% face ao 1T09 que, por sua vez, também diminuíram 6,6% face ao último trimestre de 2008, um claro sinal de que as medidas de controlo de custos implementadas durante o segundo semestre de 2008 estão a surtir efeito.

Os principais factores que contribuíram para a evolução dos custos operacionais no 1S09 foram os seguintes:

- os **custos com pessoal** mantiveram-se estáveis face ao 1S08 (+0,8%) atingindo os 49,2 milhões de euros, isto apesar do aumento do número total de colaboradores em cerca de 4,2%;
- os **custos directos de serviço** diminuíram em 20,6%, face ao mesmo período do ano passado, reflexo essencialmente do decréscimo de 24,1% dos custos de interligação e conteúdos, resultado do novo plano de tarifas de terminação móvel e de menores custos ULL;
- os **custos comerciais** aumentaram 14,0% face ao período homólogo, para 123,5 milhões de euros, no 1S09, em resultado de um maior nível de custo das vendas na SSI, impulsionado pelo sucesso das vendas de produtos da Bizdirect, apenas parcialmente compensado pela redução dos custos de marketing e vendas (incluindo subsidiação de terminais), na área de telecomunicações. A operação de relançamento da marca Optimus e as correspondentes campanhas promocionais são o principal factor que justifica a redução de 24,3% dos custos comerciais do negócio móvel, face ao 1S08,
- os **outros custos operacionais** diminuíram 6,9%, face ao 1S08, essencialmente em consequência da redução tanto dos custos gerais e administrativos (decréscimo de 5,4%, face ao período homólogo) como dos custos de serviços subcontratados (inferiores em 5,1% face ao 1S08).

A redução de custos é também visível na evolução trimestral, particularmente ao nível dos custos com pessoal (redução de 1,3% face ao 1T09) e custos directos de serviço (-8,8%).

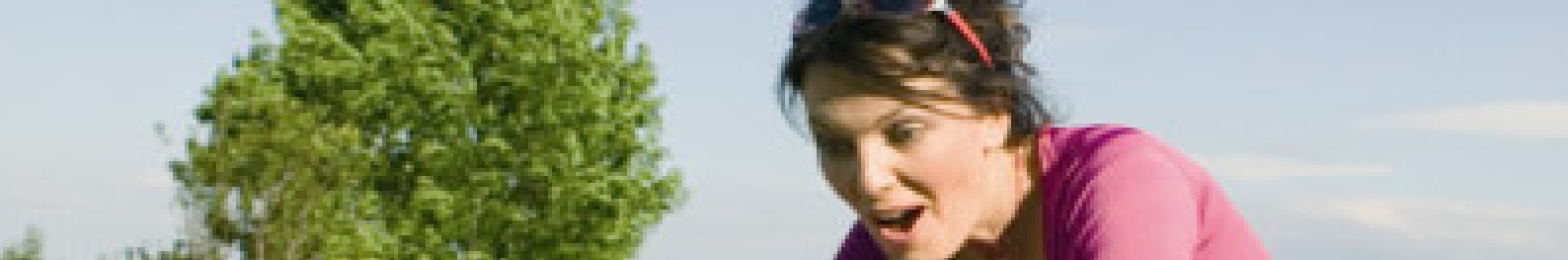
As **provisões e perdas de imparidade** aumentaram, no 1S09, em aproximadamente 5,6 milhões de euros, resultado do aumento das provisões para clientes de cobrança duvidosa (fruto da decisão tomada no 3T08, de reforçar essas provisões em consequência do aumento sustentado do nível de facturação e, simultaneamente, da deterioração da conjuntura económica), do aumento das provisões para existências no negócio fixo e apesar de uma redução do nível de provisões para outros riscos e encargos.

### EBITDA

Em resultado das variações acima identificadas, ao nível de receita e custos, o EBITDA consolidado aumentou 33,2% para 91,5 milhões de euros, no 1S09, gerando uma margem de 19,0%, o que compara com uma margem de 14,4% no 1S08. A decomposição do EBITDA por área de negócio foi a seguinte:

- na área do negócio móvel, o EBITDA foi de 88,9 milhões de euros, um aumento de 43,1% face ao 1S08, devido, principalmente, ao impacto positivo da diminuição dos custos comerciais e dos custos de interligação atenuados, todavia, pelo impacto negativo da redução das receitas de *roaming*. A margem do negócio móvel ascendeu aos 29,7%, substancialmente superior à verificada no 1S08, mantendo-se aproximadamente estável nos dois primeiros trimestres de 2009;





- b) na área do negócio fixo, o EBITDA ascendeu a 1,7 milhões de euros (redução de 2,3 milhões de Euros face ao 1S08), essencialmente devido à perda de receitas de acesso indirecto, à elevada competitividade do mercado residencial e à manutenção das tendências operacionais verificadas desde 2008. Contrariamente ao segmento fixo residencial, a performance de EBITDA nos segmentos *Wholesale* e *Corporate & PMEs* continua a evoluir favoravelmente;
- c) ao nível da SSI, o EBITDA aumentou 6,3% face ao 1S08, para 3,9 milhões de euros, resultado, essencialmente, da melhoria substancial da performance da Bizdirect, cujo EBITDA aumentou 0,6 milhões de euros, face ao período homólogo, e da Saphety. Numa base comparável, isto é, se excluirmos o ganho de 1,4 milhões de euros, registado no 1S08, relativo à finalização do processo de aquisição da Tecnológica, o EBITDA teria aumentado 74%, face ao período homólogo, fruto, principalmente, do desempenho da WeDo;
- d) no negócio Online & Media, o EBITDA foi negativo em 1,7 milhões de euros no semestre, uma redução de 9,5% face ao 1S08, mas registando uma melhoria de 14,9% entre o primeiro e o segundo trimestre de 2009, sendo de salientar o aumento, no trimestre, das receitas de publicidade em 0,6 milhões de euros, que mais do que compensaram a redução verificada ao nível da venda de jornais e um ligeiro aumento dos custos operacionais.

### **Resultado Líquido**

O resultado líquido atribuível ao Grupo foi positivo em 1,4 milhões de euros, no 1S09, o que compara com um resultado líquido negativo de 12,2 milhões de euros no 1S08, devido, essencialmente, à melhoria de desempenho ao nível do EBITDA e à redução, em 7,2%, dos encargos financeiros líquidos.

Os encargos com amortizações e depreciações aumentaram, no semestre, 1,6% para 79,1 milhões de euros, resultado do aumento da base de activos por via dos investimentos efectuados, em 2008, na expansão das redes móvel e de acesso em fibra. De realçar ainda que, durante o 3T08, se iniciou a amortização dos 91,3 milhões de euros de activos incorpóreos, reconhecidos em CAPEX em 2008, relativos às obrigações assumidas no âmbito do programa “e-Escolas”. Face ao trimestre anterior, verifica-se que as despesas com amortizações e depreciações permaneceram, no 2T09, relativamente estáveis.

Comparativamente com o 1S08, os encargos financeiros líquidos diminuíram 7,2%, para 7,2 milhões de euros no 1S09, reflectindo:

- a) aumento dos custos financeiros em cerca de 0,9 milhões de euros, em virtude dos custos relacionados com a operação de securitização e do aumento do nível médio da dívida bruta no período, que mais do que compensou a redução do custo médio da dívida (de 5,1% no 1S08 para 3,1% no 1S09), reflexo dos movimentos das taxas de juro de mercado. De notar todavia que, excluindo os impactos da securitização, a diminuição do custo médio da dívida, mais do que compensou o efeito do aumento do nível médio da dívida bruta no semestre; e
- b) aumento dos proveitos financeiros em 1,5 milhões de euros, impulsionado pelo maior nível médio de liquidez no 1S09, resultado do aumento de liquidez gerado pela conclusão da operação de securitização no final de 2008.

A rubrica de impostos apresentou, no 1S09, um custo de 3,5 milhões de euros, o que compara com um benefício de 5,0 milhões de euros no 1S08, resultante essencialmente de um melhor desempenho ao nível do resultado antes de imposto (de 17 milhões euros negativos para 5,1 milhões de euros positivos).

## 4.2. Balanço Consolidado

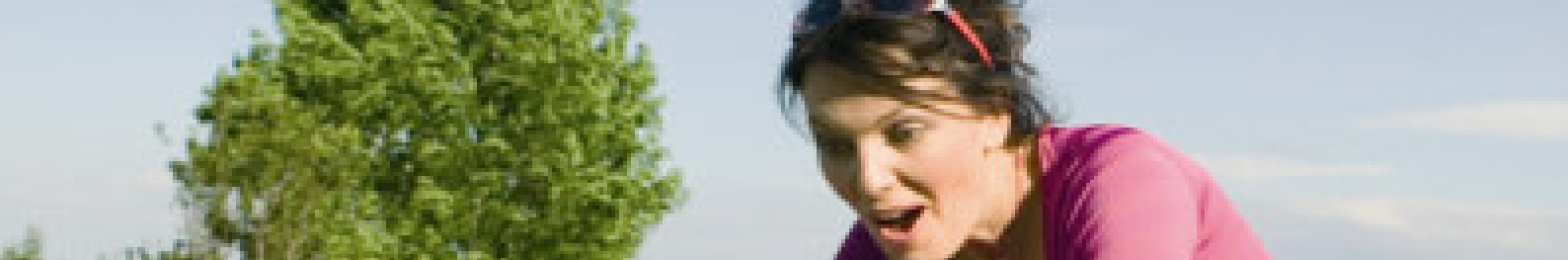
| Milhões de Euros                              | 1S08           | 1S09           | Δ 09/08      | 1T09           | Δ T/T        |
|---|----------------|----------------|--------------|----------------|--------------|
| <b>BALANÇO CONSOLIDADO</b>                    |                |                |              |                |              |
| <b>Total do Activo Líquido</b>                | <b>1.795,5</b> | <b>1.957,2</b> | <b>9,0%</b>  | <b>1.958,1</b> | <b>0,0%</b>  |
| Activos não Correntes                         | 1.443,4        | 1.481,6        | 2,6%         | 1.492,1        | -0,7%        |
| Imobilizações Corpóreas e Incorpóreas         | 808,6          | 832,0          | 2,9%         | 840,9          | -1,1%        |
| Goodwill                                      | 525,8          | 525,9          | 0,0%         | 526,0          | 0,0%         |
| Investimentos                                 | 2,0            | 1,2            | -38,5%       | 1,2            | 0,0%         |
| Impostos Diferidos Activos                    | 107,0          | 122,5          | 14,5%        | 124,0          | -1,2%        |
| Activos Correntes                             | 352,1          | 475,6          | 35,1%        | 466,0          | 2,1%         |
| Clientes                                      | 185,7          | 162,2          | -12,7%       | 164,3          | -1,3%        |
| Liquidez                                      | 6,9            | 121,4          | -            | 101,0          | 20,2%        |
| Outros  | 159,5          | 192,1          | 20,5%        | 200,7          | -4,3%        |
| <b>Capital Próprio</b>                        | <b>921,6</b>   | <b>930,8</b>   | <b>1,0%</b>  | <b>933,2</b>   | <b>-0,3%</b> |
| Grupo   | 920,6          | 930,5          | 1,1%         | 932,9          | -0,3%        |
| Interesses Minoritários                       | 1,0            | 0,3            | -65,9%       | 0,3            | 17,4%        |
| <b>Total Passivo</b>                          | <b>873,9</b>   | <b>1.026,4</b> | <b>17,5%</b> | <b>1.024,9</b> | <b>0,1%</b>  |
| Passivo não Corrente                          | 478,7          | 583,1          | 21,8%        | 603,2          | -3,3%        |
| Empréstimos Bancários                         | 355,1          | 411,6          | 15,9%        | 416,7          | -1,2%        |
| Provisões para outros Riscos e Encargos       | 32,5           | 32,3           | -0,7%        | 33,5           | -3,6%        |
| Outros  | 91,1           | 139,3          | 52,9%        | 153,1          | -9,0%        |
| Passivo Corrente                              | 395,2          | 443,4          | 12,2%        | 421,7          | 5,1%         |
| Empréstimos Bancários                         | 0,7            | 8,4            | -            | 11,3           | -25,3%       |
| Fornecedores                                  | 174,8          | 190,4          | 9,0%         | 164,7          | 15,6%        |
| Outros  | 219,7          | 244,5          | 11,3%        | 245,7          | -0,5%        |
| CAPEX Operacional <sup>(1)</sup>              | 67,7           | 52,3           | -22,8%       | 21,4           | 144,6%       |
| CAPEX Operacional como % Volume de Negócios   | 14,2%          | 10,9%          | -3,4pp       | 8,9%           | 2pp          |
| CAPEX Total                                   | 161,6          | 53,2           | -67,1%       | 22,1           | 140,3%       |
| EBITDA - CAPEX Operacional                    | 1,0            | 39,2           | -            | 24,0           | 63,3%        |
| Cash Flow Operacional <sup>(2)</sup>          | -49,2          | 3,6            | -            | -35,4          | -            |
| FCF <sup>(3)</sup>                            | -57,8          | -17,6          | 69,5%        | -45,9          | 61,6%        |
| Dívida Bruta                                  | 374,3          | 442,7          | 18,3%        | 451,9          | -2,0%        |
| Dívida Líquida                                | 367,4          | 321,3          | -12,5%       | 350,9          | -8,4%        |
| Dívida Líquida/EBITDA últimos 12 meses        | 2,3 x          | 1,8 x          | -0,6x        | 2,0 x          | -0,3x        |
| EBITDA/Juros <sup>(4)</sup> últimos 12 meses  | 8,0 x          | 8,8 x          | 0,8x         | 8,3 x          | 0,5x         |
| Dívida / (Dívida + Capital Próprio)           | 28,9%          | 32,2%          | 3,3pp        | 32,6%          | -0,4pp       |
| <b>Excluindo a operação de Securitização:</b> |                |                |              |                |              |
| Dívida Líquida                                | 367,4          | 409,9          | 11,6%        | 444,6          | -7,8%        |
| Dívida Líquida/EBITDA últimos 12 meses        | 2,3 x          | 2,2 x          | -0,1x        | 2,6 x          | -0,4x        |
| EBITDA/Juros <sup>(4)</sup> últimos 12 meses  | 8,0 x          | 8,8 x          | 0,8x         | 8,3 x          | 0,5x         |

(1) Capex Operacional exclui Investimentos Financeiros, Provisões para desmantelamento de sites e outros investimentos não operacionais; (2) Cash Flow Operacional = EBITDA - CAPEX Operacional - Variação de Fundo de Manuseio - Itens não Monetários e Outros; (3) FCF após Custos Financeiros e antes de Fluxos de Capitais e Custos de Emissão de Empréstimos; (4) Cobertura de Juros.

### Estrutura de Capital

A dívida bruta consolidada totalizava, no final do 1S09, 442,7 milhões de euros, um aumento de 68,4 milhões de euros face ao período homólogo e incluía, principalmente:

- 150 milhões de euros relativos a um empréstimo obrigacionista de longo prazo, com maturidade em Junho de 2013;
- 230 milhões de euros utilizados no âmbito do Programa de Papel Comercial contratado em 2007 (cujo montante máximo disponível é de 250 milhões de euros), com maturidade final em Julho de 2012;
- 33 milhões de euros utilizados no âmbito do Programa de Papel Comercial (cujo montante máximo disponível é de 70 milhões de euros) contratado em 2005 e disponível por um período renovável de 364 dias;
- 9,2 milhões de euros relativos a dívida de curto prazo, de um total de cerca de 20 milhões de euros de linhas de crédito de curto prazo contratadas; e
- 21,3 milhões de euros relacionados com contratos de locação financeira de longo prazo.



Com a maturidade, em Junho de 2009, do último swap taxa de juro contratado em 2007, actualmente a totalidade da dívida bruta encontra-se exposta a taxas de juro de mercado, permitindo captar nos trimestres futuros, a totalidade dos benefícios resultantes da actual redução de taxas de juro.

A dívida líquida consolidada no final do 1S09 era de 321,3 milhões de euros, uma redução de 12,5% quando comparado com o 1S08, reflectindo, essencialmente, a evolução do FCF entre os dois períodos, incluindo os fundos obtidos através da operação de securitização.

Em termos de evolução dos principais indicadores financeiros, o rácio da Dívida líquida face ao EBITDA anualizado atingiu os 1,8x no 1S09, o que representa uma redução tanto face ao período homólogo como face ao trimestre anterior. Esta evolução positiva deve-se não só ao decréscimo da dívida líquida mas também a um nível de EBITDA mais elevado nos últimos 12 meses. O rácio de Cobertura de juros melhorou de 8,0x, no 1S08, para 8,8x no final do 1S09, em consequência da melhoria de desempenho ao nível do EBITDA, isto apesar do aumento dos custos financeiros (aumento de 0,9 milhões face ao período homólogo). O rácio entre Dívida Bruta e Fundos Totais (Dívida Bruta mais Capitais Próprios) deteriorou-se ligeiramente, atingindo os 32,2% no 1S09 (face a 28,9% no 1S08), reflectindo os movimentos ao nível da dívida acima descritos e o aumento em 1% do Capital Próprio. O aumento do Capital Próprio resulta, essencialmente, do resultado líquido positivo gerado no período, que mais do que compensou o efeito da aquisição de acções próprias, que ascendeu a 9,5 milhões de euros entre Junho de 2008 e Junho de 2009, no âmbito das deliberações tomadas pelos accionistas, em Assembleia Geral, para cobertura das obrigações decorrentes dos Planos de Incentivo de Médio Prazo dos colaboradores.

Excluindo o impacto da operação de securitização, a dívida líquida consolidada, no final do 1S09, ascendia a 409,9 milhões de euros, 11,6% (ou 42,5 milhões de euros) acima do valor registado no final do 1S08, reflectindo, essencialmente, o FCF negativo subjacente gerado entre as duas datas. De referir ainda, que em relação à operação de securitização foi, durante o semestre, reembolsado aos obrigacionistas da emissão associada um montante total de 10 milhões de euros.

A dívida bruta consolidada continua a ser, essencialmente, contratada pela Sonaecom SGPS, mantendo-se a prática de se efectuar uma gestão eficiente das disponibilidades para alocação da liquidez disponível entre as diversas subsidiárias. No final do 1S09, a liquidez e o montante relativo a linhas de crédito disponíveis e não utilizadas pelo Grupo Sonaecom totalizavam, aproximadamente, 189 milhões de euros e a maturidade média ponderada das linhas de crédito cifrava-se em cerca de 2,5 anos. Conforme referido anteriormente, não existem amortizações programadas de empréstimos bancários até 2010.

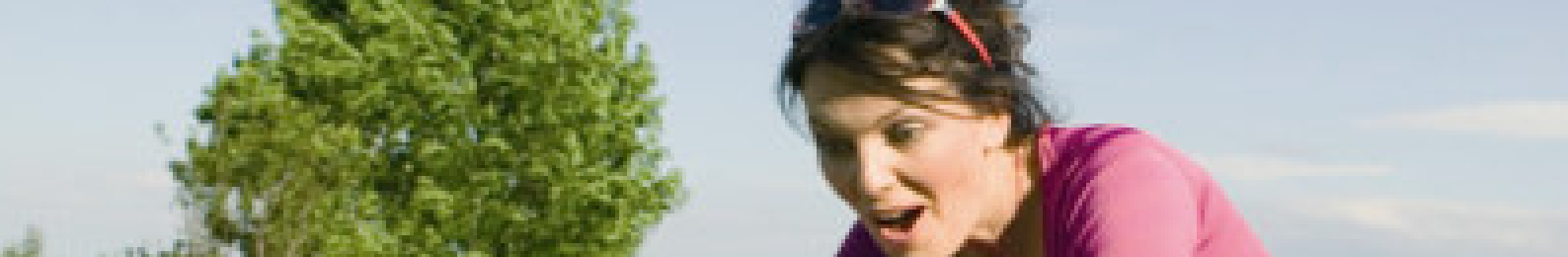
## **CAPEX**

Durante o ano de 2008, e como parte integrante do plano de investimento anunciado para o ano, a empresa investiu significativamente na capacidade e cobertura da rede móvel, com a entrada em funcionamento de novos sites UMTS, modernização da rede 3G com HSPA e aumento da capacidade de *backhaul*. Os investimentos substanciais efectuados durante o ano de 2008, colocaram a nossa rede móvel na vanguarda em termos de tecnologia, cobertura e capacidade, permitindo à Sonaecom continuar a liderar em termos de banda móvel e procurar crescimento adicional.

O CAPEX consolidado, no 1S09, foi de cerca de 53,2 milhões de euros, enquanto o CAPEX Operacional atingiu os 52,3 milhões de euros, 22,8% abaixo do 1S08, representando cerca de 10,9% do total do volume de negócios. A redução do CAPEX Operacional, face ao período homólogo, resulta, essencialmente, da conclusão do ambicioso projecto de investimento levado a cabo em 2008.

## **Capital Próprio**

No final do 1S09, o Capital Próprio totalizava 930,8 milhões de euros, o que compara com 921,6 milhões de euros no final do 1S08, reflectindo, principalmente, os resultados líquidos gerados no período, os quais mais do que compensaram a aquisição de acções próprias efectuadas entre as duas datas, associadas às obrigações previstas nos Planos de Incentivo de Médio Prazo dos colaboradores.



## Free Cash Flow

| Milhões de Euros                | 2T08         | 2T09        | Δ 09/08 | 1T09         | Δ T/T         | 1S08         | 1S09         | Δ 09/08      |
|---------------------------------|--------------|-------------|---------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| FREE CASH FLOW ALAVANCADADO     |              |             |         |              |               |              |              |              |
| <b>EBITDA-CAPEX Operacional</b> | <b>-0,4</b>  | <b>15,2</b> | -       | <b>24,0</b>  | <b>-36,7%</b> | <b>1,0</b>   | <b>39,2</b>  | -            |
| Variação de Fundo de Maneio     | -20,7        | 24,9        | -       | -67,1        | -             | -52,8        | -42,2        | 20,1%        |
| Itens não monetários e Outros   | 0,4          | -1,2        | -       | 7,7          | -             | 2,7          | 6,5          | 145,3%       |
| <b>Cash Flow Operacional</b>    | <b>-20,6</b> | <b>38,9</b> | -       | <b>-35,4</b> | -             | <b>-49,2</b> | <b>3,6</b>   | -            |
| Investimentos Financeiros       | 0,9          | 0,0         | -100,0% | 0,0          | -             | -0,2         | 0,0          | 100,0%       |
| Securitização                   | 0,0          | -5,0        | -       | -5,0         | 0,0%          | 0,0          | -10,0        | -            |
| Ações Próprias                  | -1,4         | -0,7        | 48,7%   | -1,3         | 45,1%         | -1,4         | -2,0         | -44,7%       |
| Custos com OPA                  | 0,0          | 0,0         | -       | 0,0          | -             | -0,1         | 0,0          | 100,0%       |
| Resultados Financeiros          | -4,1         | -5,0        | -22,6%  | -4,2         | -18,4%        | -7,0         | -9,2         | -32,1%       |
| Impostos                        | 0,0          | 0,0         | -       | 0,0          | -             | 0,0          | 0,0          | -            |
| <b>FCF</b>                      | <b>-25,1</b> | <b>28,2</b> | -       | <b>-45,9</b> | -             | <b>-57,8</b> | <b>-17,6</b> | <b>69,5%</b> |

O FCF consolidado, no 1S09, foi negativo em 17,6 milhões de euros, face a um FCF negativo de 57,8 milhões de euros no 1S08, e compreende os seguintes elementos:

- Um nível de EBITDA-CAPEX Operacional positivo de 39,2 milhões de euros, significativamente superior ao valor registado no 1S08;
- Um aumento de 42,2 milhões de euros no investimento em fundo de maneio, reflectindo essencialmente, a redução do crédito concedido pelos fornecedores de imobilizado, uma evolução previsível na primeira parte do ano, atendendo ao elevado nível de CAPEX registado no último trimestre do ano anterior;
- De notar ainda que as necessidades de fundo de maneio incluem ainda um montante de aproximadamente 23 milhões de euros a receber da “Fundação para a Sociedade de Informação”, uma entidade criada com o objectivo de promover a “Sociedade de Informação” em Portugal, relativo à nossa participação no programa “Iniciativas-E”. Nos termos acordados com a referida entidade, é expectável que estes montantes sejam liquidados no curto prazo;
- Pagamentos relacionados com a operação de securitização no montante de 10 milhões de euros;
- Aquisição, durante o 1S09, de acções próprias no montante de 2.0 milhões de euros; e
- Fluxos financeiros líquidos de 9,2 milhões de euros, aproximadamente 2,2 milhões de euros acima do valor registado no 1S08, em virtude, essencialmente, do impacto decorrente da operação de securitização.

De referir que o FCF consolidado foi positivo em 28,2 milhões de euros no 2T09, o que compara com um FCF consolidado negativo em 25,1 milhões de euros no 2T08 e com um FCF consolidado negativo em 45,9 milhões de euros no 1T09, reflectindo o enfoque, que tem sido colocado em 2009, na geração de liquidez. Note-se todavia, que o desempenho no trimestre, em termos de variação das necessidades de fundo de maneio, está influenciado pelo pagamento extraordinário de cerca de 25 milhões de euros relativos a IVA, relacionado com uma transacção interna, efectuado no 1T09 e subsequentemente recuperado no 2T09.

## 5. Telecomunicações

### 5.1. Negócio Móvel

O ano de 2009 continua a registar resultados positivos no nosso negócio móvel, tanto em termos operacionais como financeiros. As iniciativas comerciais implementadas em 2008, bem como os investimentos efectuados em suporte da marca e da melhoria da nossa capacidade de distribuição e serviço ao cliente estão a traduzir-se em bons resultados, nomeadamente em crescimento de todos os segmentos do negócio móvel.

#### 5.1.1. Indicadores Operacionais

| NEG. MÓVEL - INDIC. OPERACIONAIS | 2T08    | 2T09    | Δ 09/08 | 1T09    | Δ T/T | 1S08    | 1S09    | Δ 09/08 |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|-------|---------|---------|---------|
| Clientes (EoP) ('000)            | 2.982,1 | 3.268,7 | 9,6%    | 3.219,8 | 1,5%  | 2.982,1 | 3.268,7 | 9,6%    |
| Novos Clientes ('000)            | 55,2    | 48,9    | -11,4%  | 28,2    | 73,7% | 88,6    | 77,1    | -12,9%  |
| Dados como % Receitas de Serviço | 21,3%   | 27,8%   | 6,5pp   | 27,4%   | 0,4pp | 20,9%   | 27,6%   | 6,7pp   |
| Total #SMS/mês/Cliente           | 57,6    | 48,5    | -15,7%  | 46,4    | 4,5%  | 49,9    | 47,5    | -4,8%   |
| MOU <sup>(1)</sup> (min.)        | 129,1   | 131,3   | 1,7%    | 127,6   | 2,9%  | 123,5   | 129,5   | 4,8%    |
| ARPU <sup>(2)</sup> (euros)      | 16,8    | 14,9    | -11,3%  | 14,9    | 0,1%  | 16,9    | 14,9    | -11,7%  |
| Cliente                          | 13,1    | 12,2    | -6,8%   | 12,1    | 0,8%  | 13,1    | 12,1    | -7,5%   |
| Interligação                     | 3,8     | 2,8     | -27,0%  | 2,8     | -2,9% | 3,8     | 2,8     | -26,1%  |
| ARPM <sup>(3)</sup> (euros)      | 0,13    | 0,11    | -12,8%  | 0,12    | -2,7% | 0,14    | 0,12    | -15,7%  |

(1) Minutos de Utilização por Cliente por mês. Valor relativo ao 1T09 foi actualizado; (2) Receita Média mensal por Utilizador; (3) Receita Média por Minuto;

#### Base de clientes

A nossa base de clientes móvel aumentou 9,6%, registando 3,27 milhões clientes no final do 1S09, em comparação com 2,98 milhões no final do período homólogo em 2008 e 3,22 milhões no final do 1T09. O nível de adições líquidas atingiu aproximadamente 49 mil clientes no final do 2T09, cerca de 74% acima do valor registado no trimestre anterior. Este crescimento estende-se a todos os nossos segmentos móveis, e em particular ao nível da expansão da nossa base de clientes de banda larga móvel.

O peso dos clientes pós-pagos no total da base de clientes continua a crescer, representando, no final do 1S09, cerca de 31% do total dos clientes móveis um aumento de 1,9pp relativamente ao valor registado no 1S08.

No 1S09, a receita média mensal ("ARPU") por cliente móvel era de 14,9 euros, menos cerca de 2 euros relativamente ao mesmo período de 2008, em resultado da combinação do efeito das descidas das receitas de interligação e da receita média por minuto ("ARPM"). O ARPU manteve-se relativamente estável entre o primeiro e o segundo trimestre de 2009.

Do total do ARPU registado no 1S09, 12,1 euros são relativos a receitas de clientes e 2,8 euros dizem respeito a receitas de operadores, em comparação com 13,1 euros e 3,8 euros respectivamente, no 1S08. De notar que a descida de 15,7% no ARPM foi parcialmente compensada pelo aumento de 4,8% nos minutos de utilização por cliente, o que determinou uma redução de 7,5% nos níveis de facturação ao cliente.

#### Utilização de dados

Conseguimos, mais uma vez, manter a nossa posição de liderança em vendas de banda larga móvel no canal de retalho e registámos um crescimento significativo de utilização de dados, nomeadamente através da promoção do nosso produto "Kanguru", baseado em tecnologias HSPA. Depois de completarmos com sucesso os testes desta nova tecnologia, no 1T09, a Optimus tornou-se no primeiro operador a introduzir, no decorrer do 1S09, uma oferta comercial de banda larga móvel com base em tecnologia HSPA+, que permite *downloads* de até 21,6 Mbps e *uploads* de 5,7 Mbps.

O programa governamental ("Iniciativas E") destinado ao desenvolvimento da Sociedade de Informação em Portugal continua a contribuir para a manutenção das elevadas taxas de crescimento da banda larga móvel.

Durante o 1S09, a Optimus foi reconhecida, através de um inquérito levado a cabo pela revista Exame Informática, como o operador que oferece a melhor gama de computadores portáteis no âmbito do programa e-Escolas. A oferta Optimus Kanguru ao abrigo do e-Escolas foi considerada a melhor alternativa dentro do programa, incluindo os melhores *laptops*, o melhor acesso internet móvel e a vantagem exclusiva de entrega imediata em mais de 30 lojas espalhadas pelo país.

As receitas de dados representaram 27,6% das receitas de serviço do 1S09, uma melhoria de 6,7pp relativamente ao 1S08, resultado da nossa aposta na promoção da utilização de serviços de dados e do sucesso das nossas soluções de acesso móvel à Internet de banda larga. Os serviços de dados não relacionados com SMS continuaram a aumentar o seu peso relativo nas receitas de dados, tendo totalizado, neste semestre, aproximadamente 73% do total das receitas de dados, em comparação com apenas 62% no 1S08. De salientar que as receitas dos serviços de dados (excluindo receitas de SMS) continuam a registar um aumento significativo de mais de 50% entre o primeiro semestre de 2009 e 2008.

### Rede de acesso móvel

No 1S09, ainda que a um ritmo mais lento do que no mesmo período de 2008, continuámos a investir na cobertura e capacidade da nossa rede de acesso móvel, através da implementação de novos *sites* para UMTS, da disponibilização acrescida de HSPA na nossa rede 3G e do aumento da capacidade de *backhaul*. O peso do investimento em rede efectuado no último ano deverá permitir à Sonaecom continuar a manutenção da sua posição de liderança em banda larga móvel e a exploração de novas oportunidades de crescimento.

Em consequência do esforço constante de melhoria da nossa rede, a Sonaecom foi por diversas vezes reconhecida por entidades independentes como detentora da melhor rede de telecomunicações em Portugal. Os resultados dos estudos publicados pela Anacom, no 1S09, destinados a avaliar a qualidade do serviço prestado pelos operadores móveis portugueses nas áreas de Lisboa e Porto, nas grandes cidades, principais estradas e vias ferroviárias são prova desse reconhecimento. Estes resultados demonstram a excelência da rede móvel da Sonaecom, quer em termos de 2G como de 3G.

## 5.1.2. Indicadores Financeiros

| Milhões de Euros                                     | 2T08         | 2T09         | Δ 09/08       | 1T09         | Δ T/T        | 1S08         | 1S09         | Δ 09/08       |
|--|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| <b>NEGÓCIO MÓVEL - DEM. RESULTADOS</b>               |              |              |               |              |              |              |              |               |
| <b>Volume de Negócios</b>                            | <b>151,5</b> | <b>152,0</b> | <b>0,3%</b>   | <b>146,8</b> | <b>3,5%</b>  | <b>303,1</b> | <b>298,8</b> | <b>-1,4%</b>  |
| Receitas de Serviço                                  | 144,3        | 140,5        | -2,7%         | 139,3        | 0,8%         | 288,2        | 279,7        | -3,0%         |
| Receitas de Clientes                                 | 112,0        | 115,1        | 2,8%          | 112,8        | 2,1%         | 223,8        | 227,9        | 1,8%          |
| Receitas de Operadores                               | 32,3         | 25,3         | -21,6%        | 26,5         | -4,3%        | 64,5         | 51,8         | -19,6%        |
| Vendas de Equipamento                                | 7,2          | 11,6         | 59,9%         | 7,5          | 53,2%        | 14,8         | 19,1         | 28,7%         |
| <b>Outras Receitas</b>                               | <b>12,5</b>  | <b>8,7</b>   | <b>-30,1%</b> | <b>8,7</b>   | <b>-0,1%</b> | <b>22,7</b>  | <b>17,4</b>  | <b>-23,0%</b> |
| <b>Custos Operacionais</b>                           | <b>132,5</b> | <b>110,7</b> | <b>-16,5%</b> | <b>108,3</b> | <b>2,2%</b>  | <b>258,5</b> | <b>219,0</b> | <b>-15,3%</b> |
| Custos com Pessoal                                   | 13,3         | 12,7         | -4,8%         | 14,0         | -9,1%        | 26,0         | 26,7         | 2,5%          |
| Custos Directos de Serviços Prestados <sup>(1)</sup> | 50,7         | 40,0         | -21,1%        | 43,0         | -7,0%        | 101,2        | 83,0         | -18,0%        |
| Custos Comerciais <sup>(2)</sup>                     | 37,6         | 31,3         | -16,8%        | 24,5         | 27,4%        | 73,7         | 55,8         | -24,3%        |
| Outros Custos Operacionais <sup>(3)</sup>            | 30,9         | 26,7         | -13,7%        | 26,8         | -0,4%        | 57,6         | 53,5         | -7,2%         |
| <b>EBITDAP</b>                                       | <b>31,5</b>  | <b>50,1</b>  | <b>59,2%</b>  | <b>47,2</b>  | <b>6,0%</b>  | <b>67,2</b>  | <b>97,3</b>  | <b>44,7%</b>  |
| Provisões e Perdas de Imparidade                     | 2,5          | 4,9          | 101,1%        | 3,5          | 42,2%        | 5,1          | 8,4          | 65,0%         |
| <b>EBITDA</b>  | <b>29,0</b>  | <b>45,1</b>  | <b>55,6%</b>  | <b>43,8</b>  | <b>3,1%</b>  | <b>62,1</b>  | <b>88,9</b>  | <b>43,1%</b>  |
| Margem EBITDA (%)                                    | 19,1%        | 29,7%        | 10,5pp        | 29,8%        | -0,1pp       | 20,5%        | 29,7%        | 9,2pp         |
| CAPEX Operacional <sup>(4)</sup>                     | 25,1         | 18,0         | -28,3%        | 12,9         | 39,3%        | 50,9         | 30,9         | -39,4%        |
| CAPEX Oper. como % Volume Negócios                   | 16,5%        | 11,8%        | -4,7pp        | 8,8%         | 3pp          | 16,8%        | 10,3%        | -6,5pp        |
| EBITDA - CAPEX Operacional                           | 3,9          | 27,2         | -             | 30,9         | -12,0%       | 11,2         | 58,0         | -             |
| <b>CAPEX Total</b>                                   | <b>117,7</b> | <b>18,1</b>  | <b>-84,6%</b> | <b>13,7</b>  | <b>32,6%</b> | <b>146,4</b> | <b>31,8</b>  | <b>-78,3%</b> |

(1) Custos Directos de Serviços Prestados = Interligação e conteúdos + Circuitos Alugados + Outros Custos de Operação de Rede; (2) Custos Comerciais = Custos das Mercadorias Vendidas + Custos de Marketing e Vendas; (3) Outros Custos Operacionais = Serviços Subcontratados + Despesas Gerais e Administrativas + Outros custos; (4) Capex Operacional exclui Investimentos Financeiros e Provisões para desmantelamento de sites e outros investimentos não operacionais.

## 5.2. Negócio Fixo

Ao longo do 1S09, manteve-se a tendência verificada no ano de 2008, com a pressão competitiva a reflectir-se particularmente no segmento residencial fixo, nos subsegmentos de voz, banda larga e TV. A crescente aceitação de ofertas agregadas pelos clientes, em conjunto com novas promoções oferecidas pelos operadores, contribuiu também para a redução do valor do segmento como um todo. Neste contexto de mercado, focámo-nos em proteger o negócio de acesso directo em banda larga, reduzindo os níveis de *churn*, apostando na fidelização de clientes e reforçando os nossos serviços de IPTV e Home-Video (actualmente com mais de 1.500 títulos disponíveis), ao mesmo tempo que procuramos continuar a melhorar o serviço de apoio ao cliente.

Continuámos ainda a alavancar a nossa rede de acesso fixa através da sua utilização para a prestação de serviços convergentes aos segmentos de *corporate* e PME's, onde a nosso posicionamento estratégico como operador global e integrado é particularmente apelativo para os clientes.

### 5.2.1. Indicadores Operacionais

| NEG. FIXO - INDIC. OPERACIONAIS                   | 2T08           | 2T09           | Δ 09/08       | 1T09           | Δ T/T         | 1S08           | 1S09           | Δ 09/08       |
|---|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|---------------|
| <b>Total de Acessos</b>                           | <b>701.098</b> | <b>528.467</b> | <b>-24,6%</b> | <b>554.486</b> | <b>-4,7%</b>  | <b>701.098</b> | <b>528.467</b> | <b>-24,6%</b> |
| <b>Acessos Directos<sup>(1)</sup></b>             | <b>482.540</b> | <b>432.886</b> | <b>-10,3%</b> | <b>442.085</b> | <b>-2,1%</b>  | <b>482.540</b> | <b>432.886</b> | <b>-10,3%</b> |
| Voz   | 261.116        | 232.258        | -11,1%        | 238.589        | -2,7%         | 261.116        | 232.258        | -11,1%        |
| Internet de Banda Larga                           | 202.228        | 171.256        | -15,3%        | 180.499        | -5,1%         | 202.228        | 171.256        | -15,3%        |
| Outros  | 19.196         | 29.372         | 53,0%         | 22.997         | 27,7%         | 19.196         | 29.372         | 53,0%         |
| <b>Acessos Indirectos</b>                         | <b>218.558</b> | <b>95.581</b>  | <b>-56,3%</b> | <b>112.401</b> | <b>-15,0%</b> | <b>218.558</b> | <b>95.581</b>  | <b>-56,3%</b> |
| Centrais Desagregadas c/ Transmissão              | 174            | 192            | 10,3%         | 186            | 3,2%          | 174            | 192            | 10,3%         |
| Centrais Desagregadas com ADSL2+                  | 166            | 175            | 5,4%          | 173            | 1,2%          | 166            | 175            | 5,4%          |
| Acesso Directo em % Receitas Clientes             | 71,4%          | 77,4%          | 6,1pp         | 77,6%          | -0,2pp        | 68,5%          | 77,5%          | 9pp           |
| Receita Média por Acesso - Retalho <sup>(2)</sup> | 21,1           | 22,3           | 5,7%          | 22,9           | -2,6%         | 21,5           | 22,6           | 5,3%          |

(1) Os número de acessos directos para o período de 3T07 até 3T08 foram ajustados; (2) Excluindo receitas de Mass Calling services e recalculada no 3T08, de acordo com o novo número de acessos.

### Base de Clientes

No final do 1S09, o número total de acessos ascendeu a 528,5 mil, decrescendo 24,6% face ao 1S08, resultado de uma redução de 10,3% nos acessos directos e, principalmente, de uma redução de 56,3% nos acessos indirectos (como consequência do *churn* de clientes de voz em acesso indirecto, tal como esperado). O número de acessos directos representou 81,9% do total de acessos do negócio fixo no final deste semestre, comparativamente com os 68,8% obtidos no 1S08.

Embora a um ritmo mais lento do que nos trimestres anteriores, o nível de activações líquidas de acessos directos foi, no 2T09, mais uma vez negativo (tendo sido perdidos cerca de 9 mil acessos), como resultado das tendências de mercado prevalecentes desde o 2S08, tais como: (i) desaceleração do mercado total de banda larga fixa em Portugal; (ii) expansão limitada do mercado endereçável das nossas ofertas em ULL; e (iii) dada a predominância de promoções destruidoras de valor no mercado, o crescente enfoque na fidelização de clientes e na qualidade do serviço prestado.

A receita média por acesso em retalho aumentou para 22,6 euros, representando uma variação positiva de 5,3% face ao 1S08 devido, essencialmente, ao aumento do peso dos acessos directos da nossa base de clientes.

De notar ainda que a nossa rede fixa assume um papel importante no fornecimento de produtos e serviços convergentes para os segmentos de *corporate* e PME's. Nestes segmentos, o número de acessos e as receitas de clientes registaram um crescimento positivo em relação ao 1S08.

## Serviços

Durante o 1S09, continuámos a reforçar a nossa oferta IPTV, adicionando novos conteúdos, incluindo a introdução de novos canais (por exemplo, Benfica TV, o canal exclusivo KidsCo, SportTV HD e Sci-fi) e apostando particularmente em conteúdos em alta definição (tanto ao nível de canais como de filmes colocados à disposição através da oferta *Home Video*). O Clix TV disponibiliza, actualmente, uma oferta de mais de 110 canais.

Importa também salientar que o Clix demonstrou novamente o seu espírito inovador e papel de liderança na introdução de novos serviços e funcionalidades no mercado nacional de televisão. Após ter sido o primeiro operador a fornecer o serviço IPTV em Portugal, a Clix SmarTV introduziu uma importante novidade no mercado ao colocar à disposição dos clientes a funcionalidade de reiniciar um programa de televisão sem necessidade de qualquer instrução prévia de gravação. A "Restart TV" funciona em qualquer TV box e está disponível gratuitamente nos principais canais das nossas ofertas.

Durante o 2T09, o Clix introduziu uma nova oferta de *video on demand*, concedendo, pela primeira vez em Portugal, aos clientes do videoclube do seu serviço de televisão a oportunidade de acederem, de forma ilimitada, a pacotes de títulos disponíveis para aluguer pagando apenas um valor fixo de subscrição mensal.

## Rede de acesso Fibra

Continuámos a implementação da nossa rede de fibra através da qual a Sonaecom tem, pela primeira vez, a responsabilidade total pela rede utilizada na entrega de serviços fixos ao mercado residencial, dispondo, assim, do controlo sobre a qualidade do serviço prestado ao cliente. A reacção dos clientes que já aderiram ao serviço, alguns milhares no final deste semestre, tem sido extremamente positiva, tanto em termos de experiência de banda larga como de televisão. Por outro lado, estamos também satisfeitos com as vendas de novos serviços a clientes que migraram de ULL para a nossa rede FTTH, um dos factores económicos subjacentes ao projecto de investimento em fibra.

### 5.2.2. Indicadores Financeiros

| Milhões de Euros                                     | 2T08        | 2T09        | Δ 09/08       | 1T09        | Δ T/T        | 1S08         | 1S09         | Δ 09/08       |
|--|-------------|-------------|---------------|-------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| <b>NEGÓCIO FIXO - DEM. RESULTADOS</b>                |             |             |               |             |              |              |              |               |
| <b>Volume de Negócios</b>                            | <b>72,4</b> | <b>60,0</b> | <b>-17,1%</b> | <b>64,3</b> | <b>-6,6%</b> | <b>147,6</b> | <b>124,3</b> | <b>-15,8%</b> |
| Receitas de Serviço                                  | 72,2        | 59,2        | -18,0%        | 63,9        | -7,4%        | 147,2        | 123,1        | -16,4%        |
| Receitas de Clientes                                 | 44,6        | 34,3        | -23,0%        | 37,3        | -8,1%        | 93,4         | 71,7         | -23,2%        |
| Receitas de Acesso Directo                           | 31,8        | 26,6        | -16,4%        | 29,0        | -8,2%        | 64,0         | 55,6         | -13,1%        |
| Receitas de Acesso Indirecto                         | 11,9        | 7,0         | -40,9%        | 7,3         | -4,7%        | 27,4         | 14,4         | -47,6%        |
| Outros   | 0,9         | 0,7         | -18,6%        | 1,0         | -27,4%       | 2,0          | 1,8          | -14,3%        |
| Receitas de Operadores                               | 27,6        | 24,9        | -10,0%        | 26,6        | -6,4%        | 53,8         | 51,4         | -4,5%         |
| Vendas de Equipamento                                | 0,2         | 0,8         | -             | 0,3         | 142,8%       | 0,4          | 1,2          | -             |
| <b>Outras Receitas</b>                               | <b>-0,2</b> | <b>0,5</b>  | <b>-</b>      | <b>0,0</b>  | <b>-</b>     | <b>0,4</b>   | <b>0,5</b>   | <b>11,7%</b>  |
| <b>Custos Operacionais</b>                           | <b>69,4</b> | <b>57,4</b> | <b>-17,2%</b> | <b>61,2</b> | <b>-6,2%</b> | <b>141,4</b> | <b>118,6</b> | <b>-16,1%</b> |
| Custos com Pessoal                                   | 2,4         | 1,2         | -49,9%        | 1,5         | -17,2%       | 5,0          | 2,7          | -46,1%        |
| Custos Directos de Serviços Prestados <sup>(1)</sup> | 49,8        | 36,5        | -26,7%        | 40,5        | -9,8%        | 98,4         | 77,0         | -21,7%        |
| Custos Comerciais <sup>(2)</sup>                     | 4,4         | 6,7         | 51,5%         | 5,8         | 15,9%        | 9,2          | 12,4         | 35,5%         |
| Outros Custos Operacionais <sup>(3)</sup>            | 12,7        | 13,0        | 2,4%          | 13,5        | -3,3%        | 28,8         | 26,5         | -8,0%         |
| <b>EBITDAP</b>                                       | <b>2,8</b>  | <b>3,1</b>  | <b>12,0%</b>  | <b>3,0</b>  | <b>1,6%</b>  | <b>6,6</b>   | <b>6,1</b>   | <b>-7,6%</b>  |
| Provisões e Perdas de Imparidade                     | 1,3         | 2,1         | 62,1%         | 2,4         | -14,5%       | 2,6          | 4,5          | 70,0%         |
| <b>EBITDA</b>  | <b>1,5</b>  | <b>1,0</b>  | <b>-30,6%</b> | <b>0,6</b>  | <b>62,3%</b> | <b>4,0</b>   | <b>1,7</b>   | <b>-58,3%</b> |
| Margem EBITDA (%)                                    | 2,1%        | 1,7%        | -0,3pp        | 1,0%        | 0,7pp        | 2,7%         | 1,3%         | -1,4pp        |
| CAPEX Operacional <sup>(4)</sup>                     | 9,6         | 12,0        | 24,6%         | 7,8         | 53,6%        | 16,3         | 19,7         | 20,8%         |
| CAPEX Oper. em % Volume Negócios                     | 13,3%       | 19,9%       | 6,7pp         | 12,1%       | 7,8pp        | 11,1%        | 15,9%        | 4,8pp         |
| EBITDA - CAPEX Operacional                           | -8,1        | -10,9       | -34,7%        | -7,1        | -52,8%       | -12,3        | -18,1        | -46,5%        |
| <b>CAPEX Total</b>                                   | <b>10,5</b> | <b>12,0</b> | <b>14,1%</b>  | <b>7,8</b>  | <b>53,6%</b> | <b>17,2</b>  | <b>19,7</b>  | <b>14,6%</b>  |

(1) Custos Directos de Serviços Prestados = Interligação e conteúdos + Circuitos Alugados + Outros Custos de Operação de Rede; (2) Custos Comerciais = Custos das Mercadorias Vendidas + Custos de Marketing e Vendas; (3) Outros Custos Operacionais = Serviços Subcontratados + Despesas Gerais e Administrativas + Outros custos; (4) Capex Operacional exclui Investimentos Financeiros e Provisões para desmantelamento de sites e outros investimentos não operacionais.



## 6. Software e Sistemas de Informação (SSI)



Mais uma vez, a SSI gerou bons resultados operacionais e financeiros, registando significativos crescimentos a nível das receitas e rentabilidade. Esta evolução positiva continua a ser impulsionada pelo crescimento e expansão internacional da WeDo Technologies, assim como pela crescente penetração de mercado de todas as outras empresas operacionais: Mainroad (*IT Management*, segurança e continuidade do negócio), Bizdirect (comercialização de soluções multi-marca de equipamento de IT) e Saphety (serviços de automatização de processos de negócio, facturação electrónica e segurança nas transacções B2B).

Durante o 2T09, a WeDo concluiu o processo de aquisição dos activos da Brainware – uma empresa portuguesa de IT focada no sector financeiro – através do qual se transferiram para a WeDo a equipa de consultores, os produtos e a carteira de clientes daquela entidade. Com esta transacção a WeDo visa aumentar a sua presença no sector financeiro.

### 6.1. Indicadores Operacionais

| SSI - INDICADORES OPERACIONAIS                             | 2T08  | 2T09    | Δ 09/08 | 1T09    | Δ T/T | 1S08    | 1S09    | Δ 09/08 |
|--|-------|---------|---------|---------|-------|---------|---------|---------|
| Receitas Serv. IT/Colaboradores <sup>(1)</sup> ('000euros) | 29,7  | 34,5    | 16,1%   | 28,2    | 22,3% | 57,9    | 62,7    | 8,3%    |
| Vendas Equipamento em % Vol. Negócios                      | 46,1% | 62,5%   | 16,4pp  | 61,2%   | 1,3pp | 46,4%   | 61,9%   | 15,4pp  |
| Vendas Equipam./Colaborador <sup>(2)</sup> ('000 euros)    | 975,1 | 1.467,1 | 50,5%   | 1.448,3 | 1,3%  | 1.950,8 | 2.915,9 | 49,5%   |
| EBITDA/Colaborador ('000 euros)                            | 3,0   | 3,6     | 23,3%   | 3,9     | -6,4% | 4,8     | 7,5     | 56,4%   |
| Colaboradores  | 453   | 507     | 11,9%   | 502     | 1,0%  | 453     | 507     | 11,9%   |

1) Excluindo colaboradores dedicados a Vendas de Equipamento; (2) Bizdirect; (3) EBITDA do 2T08 considerado exclui o ganho de 1,4 milhões de euros registado nesse trimestre, relativo ao processo de aquisição da Tecnológica.

Durante o 1S09, as receitas de serviço por colaborador atingiram os 62,7 milhares de euros, um valor 8,3% superior ao registado no 1H08, e as vendas de equipamento por colaborador cresceram mais de 49% face ao ano anterior. Ambos os indicadores demonstram claramente os ganhos de eficiência alcançados pelas empresas SSI. O número total de colaboradores no final do trimestre era de 507, representando um crescimento de 11,9% face ao ano anterior. Este aumento do número de colaboradores é maioritariamente justificado pela necessidade adicional de consultores para suportar o crescimento do nível de actividade das suas subsidiárias e pela crescente internacionalização da WeDo.

A **WeDo** continua a aumentar a sua presença internacional, a reforçar a sua posição de liderança no mercado global de *Revenue Assurance*, a desenvolver o seu portfolio de produtos e a expandir para além da sua tradicional base de clientes de telecomunicações. É importante realçar que, em Maio de 2009, a WeDo promoveu o seu quarto encontro mundial de utilizadores. Durante dois dias, a empresa apresentou a sua nova estratégia baseada no conceito de “business assurance” a mais de 70 especialistas de todo o mundo. Este evento trouxe a Portugal mais de 30 operadores de telecomunicações, entre os quais a Vodafone, a Ufone e a Orascom, que apresentaram os seus exemplos de sucesso na implementação das soluções da WeDo.

Como parte do processo de racionalização da rede internacional de escritórios, a WeDo alterou a localização dos seus escritórios no Brasil devido ao rápido crescimento da equipa nos últimos anos e como forma de promover a consolidação de actividades no mercado local. Actualmente, a WeDo está presente em 12 países diferentes. É de referir que as receitas internacionais representaram mais de 56% do total de receitas do 1S09.

A **Mainroad**, uma empresa líder em soluções de segurança e continuidade do negócio, foi considerada a segunda melhor empresa na categoria de “*Best Risk Mitigation Provider*” no concurso de “*Data Centres Europe Awards 2009*”. Esta distinção, obtida num concurso que incluiu 20 grandes fornecedores de todo o mundo, é uma indicação das capacidades da Mainroad em termos de segurança e continuidade do negócio.

Em Junho de 2009, a **Saphety** (através da sua plataforma BizGov) foi seleccionada pela Agência Nacional de Compras Públicas como uma das quatro empresas que irão fornecer o serviço de plataformas electrónicas para contratação pública. Em linha com as orientações nacionais e da UE, a instalação de plataformas electrónicas ao nível de concursos públicos visa reduzir a burocracia destes processos e, consequentemente, promover a competitividade, a transparência e melhorar as condições de contratação pública.

## 6.2. Indicadores Financeiros

| Milhões de Euros                          | 2T08         | 2T09         | Δ 09/08       | 1T09         | Δ T/T         | 1S08         | 1S09         | Δ 09/08       |
|---|--------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|
| SSI CONSOLIDADO - DEM. RESULTADOS         |              |              |               |              |               |              |              |               |
| <b>Volume de Negócios</b>                 | <b>27,42</b> | <b>42,21</b> | <b>53,9%</b>  | <b>39,92</b> | <b>5,7%</b>   | <b>54,47</b> | <b>82,13</b> | <b>50,8%</b>  |
| Receitas de Serviço                       | 14,79        | 15,84        | 7,1%          | 15,49        | 2,3%          | 29,19        | 31,32        | 7,3%          |
| Vendas de Equipamento                     | 12,64        | 26,37        | 108,7%        | 24,43        | 7,9%          | 25,29        | 50,81        | 100,9%        |
| <b>Outras Receitas</b>                    | <b>1,55</b>  | <b>0,07</b>  | <b>-95,3%</b> | <b>0,25</b>  | <b>-70,4%</b> | <b>1,62</b>  | <b>0,32</b>  | <b>-80,3%</b> |
| <b>Custos operacionais</b>                | <b>26,19</b> | <b>40,43</b> | <b>54,4%</b>  | <b>38,11</b> | <b>6,1%</b>   | <b>52,37</b> | <b>78,54</b> | <b>50,0%</b>  |
| Custos com Pessoal                        | 6,70         | 7,09         | 5,9%          | 7,02         | 1,1%          | 13,64        | 14,11        | 3,4%          |
| Custos Comerciais <sup>(1)</sup>          | 12,68        | 26,36        | 107,9%        | 24,34        | 8,3%          | 25,45        | 50,70        | 99,2%         |
| Outros Custos Operacionais <sup>(2)</sup> | 6,80         | 6,98         | 2,6%          | 6,75         | 3,3%          | 13,27        | 13,73        | 3,5%          |
| <b>EBITDAP</b>                            | <b>2,78</b>  | <b>1,85</b>  | <b>-33,5%</b> | <b>2,06</b>  | <b>-10,3%</b> | <b>3,72</b>  | <b>3,91</b>  | <b>5,2%</b>   |
| Provisões e Perdas de Imparidade          | 0,01         | -0,05        | -             | 0,08         | -             | 0,07         | 0,03         | -55,4%        |
| <b>EBITDA</b>                             | <b>2,78</b>  | <b>1,90</b>  | <b>-31,4%</b> | <b>1,98</b>  | <b>-3,6%</b>  | <b>3,65</b>  | <b>3,88</b>  | <b>6,3%</b>   |
| Margem EBITDA (%)                         | 10,1%        | 4,5%         | -5,6pp        | 4,9%         | -0,4pp        | 6,7%         | 4,7%         | -2pp          |
| CAPEX Operacional <sup>(3)</sup>          | 0,29         | 0,99         | -             | 0,46         | 116,4%        | 0,41         | 1,44         | -             |
| CAPEX Oper. como % Volume Negócios        | 1,0%         | 2,3%         | 1,3pp         | 1,1%         | 1,2pp         | 0,8%         | 1,8%         | 1pp           |
| EBITDA - CAPEX Operacional                | 2,49         | 0,92         | -63,2%        | 1,52         | -39,7%        | 3,24         | 2,44         | -24,7%        |
| CAPEX Total                               | -2,03        | 0,99         | -             | 0,46         | 116,4%        | -2,01        | 1,44         | -             |

(1) Custos Comerciais = Custos das Mercadorias Vendidas + Custos de Marketing e Vendas; (2) Outros Custos Operacionais = Serviços Subcontratados + Despesas Gerais e Administrativas + outros custos; (3) Capex Operacional exclui Investimentos Financeiros e Provisões para desmantelamento de sites e outros investimentos não operacionais.

### Volume de Negócios

No 1S09, o volume de negócios da SSI teve um crescimento significativo de 50,8% face a igual período do ano anterior, alcançando 82,1 milhões de euros. Esta performance é resultado de crescimento quer ao nível das vendas de equipamento de IT, as quais mais do que duplicaram atingindo os 50,8 milhões de euros, quer em receitas de serviço, que cresceram 7,3% devido, essencialmente, ao crescimento de 5,6% das receitas de serviço da WeDo, com particular destaque para o crescimento registado na América Latina. A WeDo continua a representar a maioria (cerca de 68% no 1S09) das receitas de serviço da SSI.

Em termos de evolução trimestral do 1T09 para o 2T09, o crescimento registado nas receitas de serviço (+2,3%) e nas vendas de equipamento (+7,9%) é um indicador positivo da relativa resiliência do negócio SSI face à actual desaceleração económica.

Durante o 1S09, as vendas de equipamentos representaram 61,9% do volume de negócios, um aumento de 15,4pp face ao 1S08, resultado do contributo positivo das vendas de licenças de software e computadores da Bizdirect, em parte justificadas pelo sucesso do programa e-Escolas.

### EBITDA

O EBITDA da SSI foi positivo em 3,9 milhões de euros no 1S09, representando um crescimento de 6,3% face ao ano anterior mas traduzindo uma redução da margem EBITDA de 2pp para os 4,7%. Esta redução é explicada por (i) reconhecimento, durante o 2T08, de um ganho de 1,4 milhões de euros relativos ao fecho do processo de aquisição da Tecnológica pela WeDo; e (ii) pelo aumento do volume de vendas de equipamento que, tipicamente, geram margens mais reduzidas; e não obstante a evolução positiva do EBITDA da Bizdirect e da Saphety. Mais relevante é a evolução do EBITDA e respectiva margem numa base comparável, os quais, no 1S09, cresceram 74,0% e 0,6pp, respectivamente.

Relativamente à evolução da margem EBITDA, a WeDo atingiu 9,7% no 1S09, um crescimento significativo face aos 5% registados no 1S08, mais uma vez, numa base comparável (isto é, excluindo o ganho relativo ao fecho do processo de aquisição da Tecnológica). Este desempenho é resultado da evolução positiva nas receitas, da maior eficiência de custos na gestão da sua presença internacional e pelo desbloqueio de sinergias geradas pelas aquisições efectuadas no final de 2007.

## 7. Online e Media

Durante o 1S09, a nossa unidade de Media foi reorganizada de modo a incorporar também os portais on-line, nomeadamente o Clix.pt e o Miau.pt, um líder na área dos leilões em Portugal, que, juntamente com o Público.pt, são agora geridos de uma forma integrada, com o objectivo de extrair todas as possíveis sinergias entre os negócios e explorar o crescente potencial da nossa posição de liderança no on-line. É de salientar que através da sua estratégia de inovação pioneira no contexto digital, o Público continua a ser um líder claro entre os jornais generalistas Portugueses, ao nível do acesso on-line, uma área que tem vindo a apresentar um crescimento positivo.

Durante o 2T09, o Público recebeu um prémio de prestígio internacional pelo seu design (da organização *Design and Art Direction*), tendo sido a primeira vez que um jornal Português recebeu este prémio. Este é um reconhecimento pela qualidade do design e grafismo do Público.

Também durante o mês de Junho de 2009, os leitores do Público tiveram a possibilidade de aproveitar as vantajosas ofertas exclusivas de diferentes entidades, tais como a Fundação Calouste Gulbenkian, a Fundação de Serralves ou as Pousadas de Portugal. Estas ofertas estavam disponíveis nas edições diárias de Segunda a Quinta-feira, sob o título “Em Junho, o Público vale mais que 1 euro”.

### 7.1. Indicadores Operacionais

| PÚBLICO - INDIC. OPERACIONAIS               | 2T08   | 2T09   | Δ 09/08 | 1T09   | Δ T/T  | 1S08   | 1S09   | Δ 09/08 |
|---|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|---------|
| Circulação Média Mensal Paga <sup>(1)</sup> | 42.055 | 38.198 | -9,2%   | 40.151 | -4,9%  | 42.670 | 39.174 | -8,2%   |
| Quota Mercado de Publicidade (%)            | 13,2%  | 11,9%  | -1,3pp  | 11,9%  | 0pp    | 12,9%  | 11,8%  | -1,2pp  |
| Audiência <sup>(2)</sup> (%)                | 4,5%   | 4,2%   | -0,3pp  | 4,6%   | -0,4pp | 4,3%   | 4,4%   | 0,1pp   |
| Colaboradores                               | 261    | 248    | -5,0%   | 253    | -2,0%  | 261    | 248    | -5,0%   |

(1) Valor estimado, actualizado no trimestre seguinte; (2) Em % da população; Fonte: Bareme Imprensa.

A circulação paga diminuiu cerca de 8,2% em comparação com o 1S08, com uma média de 39.174 jornais vendidos no 1S09. Conforme já mencionado, o mercado da imprensa paga continua a enfrentar desafios competitivos, com o aumento da leitura de jornais on-line e o acréscimo de concorrência dos jornais gratuitos (apesar de, nos últimos meses, estes terem vindo a apresentar um decréscimo significativo de circulação). Até Maio de 2009 (os últimos dados disponíveis), a quota de mercado média do Público (entre os jornais diários generalistas), em termos de circulação paga, atingiu os 10,9%, uma redução de aproximadamente 0.9pp em comparação com o mesmo período de 2008<sup>1</sup>.

Os mais recentes indicadores de audiências continuam a mostrar um ligeiro aumento do número total de leitores, com o Público a atingir no 1S09, cerca de 4,4% do total da população (um aumento de 0,1pp versus 1S08). Também é de realçar que o Público recuperou a terceira posição entre a imprensa diária generalista paga.

No que diz respeito à publicidade, as dinâmicas de mercado deterioraram-se no 1S09, tendo as receitas de publicidade para o segmento dos jornais generalistas diários pagos, até Maio, e em comparação com o mesmo período do ano anterior, diminuído cerca de 14,1%<sup>2</sup>. Como referido no passado, estes valores referem-se ao espaço publicitário calculado a preços de tabela de referência, as quais subestimam as tendências negativas que as pressões competitivas impõem nos descontos. Contrariamente às tendências do mercado durante a maior parte do ano de 2008, é de realçar que no mesmo período, estima-se que as receitas de publicidade dos jornais gratuitos tenham tido uma performance ainda mais negativa (uma redução de cerca de 34% face ao ano transacto).

A quota de mercado do Público no mercado publicitário alcançou os 11,8% no 1S09, uma redução de 1,2pp comparativamente ao 1S08. A deterioração da envolvente macroeconómica está a causar novos cortes nos gastos das empresas durante 2009, com um impacto negativo nos orçamentos de publicidade. Estima-se que as perdas de receitas de publicidade registadas no Público estejam aproximadamente em linha com as perdas dos seus maiores concorrentes.

<sup>1</sup> Fonte: APCT

<sup>2</sup> Fonte: Marktest/Media Monitor

## 7.2. Indicadores Financeiros

| Milhões de Euros                          | 2T08         | 2T09         | Δ 09/08        | 1T09         | Δ T/T         | 1S08         | 1S09         | Δ 09/08       |
|---|--------------|--------------|----------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|
| ONLINE E MEDIA- D.RES. CONSOLIDADOS       |              |              |                |              |               |              |              |               |
| <b>Volume de Negócios</b>                 | <b>9,42</b>  | <b>7,76</b>  | <b>-17,6%</b>  | <b>7,41</b>  | <b>4,7%</b>   | <b>17,23</b> | <b>15,17</b> | <b>-11,9%</b> |
| Vendas de Publicidade <sup>(1)</sup>      | 4,15         | 3,69         | -10,9%         | 3,13         | 17,9%         | 7,31         | 6,83         | -6,5%         |
| Vendas de Jornais                         | 3,04         | 2,89         | -5,0%          | 3,05         | -5,3%         | 6,09         | 5,95         | -2,4%         |
| Vendas de Produtos Associados             | 2,23         | 1,17         | -47,4%         | 1,22         | -4,2%         | 3,83         | 2,40         | -37,5%        |
| <b>Outras Receitas</b>                    | <b>0,04</b>  | <b>0,05</b>  | <b>28,1%</b>   | <b>0,05</b>  | <b>-10,1%</b> | <b>0,10</b>  | <b>0,10</b>  | <b>0,7%</b>   |
| <b>Custos operacionais</b>                | <b>9,78</b>  | <b>8,44</b>  | <b>-13,7%</b>  | <b>8,30</b>  | <b>1,7%</b>   | <b>18,78</b> | <b>16,75</b> | <b>-10,8%</b> |
| Custos com Pessoal                        | 2,98         | 3,13         | 4,9%           | 3,05         | 2,4%          | 5,89         | 6,18         | 5,0%          |
| Custos Comerciais <sup>(2)</sup>          | 3,72         | 2,64         | -28,9%         | 2,44         | 8,3%          | 6,72         | 5,08         | -24,3%        |
| Outros Custos Operacionais <sup>(3)</sup> | 3,08         | 2,67         | -13,3%         | 2,81         | -4,8%         | 6,18         | 5,48         | -11,2%        |
| <b>EBITDAP</b>                            | <b>-0,32</b> | <b>-0,64</b> | <b>-98,0%</b>  | <b>-0,84</b> | <b>24,1%</b>  | <b>-1,45</b> | <b>-1,47</b> | <b>-1,8%</b>  |
| Provisões e Perdas de Imparidade          | 0,04         | 0,13         | -              | 0,07         | 102,4%        | 0,08         | 0,20         | 150,9%        |
| <b>EBITDA</b>                             | <b>-0,36</b> | <b>-0,77</b> | <b>-111,6%</b> | <b>-0,90</b> | <b>14,9%</b>  | <b>-1,53</b> | <b>-1,67</b> | <b>-9,5%</b>  |
| Margem EBITDA (%)                         | -3,9%        | -9,9%        | -6pp           | -12,2%       | 2,3pp         | -8,9%        | -11,0%       | -2,2pp        |
| CAPEX Operacional <sup>(4)</sup>          | 0,60         | 0,18         | -69,0%         | 0,15         | 24,2%         | 0,70         | 0,33         | -52,4%        |
| CAPEX Oper. como % Volume Negócios        | 6,3%         | 2,4%         | -3,9pp         | 2,0%         | 0,4pp         | 4,1%         | 2,2%         | -1,9pp        |
| EBITDA - CAPEX Operacional                | -0,96        | -0,95        | 0,7%           | -1,05        | 9,4%          | -2,23        | -2,01        | 9,9%          |
| CAPEX Total                               | 0,60         | 0,18         | -69,0%         | 0,15         | 24,2%         | 0,70         | 0,33         | -52,4%        |

(1) Inclui conteúdos; (2) Custos Comerciais = Custos das Mercadorias Vendidas + Custos de Marketing e Vendas; (3) Outros Custos Operacionais = Serviços Subcontratados + Despesas Gerais e Administrativas + outros custos; (4) Capex Operacional exclui Investimentos Financeiros e Provisões para desmantelamento de sites e outros investimentos não operacionais.

### Volume de Negócios

Durante o 1S09, o volume de negócios apresentou uma redução de 11,9% para os 15,2 milhões de euros, como reflexo das seguintes tendências nas linhas de receita: (i) uma redução de 2,4% nas vendas de jornal, apesar do aumento de preço de capa no 4T08; (ii) uma evolução negativa nas receitas de publicidade (-6,5%), em consonância com as tendências negativas de mercado; e (iii) uma redução de 37,5% nas receitas de produtos associados, em parte justificada por um diferente mix de produtos associados oferecidos no período. Em relação à evolução do trimestre, existe uma melhoria positiva no 2T09 em receitas de publicidade, aumentando mais do que 17% em relação ao 1T09.

De salientar que o Público aumentou a sua participação na Unipress para 50% no final de 2008. Consequentemente, esta subsidiária, uma gráfica responsável pela impressão do Público, bem como de outros jornais, na zona Norte do país, passou a ser, desde 1 de Janeiro de 2009, proporcionalmente consolidada nas contas do nosso negócio Online e Media.

### EBITDA

No 1S09, a nossa unidade de negócio Online e Media gerou um EBITDA negativo de 1,7 milhões de euros, representando uma redução de 9,5% face ao 1S08. A tendência negativa ao nível das receitas não foi compensada pelos ganhos conseguidos na maior parte das suas linhas de custo, incluindo uma redução de 24,3% nos custos comerciais e uma redução de 11,2% nos outros custos operacionais. Em termos de custos, este desempenho foi conseguido apesar do aumento de 5,0% em custos com pessoal, reflexo do processo de reestruturação em curso.

O Público continuará atento e a explorar oportunidades de extensão da marca, a expandir a sua presença on-line, procurando extrair sinergias entre a versão em papel e a versão on-line, racionalizando, sempre que possível, os seus custos.

## 8. Principais Desenvolvimentos Regulatórios no 2T09

### **Regulamento de *Roaming* da UE**

Foi aprovado pelo Parlamento e Conselho Europeu o novo Regulamento sobre os serviços de *roaming* internacional (Regulamento CE nº 544/009). Este regulamento estende a regulação dos preços dos serviços de voz até 2012, impõe a facturação ao segundo e introduz a regulação dos preços de retalho e grossistas do SMS em *roaming*. Relativamente aos serviços de dados, o novo Regulamento estabeleceu a regulação de preços grossista e prevê a adopção de várias medidas que visam aumentar a visibilidade para os utilizadores dos preços dos serviços.

### **Broadband Wireless Access: Regulamento de leilão**

A Anacom lançou uma consulta pública sobre o regulamento do leilão para atribuição das frequências da banda dos 3400 – 3800 MHz para Broadband Wireless Access (“BWA”).

Em linha com o anunciado pela Anacom em processos de consulta anteriores, o projecto do regulamento do leilão prevê duas fases, sendo que na primeira fase não poderão participar entidades que sejam: (i) titulares de direitos de utilização de frequências na faixa em leilão e/ou frequências para a prestação do serviço móvel terrestre; (ii) designadas como detentoras de poder de mercado significativo no mercado 5 (acesso grossista à banda larga) ou; (iii) mantenham qualquer relação de domínio ou sejam dominadas (directa ou indirectamente) pelas entidades que se enquadrem nos requisitos anteriores.

### **Terminação em redes móveis: improcedência de recurso da TMN**

O Tribunal Administrativo de Lisboa julgou improcedente o pedido apresentado pela TMN para suspensão da eficácia da deliberação do ICP-ANACOM relativa à obrigação de controlo de preços no mercado grossista de terminação de chamadas em redes móveis que contempla a assimetria das tarifas de terminação a favor da Sonaecom (Optimus). Em 2008 o mesmo Tribunal havia já rejeitado pedido idêntico apresentado pela Vodafone.

### **Decreto-lei nº 123/2009, sobre a construção e acesso a infra-estruturas**

No final de Maio de 2009 foi publicado o diploma que define o regime jurídico da construção, do acesso e da instalação de redes e infra-estruturas de comunicações electrónicas.

A par das regras aplicáveis à construção e ampliação de infra-estruturas, este Decreto-Lei vem consagrar a abertura, aos operadores de comunicações electrónicas, de todas as condutas e infra-estruturas detidas pelo Estado e demais entidades da área pública. Refira-se ainda a criação de um Sistema de Informação Centralizado (SIC) que canalizará a informação sobre o cadastro das infra-estruturas detidas pelos operadores de comunicações electrónicas e entidades públicas e estatais.

Neste diploma ficou também consagrado o princípio de que o primeiro operador a aceder ao edifício deve instalar a rede vertical de fibra óptica de forma a poder ser partilhada por outros operadores que terão uma participação no custo. A operacionalização destes princípios deverá ocorrer por portaria a emitir pelo Governo.

## 9. Principais Desenvolvimentos Corporativos no 2T09

### **Assembleia Geral Ordinária**

Na Assembleia Geral Ordinária da sociedade realizada em 17 de Abril de 2009, os accionistas deliberaram aprovar, entre outras, as seguintes propostas:

- 1) Aprovar o Relatório de Gestão, Balanço e Contas, individuais e consolidadas, relativos ao exercício de 2008;
- 2) Aprovar a proposta de aplicação de resultados do exercício de 2008;
- 3) Autorizar o Conselho de Administração a, durante um período de 18 meses e dentro dos limites legais, proceder à aquisição e alienação de acções próprias, nos termos da proposta apresentada por aquele órgão e previamente divulgada;
- 4) Autorizar a aquisição e a detenção de acções da própria sociedade por sociedades dela directa ou indirectamente dependentes, pelo período de 18 meses.

### **Renúncia de Membro do Conselho de Administração**

A 4 de Maio de 2009, Christopher Lawrie apresentou a renúncia ao cargo de membro do Conselho de Administração e CFO da Sonaecom. Tal como oportunamente anunciado pelo Grupo Sonae, Christopher Lawrie assumiu um novo cargo no grupo como CEO da nova unidade de negócio de Imobiliário de Retalho.

### **Aquisição de acções próprias**

Entre os dias 1 e 8 de Abril de 2009, a Sonaecom procedeu à aquisição em bolsa, através da Euronext Lisbon, de um total de 453.248 acções próprias, representativas de aproximadamente 0,12% do seu capital social, para efeitos do Plano de Incentivos de Médio Prazo atribuído aos empregados. O preço médio ponderado destas aquisições foi de 1.55 euros por acção.

No final do 1S09, a Sonaecom era titular de 6.564.202 acções próprias, representativas de aproximadamente 1,79% do seu capital social.

## ADVERTÊNCIAS

Este documento pode conter informações e indicações futuras, baseadas em expectativas actuais ou em opiniões da gestão. Indicações futuras são indicações que não são factos históricos.

Estas indicações futuras estão sujeitas a um conjunto de factores e de incertezas que poderão fazer com que os resultados reais difiram materialmente daqueles mencionados como indicações futuras, incluindo, mas não limitados, a alterações na regulação, do sector das telecomunicações, condições económicas e alterações da concorrência. Indicações futuras podem ser identificados por palavras tais como “acredita”, “espera”, “antecipa”, “projecta”, “pretende”; “procura”, “estima”, “futuro” ou expressões semelhantes.

Embora estas indicações reflectam as nossas expectativas actuais, as quais acreditamos serem razoáveis, os investidores e analistas e, em geral, todos os utilizadores deste documento, são advertidos de que as informações e indicações futuras estão sujeitas a vários riscos e incertezas, muitos dos quais difíceis de antecipar e para além do nosso controlo, e que poderão fazer com que os resultados e os desenvolvimentos difiram materialmente daqueles mencionados em, ou subentendidos, ou projectados pelas informações e indicações futuras. Todos são advertidos a não dar uma inapropriada importância às informações e indicações futuras. Não assumimos nenhuma obrigação de actualizar qualquer informação ou indicação futura.

Relatório disponível no site institucional da Sonaecom  
[www.sonae.com](http://www.sonae.com)

Contactos para os media e investidores

Isabel Borgas  
Responsável pelas Relações Públicas  
[isabel.borgas@sonae.com](mailto:isabel.borgas@sonae.com)  
Tel: +351 93 100 20 20

António Castro  
Responsável pelas Relações com Investidores  
[antonio.gcastro@sonae.com](mailto:antonio.gcastro@sonae.com)  
Tel: +351 93 100 20 99

A Sonaecom SGPS está admitida à negociação na Euronext Stock Exchange. Informação sobre a sociedade pode também ser consultada na Reuters através do símbolo “SNC.LS” e na Bloomberg através do símbolo “SNC:PL”.

**Sonaecom SGPS, SA**  
Rua Henrique Pousão, 432 – 7<sup>º</sup>  
4460-841 Senhora da Hora  
Portugal