

# RESULTADOS 1º SEMESTRE DE 2025

Grupo Média Capital, SGPS, S.A.



Media Capital

Juntos, criamos o futuro



**TVI foi líder de audiências no primeiro semestre de 2025**

**CNN Portugal mantém a liderança há 43 meses consecutivos**

**TVI lidera em 5 meses de 2025 o *ranking* nacional Netaudience**

**18,6% de *share***

Media Capital com quota de relevo no panorama nacional

**€5,8 milhões** de EBITDA ajustado  
EBITDA duplica face ao período homólogo



**€2,7 milhões**

Melhoria do Resultado Líquido face ao período homólogo

**€81,2 milhões**

Rendimentos do Grupo sobem 6%

# 1. Principais factos no primeiro semestre de 2025

No primeiro semestre de 2025, o Grupo Media Capital reforçou a sua posição de liderança no setor dos media em Portugal: **a TVI manteve-se como canal generalista mais visto**, a CNN Portugal consolidou a liderança entre os canais de informação e o V+TVI afirmou-se como proposta complementar no universo pay-tv. No geral, **a Media Capital manteve-se como grupo de media com maior audiência digital**. Também na produção audiovisual, o semestre foi marcado por conteúdos inovadores e parcerias estratégicas, com impacto dentro e fora de Portugal.

A performance financeira acompanhou estes resultados: **os rendimentos operacionais cresceram 6%**, para €81,2 milhões, impulsionados por um aumento de 3% nas receitas de publicidade. Os gastos operacionais mantiveram-se controlados, totalizando €76,2 milhões, o que permitiu ao Grupo alcançar um **EBITDA ajustado de €5,8 milhões, mais €2 milhões face ao mesmo período do ano anterior**. Esta evolução traduz-se num **crescimento de 52% no EBITDA ajustado**. **O Resultado Líquido positivo registou uma melhoria expressiva de €2,7 milhões**, refletindo o aumento da rentabilidade num semestre tradicionalmente condicionado pela sazonalidade do setor.

O *cash flow* operacional atingiu €11,3 milhões, resultado de um incremento de 15% dos recebimentos de clientes.

A dívida líquida cifrou-se em €27,2 milhões, reduzindo 9% face ao período homólogo.



## 2. Resultados Consolidados

Milhares de €	6M 2025	6M 2024	Var %
<b>Total de Rendimentos Operacionais</b>	<b>81 249</b>	<b>76 346</b>	<b>6%</b>
Televisão, Digital e Entretenimento	77 305	71 528	8%
Produção Audiovisual	19 050	20 235	(6%)
Outros	5 587	5 147	9%
Ajustamentos de Consolidação	(20 693)	(20 564)	(1%)
<b>Total de Gastos Operacionais, ex-D&amp;A</b>	<b>76 244</b>	<b>73 914</b>	<b>3%</b>
Gastos com Provisões e Reestruturações	754	1 360	(45%)
<b>EBITDA</b>	<b>5 005</b>	<b>2 432</b>	<b>106%</b>
Margem EBITDA	6,2%	3,2%	3,0pp
<b>EBITDA Ajustado (1)</b>	<b>5 759</b>	<b>3 792</b>	<b>52%</b>
Margem EBITDA s/ Gastos líquidos com Provisões e Reestruturações	7,1%	5,0%	2,1pp
Televisão, Digital e Entretenimento	4 971	3 564	39%
Produção Audiovisual	438	566	(23%)
Outros	418	156	167%
Ajustamentos de Consolidação	( 67)	( 494)	86%
Depreciações e Amortizações	3 396	3 545	(4%)
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>1 609</b>	<b>(1 113)</b>	<b>n.a.</b>
Resultado Financeiro (Líquido)	(1 288)	(1 583)	19%
<b>Resultado Antes de Imposto</b>	<b>321</b>	<b>(2 696)</b>	<b>n.a.</b>
Imposto sobre o Rendimento	( 307)	26	n.a.
<b>Resultado Líquido do Período</b>	<b>14</b>	<b>(2 670)</b>	<b>n.a.</b>

(1) EBITDA Ajustado = EBITDA + Provisões + Indemnizações

No primeiro semestre de 2025, os rendimentos operacionais do Grupo Media Capital atingiram €81,2 milhões, o que representa um crescimento de 6% face ao período homólogo de 2024. Este aumento foi sustentado pelo crescimento de 3% nas receitas de publicidade, bem como por uma evolução positiva dos outros rendimentos operacionais, nomeadamente no segmento de televisão, digital e entretenimento. Os gastos operacionais, excluindo amortizações e depreciações, ascenderam a €76,2 milhões, refletindo um aumento de 3%, associado ao crescimento da atividade e à política de atualização salarial implementada pelo Grupo.

O EBITDA consolidado ajustado foi de €5,8 milhões, representando um aumento de 52% face ao primeiro semestre de 2024, com o EBITDA a registar um aumento de 106% para €5,0 milhões. O resultado operacional (EBIT) atingiu €1,6 milhões, traduzindo uma relevante recuperação face ao valor negativo registado no período homólogo.

A Media Capital registou uma melhoria de €2,7 milhões no Resultado Líquido, reforçando a tendência positiva de recuperação e desempenho sustentável. A dívida líquida fixou-se em €27,2 milhões, o que representa uma redução de €2,6 milhões face ao mesmo período de 2024, mantendo-se em linha com os objetivos estratégicos definidos pelo Grupo. O cash flow operacional atingiu os €11,3 milhões, o que representa uma recuperação muito significativa face ao ano anterior.



### 3. Televisão, Digital e Entretenimento

O segmento Televisão, Digital e Entretenimento abrange a atividade de televisão do Grupo, digital e de entretenimento, incluindo a gestão e a venda de direitos musicais.

Milhares de €	6M 2025	6M 2024	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>77 305</b>	<b>71 528</b>	<b>8%</b>
Publicidade	51 805	50 524	3%
Outros Rendimentos	25 501	21 004	21%
<b>Gastos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>72 978</b>	<b>68 984</b>	<b>6%</b>
Gastos com Provisões e Reestruturações	644	1 020	(37%)
<b>EBITDA</b>	<b>4 327</b>	<b>2 544</b>	<b>70%</b>
Margem EBITDA	5,6%	3,6%	2,0pp
<b>EBITDA Ajustado (1)</b>	<b>4 971</b>	<b>3 564</b>	<b>39%</b>
Margem EBITDA s/ Gastos líquidos com Provisões e Reestruturações	6,4%	5,0%	1,4pp
Depreciações e Amortizações	1 899	2 087	(9%)
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>2 428</b>	<b>457</b>	<b>431%</b>

(1) EBITDA Ajustado = EBITDA + Provisões + Indemnizações



O segmento de Televisão, Digital e Entretenimento viu os seus rendimentos operacionais crescerem 8% face a 2024, com especial destaque para os outros rendimentos operacionais, que aumentaram 21%. As receitas de publicidade subiram 3% no semestre, atingindo €51,8 milhões, impulsionadas pelo desempenho comercial e pelas audiências dos canais. Os gastos operacionais, excluindo amortizações e depreciações, aumentaram 6%, refletindo o crescimento da atividade e a atualização salarial. O EBITDA ajustado atingiu €4,3 milhões, um crescimento de €1,8 milhões face ao período homólogo.

	Total dia ( <i>share %</i> )	Horário nobre ( <i>share %</i> )	
<b>TVI</b> <b>CNN Portugal</b> <b>V+TVI</b> <b>TVI Reality</b>	<b>UNIVERSO</b>	<b>18,6</b>	<b>17,9</b>
	<b>ADULTOS</b>	<b>19,2</b>	<b>18,4</b>
	<b>ABCD 15-54</b>	<b>13,7</b>	<b>14,1</b>

A TVI liderou as audiências em 88 dias do semestre, contra 82 dias do principal concorrente. O grupo de canais somou um share de 19,2% no total do dia e 18,4% no horário nobre. Já a CNN Portugal manteve a sua liderança entre os canais de informação pelo 43.º mês consecutivo. Em junho, alcançou o melhor resultado do ano com um share de 2,5% e mais de 1,8 milhões de espectadores contactados diariamente.

## FICÇÃO

A ficção nacional da TVI manteve a sua força junto do público. “A Fazenda” e “A Protegida” registaram audiências médias de 610 mil e 591 mil espectadores, respetivamente. “Morangos com Açúcar” regressaram com nova temporada no verão, reforçando a aposta em ficção intergeracional.



## ENTRETENIMENTO

A diversidade e qualidade mantiveram-se. “A Sentença” somou 456 mil espectadores por episódio, “StarPark” conquistou 516 mil e o “Big Brother” voltou a liderar os domingos, com média de 695 mil espectadores. O daytime destacou-se com “Dois às 10” (323 mil espectadores) e “Funtástico” (545 mil).



## INFORMAÇÃO

A TVI reforçou a sua relação com o público através do “TVI Jornal” e do “Jornal Nacional”, mantendo a proximidade e o foco na atualidade nacional e internacional.



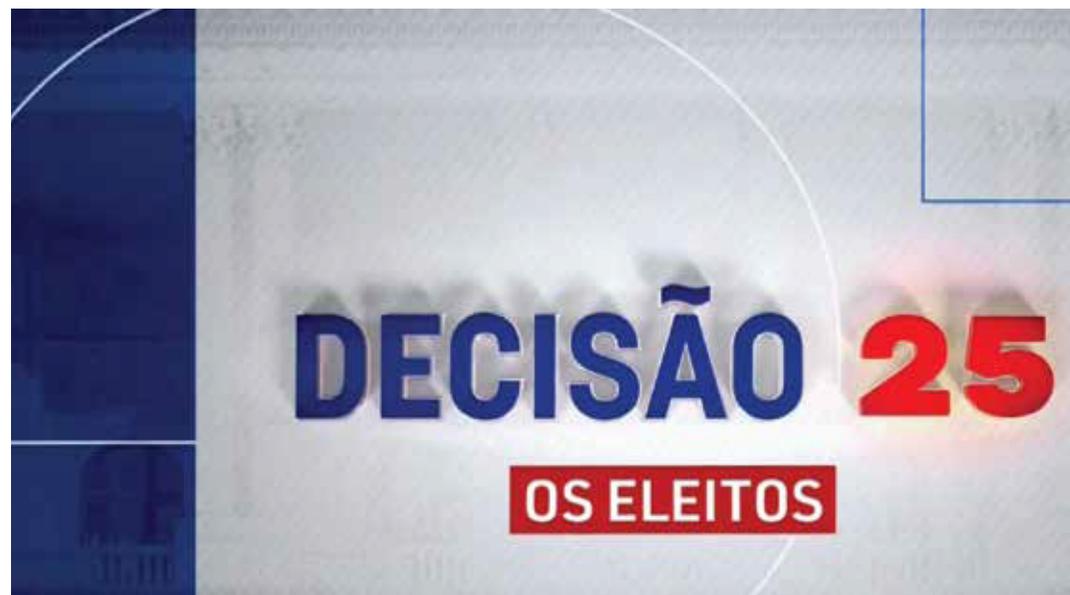
## DESPORTO

O Mundial de Clubes FIFA 2025 foi uma das grandes apostas do semestre. O jogo entre Inter Miami e FC Porto foi o programa mais visto do ano na TVI, com 753 mil espectadores.



## CNN PORTUGAL

Manteve a liderança em todos os dias da semana e em todas as faixas horárias. Em 2025, a CNN Portugal reforçou a sua posição como canal de informação de referência, completando 43 meses consecutivos na liderança. Em junho, alcançou o melhor mês do ano, com uma quota de 2,5% e uma audiência média de 57 mil espectadores. O canal foi contactado diariamente por mais de 1,8 milhões de portugueses. Dos 20 programas de informação mais vistos do semestre, 13 foram da CNN Portugal, com destaque para “Decisão 25 – Os Eleitos”, que atingiu 417 mil espectadores e 7,7% de share.



## V+TVI

O canal V+TVI manteve o seu percurso de consolidação como canal temático generalista. Com uma programação marcada por desporto, entretenimento e ficção, foi contactado diariamente por mais de meio milhão de portugueses. No primeiro semestre de 2025, registou um share de 0,6%, reforçando a proposta de valor do Grupo no universo da televisão por subscrição.



## TVI REALITY

O canal temático TVI Reality reafirmou a sua posição como um dos canais pagos mais relevantes. Com uma programação centrada nos reality shows da TVI, registou um share de 1,1% no semestre, mantendo-se nos primeiros lugares da televisão paga em Portugal.



## DIGITAL

A Media Capital liderou no digital em 5 dos 6 meses do semestre. Lançou uma nova versão da app CNN Portugal, ultrapassando os 150 mil utilizadores únicos mensais. O novo TVI Player foi lançado com tecnologia de base renovada, novas funcionalidades e design melhorado. O canal TVI África foi lançado em formato 100% digital, bem como o relançamento do TVI Ficção como canal FAST. O novo sistema de registo único (IOL) foi implementado em abril. Nas eleições legislativas, as plataformas digitais do Grupo registaram o melhor desempenho de sempre com mais de 3 milhões de páginas vistas.



## PRESENÇA INTERNACIONAL

No primeiro semestre de 2025, o Grupo Media Capital reforçou a presença internacional das suas marcas e conteúdos, com especial incidência na CNN Portugal e na TVI.

Desde junho, a **CNN Portugal** passou a integrar a grelha da POST Telecom, uma das principais operadoras de televisão do **Luxemburgo**, reforçando a sua visibilidade junto das comunidades portuguesas. Paralelamente, a CNN Portugal passou também a estar disponível no Canadá, através da plataforma de streaming Toober, permitindo aos portugueses residentes naquele território acederem, em direto, à informação nacional e internacional.

No mesmo período, os canais **TVI Internacional** e **V+TVI** passaram a integrar a oferta das plataformas **SPT Plus** (EUA) e **Toober** (Canadá), especializadas na distribuição de canais multiculturais.

Ao nível da **exportação de conteúdos**, as vendas internacionais da “Cacau” atingiram um marco histórico, com presença confirmada em **90 países** — um recorde que reforça o crescimento global da marca e a sua relevância no competitivo mercado internacional.

Este feito não só reflete a qualidade e a consistência dos produtos, como também a estratégia bem-sucedida de internacionalização da “Cacau”.

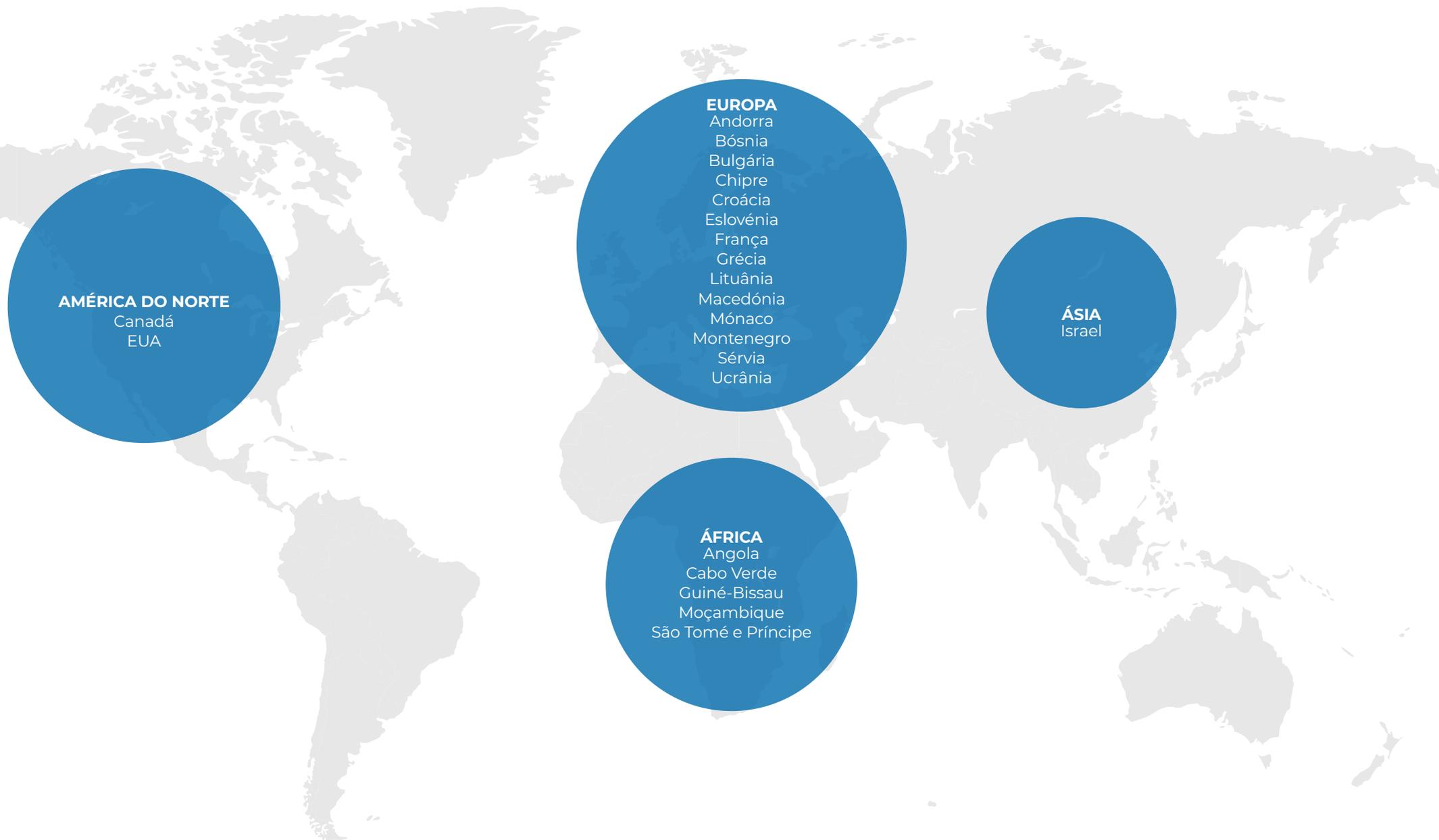
A novela “**A Fazenda**” foi adquirida pelo **Portuguese Channel**, canal dedicado à comunidade portuguesa nos **EUA**.

A Lituânia adquiriu os direitos de “A Herdeira” e da segunda temporada de “Cacau”, a par com Israel e países dos Balcãs (Sérvia, Bulgária, Bósnia, Croácia, Eslovénia e Montenegro). Nestes últimos, após o sucesso da primeira temporada, os canais da região adquiriram a continuação da novela “Amar Demais”. De ressaltar ainda que pela primeira vez, as novelas da TVI chegaram ao mercado israelita, não só com “Cacau”, mas também “A Fazenda”, “A Protegida”, “Ouro Verde” e “Para Sempre”.

Adicionalmente, o formato da novela “**Festa é Festa**” foi vendido a uma produtora na **Grécia**, que desenvolverá uma adaptação local para apresentação às principais estações de televisão daquele país.

Este conjunto de iniciativas reforça a **projeção internacional da ficção da TVI, produzida pela Plural Portugal, bem como a capacidade exportadora do Grupo e a sua estratégia de expansão para novos mercados**, levando conteúdos portugueses a públicos cada vez mais diversificados.

# Venda de conteúdos no 1º semestre de 2025



Nota: Foram igualmente vendidos conteúdos para a Qatar Airways e DROM-COM-POM-TOM (territórios e regiões ligados a França)

## 4. Produção Audiovisual

O primeiro semestre de 2025 consolidou a parceria da Plural com a Prime Video. “A Fazenda” estreou-se em simultâneo na TVI e na plataforma de streaming, reforçando a visibilidade internacional da ficção nacional. A produtora manteve a sua aposta em conteúdos diversificados, com destaque para “Carlitos e Henriqueta”, a nova série “Lisbon Noir” (em pré-produção) e o projeto “Ninguém Como Tu” (em pós-produção). “Morangos com Açúcar – Verão” estreou em junho, dando continuidade à forte presença da marca junto do público jovem.





A EMAV e a EPC desempenharam um papel de destaque nas respetivas áreas de atuação, com a primeira a afirmar-se no aluguer de meios de produção técnica e a segunda a reforçar a sua relevância na conceção e construção de cenários.

Este contexto refletiu-se nos resultados financeiros da Produção Audiovisual, com os rendimentos operacionais a fixarem-se em €19,1 milhões. Os gastos operacionais (excluindo amortizações e depreciações) diminuiriam 6%. O EBITDA ajustado foi de €0,4 milhões, representando uma redução face a 2024 que reflete uma diferença na cadência de produção.

Milhares de €	6M 2025	6M 2024	Var %
<b>Rendimentos Operacionais</b>	<b>19 050</b>	<b>20 235</b>	<b>(6%)</b>
Publicidade	-	-	-
Outros Rendimentos	19 050	20 235	(6%)
<b>Gastos Operacionais, ex D&amp;A</b>	<b>18 714</b>	<b>19 927</b>	<b>(6%)</b>
Gastos com Provisões e Reestruturações	101	258	(61%)
<b>EBITDA</b>	<b>336</b>	<b>308</b>	<b>9%</b>
Margem EBITDA	1,8%	1,5%	0,2pp
<b>EBITDA Ajustado (1)</b>	<b>438</b>	<b>566</b>	<b>(23%)</b>
Margem EBITDA s/ Gastos Líquidos com Provisões e Reestruturações	2,3%	2,8%	(0,5pp)
Depreciações e Amortizações	1 274	1 244	2%
<b>Resultado Operacional (EBIT)</b>	<b>( 938)</b>	<b>( 937)</b>	<b>(0%)</b>

(1) EBITDA Ajustado = EBITDA + Provisões + Indemnizações

## 5. Perspetivas futuras

O primeiro semestre de 2025 reforçou a posição do Grupo Media Capital no panorama audiovisual, confirmando o seu lugar de referência junto do público. Somando esforços e sucessos, no primeiro semestre de 2025 a Media Capital registou um EBITDA acima do previsto nas estimativas para este ano e do assinalado nos exercícios anteriores. Mas sabemos que o setor dos media continua em transformação acelerada e estamos preparados para acompanhar a mudança constante destes tempos.

Para o futuro, a mensagem é clara: queremos manter a liderança da TVI, afirmar o V+TVI como uma alternativa sólida e reforçar a atividade com a Prime Video e outros parceiros internacionais. O sucesso dos primeiros seis meses do ano motiva-nos e desafia-nos a fazer mais e melhor.

O segundo semestre trará novas dinâmicas à televisão portuguesa. O campeonato regressa à emissão em sinal aberto, com a TVI a transmitir os jogos em casa do Moreirense Futebol Clube. As novelas em língua portuguesa vão chegar ainda mais longe, projetando Portugal através de histórias que unem continentes.

O contexto é promissor, como tal o Grupo Media Capital manterá uma gestão rigorosa dos seus custos e investimentos, com o objetivo de alcançar uma melhoria expressiva dos resultados até ao final do ano.

O caminho faz-se com ambição, consistência e visão, e o primeiro semestre mostrou-nos que, quando queremos, chegamos mais longe e superamos expectativas.

Acreditamos, por isso, que o segundo semestre será marcado por novas conquistas, mais inovação e crescimento sustentado.

# RESULTADOS 1º SEMESTRE DE 2025

Grupo Média Capital, SGPS, S.A.



**Media Capital**  
Juntos, criamos o futuro