

RESULTADOS ANUAIS 2025

Grupo Média Capital, SGPS, S.A.



Media Capital

Juntos, criamos o futuro



O conjunto de canais do Grupo foi **líder** da televisão em Portugal.

A TVI reafirmou a **liderança** entre os canais generalistas em Portugal.

A CNN Portugal foi **líder** nos canais de informação.

Grupo Media Capital **liderou** no digital.

O ano 2025 pode assim resumir-se numa palavra - LIDERANÇA

Media Capital reforçou liderança na televisão e no digital e cresceu em receitas e resultados

—● **18,8% de *share***
Canais do Grupo lideraram a televisão em Portugal

—● **Mais de 4 milhões**
de utilizadores únicos mensais no digital

—● **€6,0 milhões**
de resultado líquido ajustado
(+72% vs ano anterior)

—● **€172,4 milhões**
de rendimentos operacionais
(+3% vs ano anterior)

—● **€18,1 milhões**
de EBITDA ajustado
(+8% vs ano anterior)

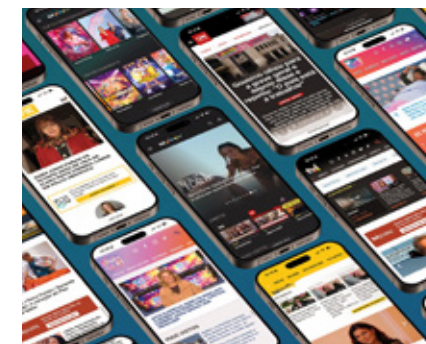
—● PRINCIPAIS FACTOS

A Media Capital encerrou 2025 com **crescimento dos principais indicadores financeiros e reforço da sua posição de liderança no mercado audiovisual e digital português**. Num ano exigente para o setor, o Grupo consolidou a sua presença junto das **audiências**, reforçou a aposta em **conteúdos em direto**, expandiu a presença digital e manteve uma estratégia consistente de **investimento em tecnologia e produção audiovisual**.

O grupo de canais TVI liderou as audiências em Portugal, com **18,8% de share**, enquanto a TVI voltou a ser o canal generalista mais visto, com **14,4% de share**. A CNN Portugal manteve a liderança nos canais de informação, ocupando o primeiro lugar em **304 dos 365 dias do ano**.

Também **no digital a liderança foi clara**. A Media Capital, considerando o conjunto alargado de marcas digitais do Grupo, alcançou uma audiência que ultrapassou **4 milhões de utilizadores únicos**, cerca de metade da audiência digital nacional, com 2,5 mil milhões de *pageviews*, o melhor resultado de sempre.

O ano ficou ainda marcado pelo reforço da presença editorial do Grupo, com a **aquisição do jornal Nascer do Sol**, e pela continuidade da estratégia de **internacionalização e produção para plataformas de streaming**.



● DESEMPENHO FINANCEIRO

Os rendimentos operacionais ajustados atingiram €172,4 milhões, um crescimento de 3% face a 2024, impulsionado sobretudo pela publicidade, cujas receitas cresceram 6%.

O EBITDA ajustado aumentou 8% para €18,1 milhões, com contributo positivo de todos os segmentos de negócio. O resultado líquido ajustado atingiu €6 milhões, mais 72% do que no ano anterior.

O *cash-flow* operacional cresceu 42%, permitindo reduzir a dívida líquida para €28,7 milhões, mantendo uma trajetória consistente de reforço da posição financeira do Grupo, patente nos principais rácios financeiros.

	Autonomia Financeira	Net Debt/EBITDA
Rácios	50%	1,59x

A.F.= Capital Próprio/Total do Ativo

N.D./EBITDA= Dívida Líquida/EBITDA ajustado

Em paralelo, a Media Capital manteve o investimento na modernização tecnológica e no crescimento do negócio, com um **CAPEX de €10,8 milhões**, direcionado sobretudo para digitalização, infraestrutura tecnológica e novas soluções de inteligência artificial.

Em linha com a sua política de remuneração aos acionistas, o Grupo distribuiu **€3,5 milhões em dividendos**.

DESEMPENHO FINANCEIRO

Milhares de €	2025	2024	Var %
Total de Rendimentos Operacionais	172 362	176 944	(3%)
Televisão, Digital e Entretenimento	160 616	150 063	7%
Produção Audiovisual	42 145	46 864	(10%)
Outros	11 595	20 633	(44%)
Ajustamentos de Consolidação	(41 994)	(40 616)	(3%)
Total de Rendimentos Operacionais com ajustamentos não recorrentes	172 362	166 944	3%
Total de Gastos Operacionais, ex-D&A	158 180	154 278	3%
Gastos com Provisões, ajustamentos não recorrentes e Reestruturações	3 902	4 063	(4%)
Total de Gastos Operacionais, excl. D&A, Provisões, ajustamentos não recorrentes e Reestruturações	154 277	150 215	3%
EBITDA	14 182	22 666	(37%)
Margem EBITDA	8,2%	12,8%	(4,6pp)
EBITDA Ajustado (1)	18 085	16 729	8%
Margem EBITDA s/ Gastos líquidos com Provisões, ajustamentos não recorrentes e Reestruturações	10,5%	10,0%	0,5pp
Televisão, Digital e Entretenimento	14 914	14 018	6%
Produção Audiovisual	3 119	2 563	22%
Outros	271	1 042	(74%)
Ajustamentos de Consolidação	(219)	(893)	76%
Depreciações e Amortizações	7 522	7 336	3%
Resultado Operacional (EBIT) com ajustamentos não recorrentes	9 645	7 636	26%
Resultado Financeiro (Líquido)	(2 446)	(2 991)	18%
Resultado Antes de Imposto com ajustamentos não recorrentes	7 199	4 646	55%
Imposto sobre o Rendimento	(1 157)	(1 126)	(3%)
Resultado Líquido de Operações em Continuação com ajustamentos não recorrentes	6 042	3 519	72%
Interesses sem Controlo	6	-	-
Resultado Líquido	3 706	9 260	(60%)
Resultado Líquido do Período com ajustamentos não recorrentes	6 049	3 519	72%

(1) EBITDA Ajustado = EBITDA + Provisões + Ajustamentos não recorrentes + Indemnizações

● TELEVISÃO, DIGITAL E ENTRETENIMENTO

Liderança sustentada em conteúdos fortes e eventos em direto

A TVI voltou a ser a estação preferida dos portugueses, liderando o mercado em 190 dias do ano. A estratégia editorial assentou na combinação de **ficção nacional, grandes formatos de entretenimento, informação forte e eventos desportivos em direto.**



	Total dia (<i>share %</i>)	Horário nobre (<i>share %</i>)	
Grupo de Canais TVI	UNIVERSO	18,8	18,3
	ADULTOS	19,4	18,7
	ABCD 15-54	14,0	14,6

—● ENTRETENIMENTO

O entretenimento manteve um papel central na programação da TVI em 2025, com formatos capazes de mobilizar audiências em diferentes horários. Os *reality shows* continuaram a afirmar-se como pilares da grelha: **Secret Story** destacou-se nos serões de domingo e **Big Brother** manteve a liderança na sua faixa horária.

A oferta de entretenimento incluiu ainda formatos como **A Sentença**, **Funtástico**, **Momento Certo**, **Ora Bolas!**, **StarPark** e **Congela**, consolidando a presença da estação em diferentes períodos do dia.

Eventos especiais como a **Gala dos 32 anos da TVI** ou a emissão solidária **Há Festa no Hospital**, que reuniu 1,8 milhões de espectadores, demonstraram a capacidade do canal para gerar momentos televisivos de grande impacto.



—● FICÇÃO

A ficção nacional combinou, em 2025, novas produções com o regresso de títulos marcantes da história da estação.

Entre as novelas destacaram-se **Terra Forte**, **A Fazenda** e **A Protegida**, enquanto **Festa é Festa**, uma das produções mais marcantes da ficção portuguesa recente, encerrou o seu ciclo com forte ligação ao público.

A aposta estendeu-se também a séries, minisséries e formatos de comédia, reforçando a diversidade da oferta de ficção nacional. Produções como **Mulheres, às Armas!**, **O Arquiteto**, **Vai Direto**, **Carlitos** e **Henriqueta e Vizinhos para Sempre** evidenciaram a capacidade da estação para explorar diferentes géneros narrativos e valorizar a produção nacional.



—● INFORMAÇÃO

A informação manteve-se como um dos pilares da estratégia editorial da TVI, com audiências consistentes e uma cobertura abrangente dos principais acontecimentos políticos e sociais.

O Jornal Nacional registou uma média de **710 mil espectadores**, liderando o seu horário nos últimos três meses do ano, enquanto o **TVI Jornal** superou os **500 mil espectadores em média**.

O ano ficou marcado pela cobertura de momentos políticos decisivos, incluindo as **Eleições Legislativas e Autárquicas**, bem como pelos **debates para as Presidenciais de 2026**, entre os quais o mais visto em sinal aberto, com **1,1 milhões de espectadores**.



—● DESPORTO

O desporto voltou a assumir um papel relevante na programação da TVI, reforçando a capacidade da estação para gerar grandes audiências.

Entre os destaques estiveram o **Mundial de Clubes FIFA**, os **Desafios Betano** e a final da **Liga dos Campeões feminina**.

Os maiores picos de audiência vieram do futebol. A pré-eliminatória da Champions League entre Benfica e Nice superou **1,5 milhões de espectadores**, tal como o encontro Moreirense – FC Porto, que se tornou o **programa mais visto da TVI em 2025**.

O ano de 2025 mostrou a aposta certa no regresso do futebol português à televisão em sinal aberto, com os jogos do Moreirense a contribuírem para a geração de receita.



—● CNN PORTUGAL

A CNN Portugal consolidou a liderança na informação na TV paga, posição que ocupa desde o início das suas emissões.

O canal foi líder em **304 dos 365 dias do ano**, reunindo cerca de **1,9 milhões de contactos diários com espectadores** e registando um **share médio de 2,5%**.

Ao longo do ano, destacou-se pela cobertura intensiva de acontecimentos nacionais e internacionais de grande impacto, reforçando o seu posicionamento como canal de referência na atualidade política e internacional.



—● V+TVI

O **V+TVI** consolidou o seu posicionamento como canal complementar no portefólio da Media Capital, registando uma quota média de **0,6%**. A programação combinou conteúdos reconhecidos pelo público com formatos de atualidade e proximidade, reforçando a lógica de complementaridade editorial entre os canais do Grupo.



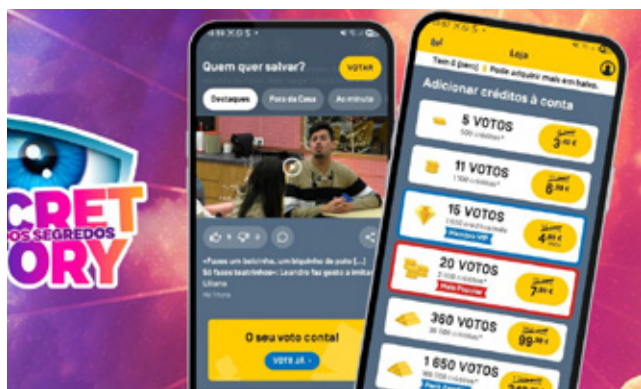
—● TVI REALITY

O **TVI Reality** manteve-se entre os canais mais vistos da televisão paga em Portugal, com **1,3% de share**, consolidando a sua posição no segmento de entretenimento e *reality shows*.



—● DIGITAL

O digital afirmou-se como um dos principais motores de crescimento da Media Capital em 2025. A TVI manteve a liderança no *ranking NetAudience*, com mais de **3 milhões de utilizadores únicos mensais** nas marcas TVI, TVI Player, CNN Portugal e SELFIE. Considerando o universo alargado de marcas digitais do Grupo, a audiência ultrapassou **4 milhões de utilizadores únicos**, cerca de metade da audiência digital nacional. No total do ano, as propriedades digitais da Media Capital superaram 2,5 mil milhões de *pageviews*, um crescimento de 18% face ao ano anterior e o melhor resultado de sempre neste indicador: **maior alcance de sempre**.



DESEMPENHO FINANCEIRO

Milhares de €	2025	2024	Var %
Rendimentos Operacionais	160 616	150 063	7%
Publicidade	111 320	105 490	6%
Outros Rendimentos	49 296	44 574	11%
Gastos Operacionais, ex D&A	149 301	137 263	9%
Gastos com Provisões, ajustamentos não recorrentes e Reestruturações	3 600	1 218	196%
Total de Gastos Operacionais, excl. D&A, Provisões, ajustamentos não recorrentes e Reestruturações	145 702	136 045	7%
EBITDA	11 314	12 800	(12%)
Margem EBITDA	7,0%	8,5%	(1,5pp)
EBITDA Ajustado (1)	14 914	14 018	6%
Margem EBITDA s/ Gastos líquidos com Provisões, ajustamentos não recorrentes e Reestruturações	9,3%	9,3%	(0,1pp)
Depreciações e Amortizações	4 127	4 214	(2%)
Resultado Operacional (EBIT) com ajustamentos não recorrentes	10 172	8 586	18%

(1) EBITDA Ajustado = EBITDA + Provisões + Ajustamentos não recorrentes + Indemnizações

O segmento de Televisão, Digital e Entretenimento registou um crescimento de **7%** nos rendimentos operacionais totais face a 2024, impulsionado sobretudo pelo aumento das receitas publicitárias e de outras fontes, como cedência de sinal e venda de conteúdos.

As receitas de publicidade cresceram **6%**, atingindo **€111,3 milhões**, apoiadas pelo investimento em televisão em sinal aberto e pelo desempenho dos canais de cabo, com destaque para a CNN Portugal. Apesar do aumento de **7%** nos gastos operacionais, o EBITDA ajustado subiu **6%**, alcançando **€14,9 milhões**, refletindo uma gestão orientada para a rentabilidade.

—● PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Um eixo estratégico de criação e internacionalização de conteúdos

A produção audiovisual manteve-se em 2025 como um dos pilares estratégicos da Media Capital, reforçando a capacidade do Grupo para criar, produzir e exportar conteúdos para televisão e plataformas de *streaming*. A atividade deste segmento do Grupo consolidou um modelo integrado que combina criatividade, capacidade produtiva e inovação tecnológica.

Num mercado cada vez mais competitivo e global, a Media Capital continuou a afirmar-se como um dos principais polos de produção audiovisual em Portugal, desenvolvendo conteúdos para televisão generalista, plataformas digitais e mercados internacionais. A parceria com a **Amazon Prime Video**, bem como o desenvolvimento de novas produções de ficção e projetos técnicos de grande escala, reforçaram a projeção internacional da produção portuguesa.



—● PRODUÇÃO AUDIOVISUAL



A **Plural Entertainment** manteve em 2025 uma forte dinâmica de produção, reforçando a sua posição como uma das principais produtoras de ficção televisiva em Portugal. Entre os projetos em destaque estiveram as novelas **A Fazenda**, **A Protegida** e **Terra Forte**, esta última com gravações em Portugal, Brasil e Açores e integrada na parceria com a Amazon Prime Video.

O ano ficou também marcado pelo desenvolvimento de novas produções, como **Amor à Prova**, com um formato mais compacto alinhado com tendências internacionais, e pela série histórica **N.º 2513 – O Número que Deu Voz às Mulheres**, que recorreu à tecnologia de produção virtual.

—● PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Em 2025, o grupo Plural reforçou a sua aposta na produção de ficção *premium*, desenvolvendo conteúdos com forte identidade estética e vocação internacional. Entre os projetos em destaque esteve a série **Lisbon Noir**, um *thriller* rodado em Portugal e Espanha, e a estreia de **Ninguém Como Tu**, que registou boa adesão junto do público da TVI e da Amazon Prime Video.



● PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

A **EMAV** consolidou o seu modelo de gestão integrada de operações e meios técnicos do Grupo Media Capital, reforçando a capacidade produtiva e operacional da organização. Em 2025, aumentou o volume de produção interna assegurada a partir do Porto, consolidando a descentralização das operações e contribuindo para maior eficiência na gestão de recursos técnicos e humanos. Para além da evolução natural em meios técnicos e humanos e na capacidade de resposta como na inovação dos recursos utilizados, a EMAV tem percorrido o caminho para se colocar na vanguarda das soluções do mercado. 2025 representou um salto significativo quer na evolução das unidades móveis, na eficiência energética e nas metodologias de captação, transmissão e produção remota. Por último, avançou com um investimento estruturante em sistemas de produção virtual e multimédia, alargando possibilidades criativas e técnicas.



—● PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

A **EPC**, empresa de cenografia do Grupo Media Capital, reforçou a sua presença no mercado nacional e internacional, participando em projetos televisivos, eventos e exposições. Entre os destaques estiveram o **NOS Alive**, o evento **Turismo de Macau** e a **CNN Portugal International Summit**.

No plano internacional, a empresa foi responsável pela construção de dois estúdios de televisão para a **estação Al Arabiya**, na Arábia Saudita, um projeto de elevada exigência técnica que reforçou a sua estratégia de expansão.



DESEMPENHO FINANCEIRO

Milhares de €	2025	2024	Var %
Rendimentos Operacionais	42 145	46 864	(10%)
Publicidade	-	-	-
Outros Rendimentos	42 145	46 864	(10%)
Gastos Operacionais, ex D&A	39 273	44 747	(12%)
Gastos com Provisões, ajustamentos não recorrentes e Reestruturações	247	446	(45%)
Total de Gastos Operacionais, excl. D&A, Provisões, ajustamentos não recorrentes e Reestruturações	39 027	44 302	(12%)
EBITDA	2 872	2 117	36%
Margem EBITDA	6,8%	4,5%	2,3pp
EBITDA Ajustado (1)	3 119	2 563	22%
Margem EBITDA s/ Gastos líquidos com Provisões, ajustamentos não recorrentes e Reestruturações	7,4%	5,5%	1,9pp
Depreciações e Amortizações	2 931	2 669	10%
Resultado Operacional (EBIT) com ajustamentos não recorrentes	(59)	(552)	89%

(1) EBITDA Ajustado = EBITDA + Provisões + Ajustamentos não recorrentes + Indemnizações

A atividade financeira refletiu o ritmo das produções associadas à Amazon Prime Video, tendo os rendimentos operacionais atingido **€42,1 milhões**, menos **10%** do que em 2024 devido à calendarização e volume de entregas.

Os custos operacionais diminuíram **12%**, para **€39,0 milhões**, refletindo ganhos de eficiência, consolidação de *know-how* e otimização de processos produtivos.

Apesar da redução de receitas, o EBITDA ajustado cresceu **22%**, para **€3,1 milhões**, evidenciando maior eficiência operacional e reforço do contributo estratégico da Produção Audiovisual para o Grupo.

—● PERSPETIVAS FUTURAS

Num contexto macroeconómico que aponta para crescimento moderado da economia portuguesa, a Media Capital encara 2026 com foco na consolidação da liderança, no reforço da presença internacional e no desenvolvimento de conteúdos diferenciadores.

O Grupo continuará a apostar em **grandes produções de ficção, formatos de entretenimento de grande impacto e expansão digital**, bem como na continuidade da parceria com a **Amazon Prime Video** e no reforço de colaborações com plataformas de *streaming*.

Será dada continuidade à **digitalização do arquivo**, um projeto que permitirá disponibilizar ao público um vasto património histórico de conteúdos televisivos.

O Grupo Media Capital adquiriu a empresa Inevitável & Fundamental, proprietária das marcas **Polígrafo e Viral**, alargando assim o seu perímetro de atuação editorial à área do «*fact-checking*»

Com a confiança das audiências, a força das suas marcas e a ambição das suas equipas, a Media Capital encara 2026 preparada para continuar a crescer, inovar e liderar.

—● PERSPETIVAS FUTURAS

EM 2026 NASCE A MARCA TVI POR SI

Em 2025, a Media Capital estruturou o projeto **TVI Por Si**, uma marca agregadora de responsabilidade social corporativa, cujo lançamento formal ocorreu em fevereiro de 2026.

A iniciativa organiza e dá maior visibilidade às diversas ações de impacto social que o Grupo desenvolve há décadas, reunindo num mesmo enquadramento estratégico campanhas solidárias, iniciativas culturais e projetos de apoio à comunidade.



RESULTADOS ANUAIS 2025

Grupo Média Capital, SGPS, S.A.



Media Capital
Juntos, criamos o futuro