



Apresentação de Resultados

Primeiros nove meses de 2009

17 Novembro 2009

Aviso importante



O presente comunicado contém objectivos acerca de eventos futuros, de acordo com o U.S. Private Securities Litigation Reform Act de 1995. Tais objectivos não constituem factos ocorridos no passado, reflectindo apenas expectativas da gestão da empresa. Os termos “antecipa”, “acredita”, “estima”, “espera”, “prevê”, “pretende”, “planeia”, e outros termos similares, visam identificar tais objectivos, os quais obviamente envolvem riscos ou incertezas, previstos ou não pela empresa. Os resultados futuros da actividade da empresa podem portanto diferir das actuais aspirações. Os objectivos contidos neste documento traduzem a opinião unicamente na data em que são definidos, não se obrigando a empresa a actualizá-los à luz de novas informações ou desenvolvimentos futuros.



Destaques 9M09

Desempenho Operacional

Desempenho Financeiro

Destaques do trimestre



Rede fixa	<p>Recuperação sustentada e aceleração do crescimento nas RGU's, com desaceleração de perdas de linhas em resultado do sucesso do serviço de TV por subscrição ("Meo")</p> <p>Crescimento das receitas de retalho e margem bruta da rede fixa estável apesar do Meo ainda não ter atingido massa crítica</p>
Móvel Portugal	<p>Forte crescimento dos serviços de dados sustenta o crescimento das receitas de cliente</p> <p>Rigoroso controlo de custos sustenta um sólido desempenho da margem</p>
Vivo	<p>Liderança em clientes, receitas e rentabilidade</p> <p>Potencial para aumento da penetração da voz e crescimento significativo nos dados</p>
Consolidado	<p>Crescimento da receita e EBITDA penalizado pelas MTR's e taxas de câmbio, mas excluindo estes efeitos as receitas e EBITDA cresceram 3,4% e 3,0% repectivamente</p> <p>Sólida situação financeira e de financiamento</p>

Resultados 9M09 : crescimento subjacente



Destaques financeiros

Milhões de euros

	9M09	Δ% y.o.y	Crescimento pro-forma (*)
Receitas operacionais	4.973	-1,0%	+3,4%
Contribuição de activos internacionais (pct)	50,7	+0,6pp	
EBITDA	1.854	-0,7%	+3,0%
Margem EBITDA	37,3%	+0,1pp	
Resultado líquido	372	-14,2%	
Capex	813	+17,7%	
Dívida líquida	6.085	+2,7%	
Desempenho do fundo de pensões (pct)	12,2		

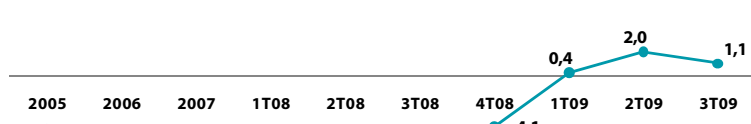
* Excluindo efeitos da consolidação da Telemig, da redução ocorrida nas tarifas de terminação móvel(MTR's) e assumindo uma taxa de câmbio constante

Resultados 9M09 : desempenho resiliente



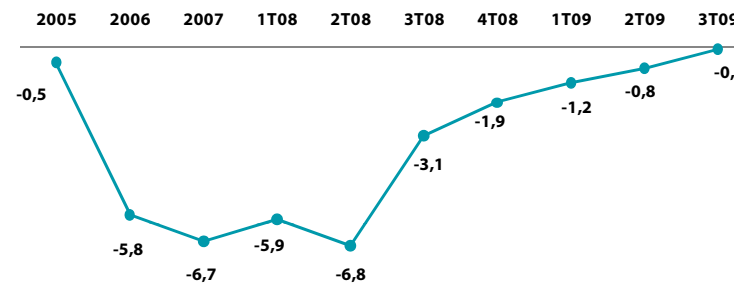
Rede Fixa – receitas de retalho

Pct, y.o.y



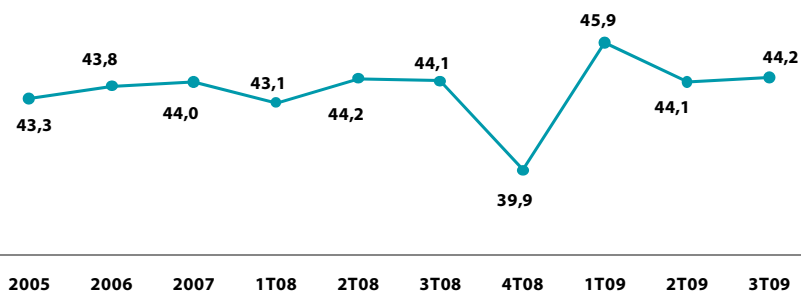
Rede Fixa – margem bruta

Pct, y.o.y



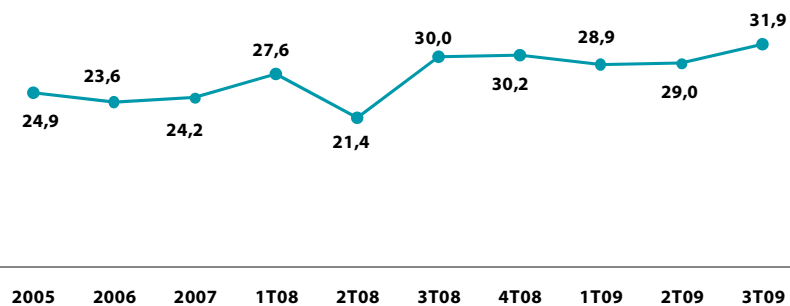
TMN – margem EBITDA

Pct



Vivo – margem EBITDA

Pct, (100%, Real, IFRS)



Resultados 9M09: crescimento sustentado



Destaques operacionais

Milhares de clientes

	9M09	Δ% y.o.y	3T09 Adições liq.
Clientes totais*	68.091	+2,8%	+2.574
Acessos de retalho da rede fixa (RGUs)	4.080	+8,4%	+79
Clientes ADSL de retalho	812	+19,6%	+32
Clientes de TV por subscrição	505	+138,9%	+62
Clientes TMN	7.084	+5,2%	+104
Dados em % das receitas de serviço (Pct)	21,8	+2,2pp	
Clientes Vivo	48.847	+15,5%	+2.028
Dados em % das receitas de serviço (Pct)	12,7	+2,5pp	
Clientes de outros activos internacionais* (milhões)	8,0	+30,0%	+362

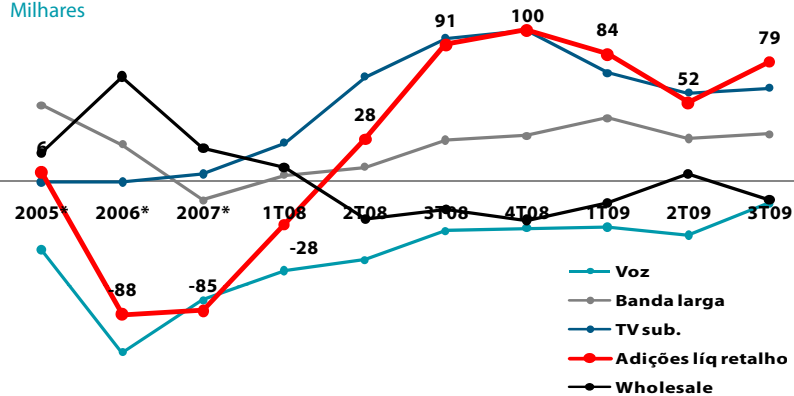
* Excluindo Médi Télécom

Resultados 9M09 : crescimento sustentado em clientes de retalho e decréscimo em acessos grossistas



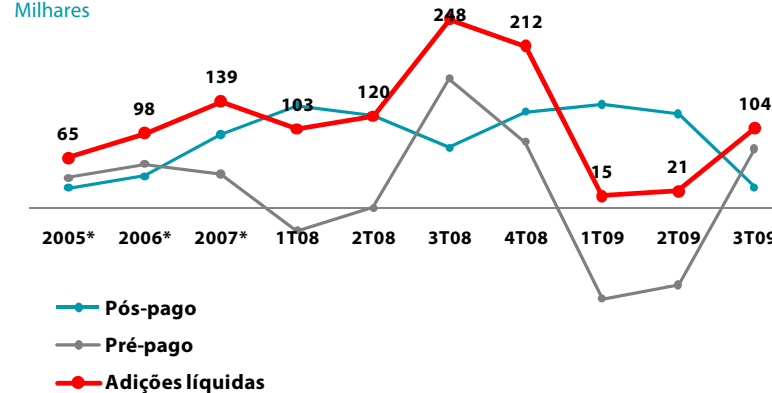
Rede Fixa – adições líquidas

Milhares



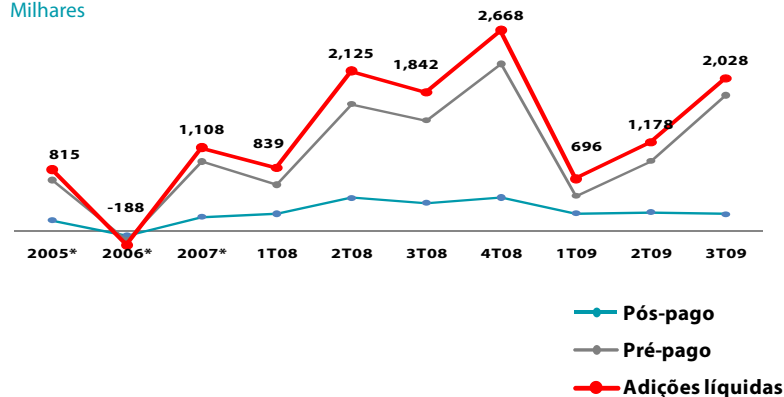
TMN – adições líquidas

Milhares



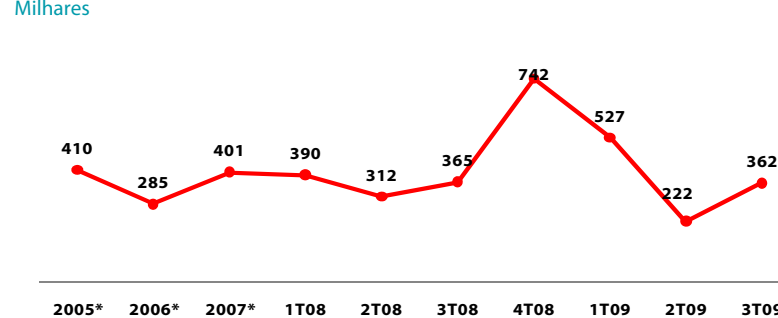
Vivo – adições líquidas

Milhares



Internacional ex-Vivo – adições líquidas

Milhares



*Média trimestral



Destaques 9M09

Desempenho Operacional

Desempenho Financeiro

Estratégia concentrada em três geografias: Portugal, Brasil e África



Antecipar as tendências no mercado doméstico e aumentar a share of wallet

Maior coordenação e aceleração do crescimento e rentabilidade das operações internacionais

Residencial

TV / 3P



Pessoal

Dados móveis



PME's

Convergência



Empresarial

Soluções TI



Partilha das melhores práticas

Brasil

Eficiência operacional
consolidação da inflexão



África

Oportunidades de crescimento



Meo: um serviço de TV inovador



Conteúdos

Oferta à medida
Canais variados, VoD com 2.000 títulos



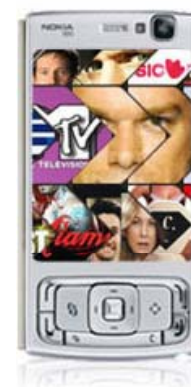
Funcionalidades

Nova experiência de televisão
personalizada, interactiva



Multiplataforma e QoS

TV em qualquer lugar
Maior rede de distribuição e de suporte



Comunicação e qualidade de serviço



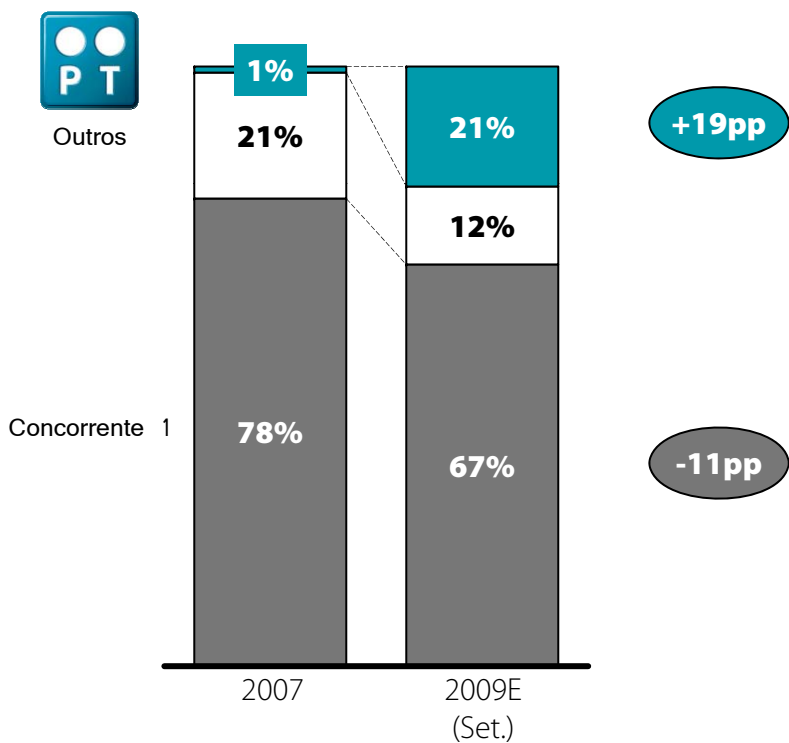
Comunicação disruptiva
Níveis elevados de recordação



Crescimento elevado da quota de mercado

Televisão por subscrição quota de mercado

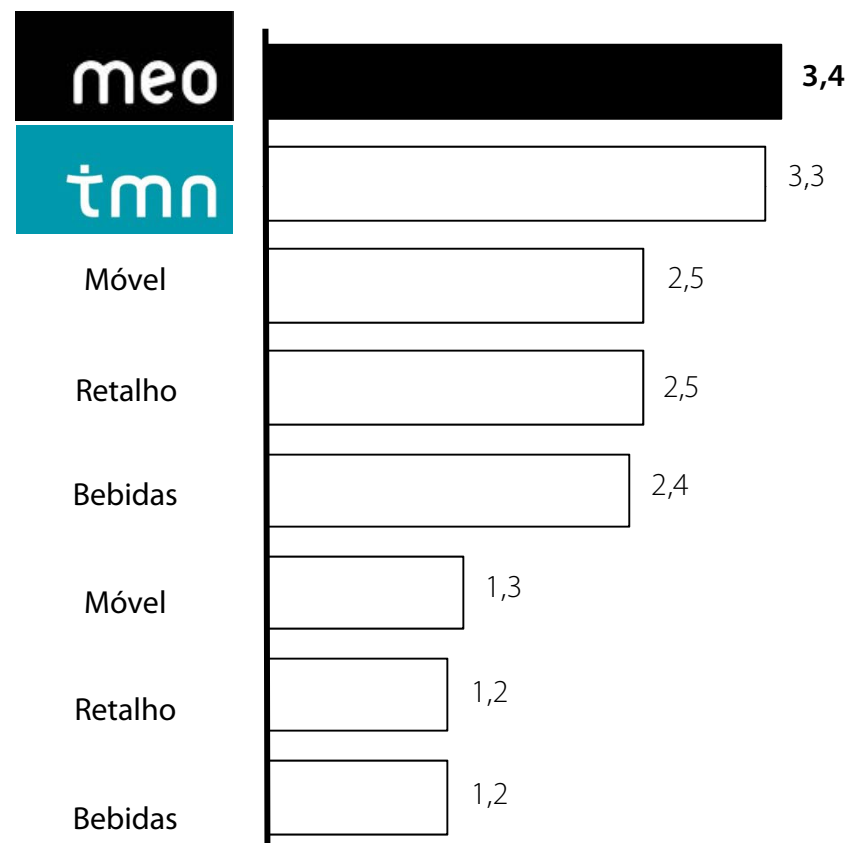
○ Crescimento da quota de mercado



A marca mais reconhecida em Portugal

Lembrança de um anúncio genérico

Valores médios até 16 Outubro

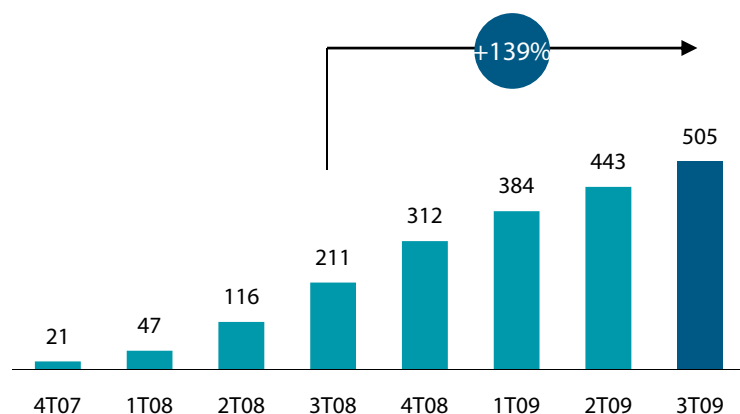


Meo: uma alavanca fundamental na inversão da tendência na rede fixa



Clientes Meo

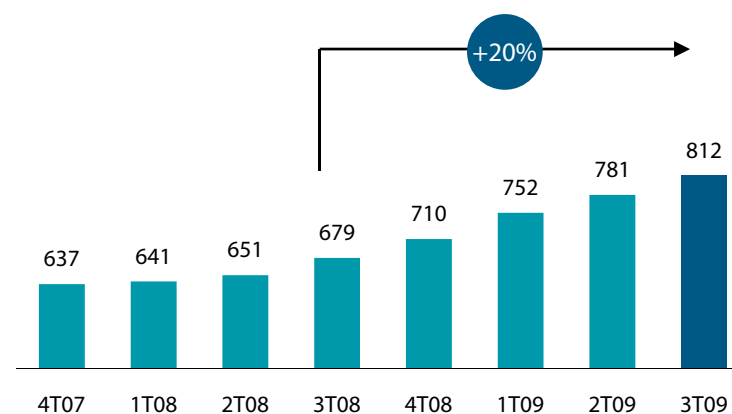
Milhares



- 21% * de quota de mercado alcançada apenas 18 meses após lançamento nacional:
 - > 1,1pp de ganho de quota de mercado por mês
 - > Média mensal de ganho de quota de mercado por incumbentes europeus 18 meses após lançamento é de 0,2pp

Clientes ADSL

Milhares



- Crescimento na banda larga fixa apesar do crescimento contínuo na banda larga móvel
- Ganho de quota de mercado sustentado pelo forte desempenho nas áreas urbanas

* Estimativas PT

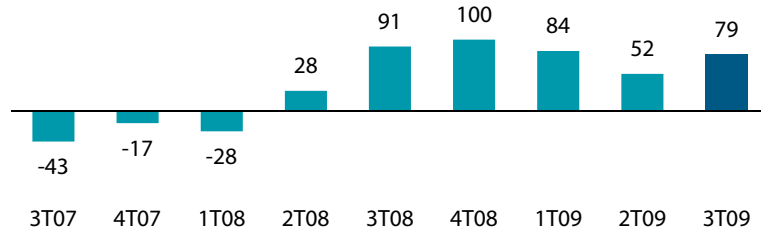
Rede Fixa: Crescimento equilibrado e resiliente

Sexto trimestre de crescimento de RGU, o qual está a ganhar momentum



Adições líquidas de RGUs de retalho *

Milhares

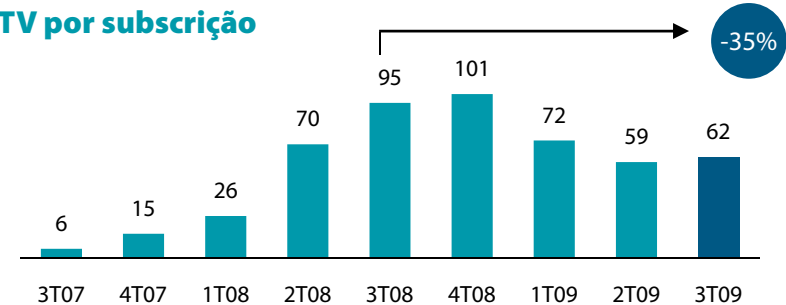


- O segmento residencial continuou a mostrar uma inversão sustentada na tendência de perda de linhas e crescimento do ADSL pós pago, reflectindo a importância do Meo
- ~50% de adesões do Meo IPTV são novos clientes para a PT
- O Meo é o factor chave na recuperação de quota de mercado na banda larga e na diminuição de perda de linhas
- RGU ainda sob pressão nos segmentos PMEs e Empresarial, devido às desafiantes condições económicas

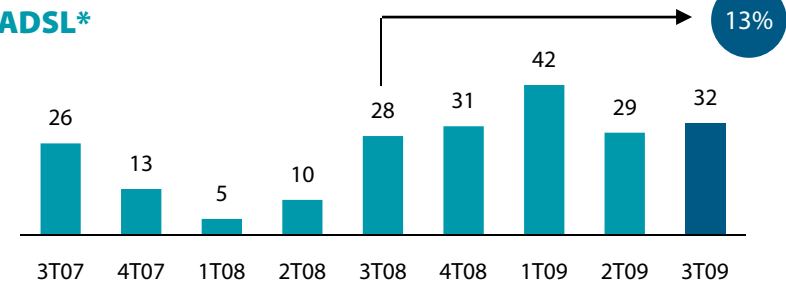
Adições líquidas

Milhares

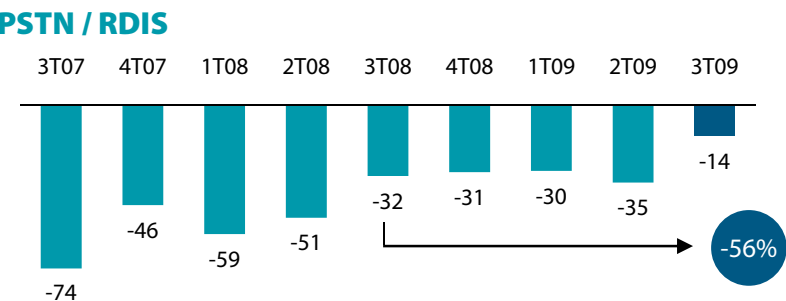
TV por subscrição



ADSL*



PSTN / RDIS



*Excluindo o impacto da limpeza da base de dados em 4T07 de 103 mil clientes inactivos (pré-pagos)

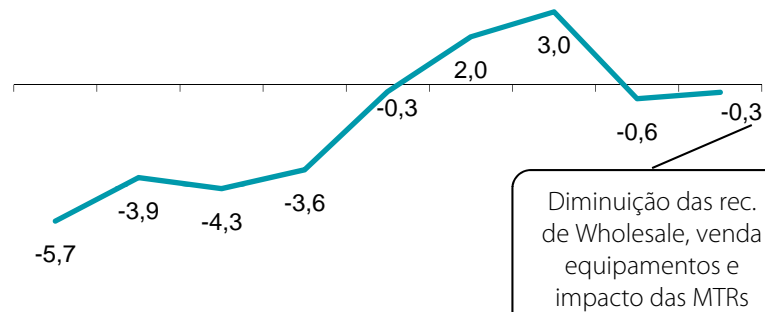
Rede fixa: margem bruta estável y.o.y



Crescimento das receitas

Pct; y.o.y

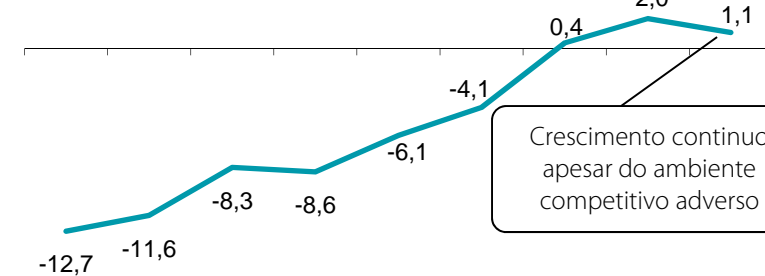
3T07 4T07 1T08 2T08 3T08 4T08 1T09 2T09 3T09



Crescimento das receitas de retalho

Pct; y.o.y

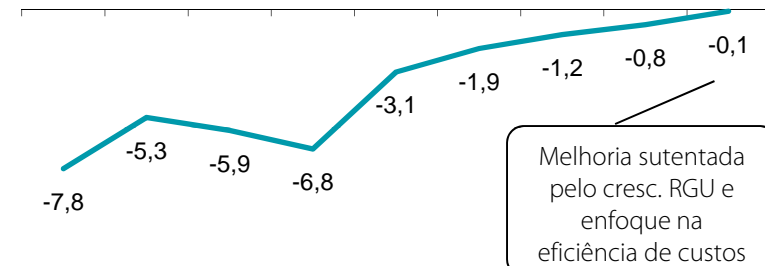
3T07 4T07 1T08 2T08 3T08 4T08 1T09 2T09 3T09



Margem bruta

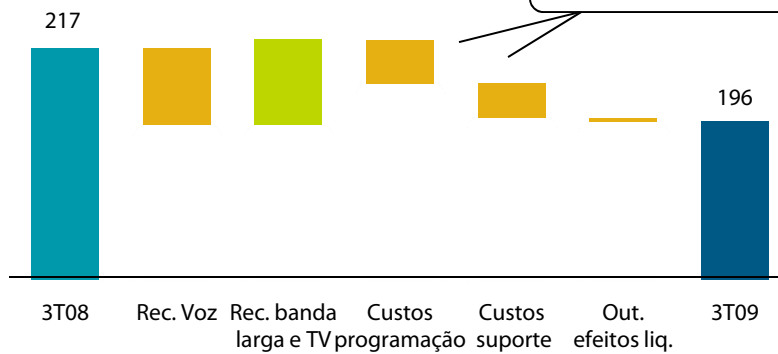
Pct; y.o.y

3T07 4T07 1T08 2T08 3T08 4T08 1T09 2T09 3T09



EBITDA

Milhões de Euros; y.o.y



Banda larga móvel: uma oferta única



Oferta de qualidade e abrangente cobertura

- **Velocidade de download até 21 Mbps** com uma instalação fácil e um leque de serviços/funcionalidades avançados
- **Cobertura 3G acima de 90% da população**



90%
Cobertura

Ofertas convergentes pioneiras

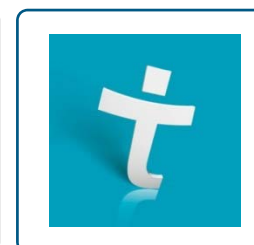
- **Oferta convergente para PMEs com banda larga móvel (Office Box)**
- **Oferta residencial convergente com inclusão de banda larga móvel no mesmo pacote para clientes TV e ADSL**



#1
Em ofertas convergentes

Comunicação intensa

- **Forte comunicação above-the-line com demonstrações e campanhas regulares por todo o país**



#1
Recordação de publicidade

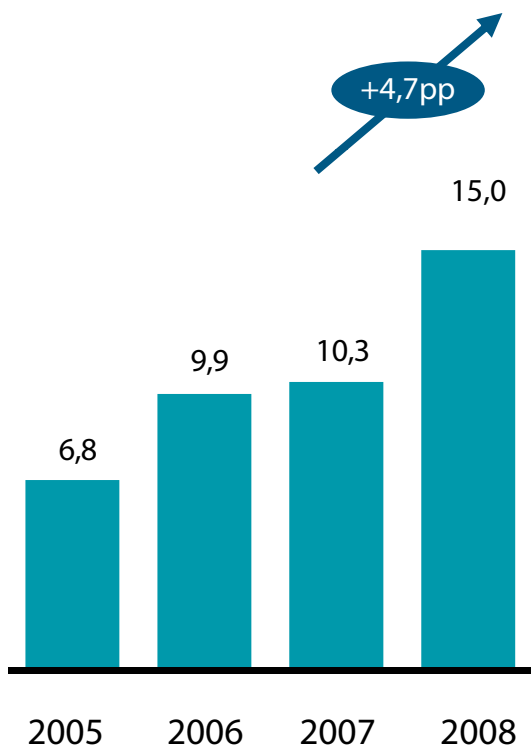
Smartphones: um papel fundamental na escolha do operador móvel



Como os Smartphones são um factor fundamental de compra...

... a TMN lançou uma agressiva estratégia de consolidação de liderança

Compradores escolhem o operador com base na oferta de equipamentos*



Oferta distintiva

Maior gama de produtos do que a concorrência devido ao lançamento de produtos exclusivos



29
Smartphones

Pricing competitivo

Redução de barreiras à entrada com a diminuição dos custos de equipamento



>50%
Redução de preço

Serviços inovadores

Lançamento de um leque variado de serviços de valor acrescentado à disposição do cliente



#1

Forte suporte de vendas

Lançamento de várias campanhas para atrair novos clientes



* Market research em 2008
Fonte: :McKinsey U.S. Wireless Panel, 2008; GfK

Smartphones: Bluebelt, um caso de sucesso para além do preço



TMN ouviu os seus clientes...

Software



Windows Mobile



Push Mail



Conectividade (Wi-Fi,
Bluetooth, etc.)

Hardware



Teclado QWERTY



Vida útil da bateria



Design atractivo

Principal barreira à aquisição: preço

**TMN focus groups
Parceria estratégica com a ZTE, fornecedor
tecnologicamente avançado**

... e lançou um produto adequado às suas necessidades

The advertisement for the TMN Bluebelt smartphone features a navigation bar with links: home, características, especificações, serviços, video, actualizações. The main headline reads 'novo smartphone tmn bluebelt' and 'Surpreendente a todos os níveis.' A blue circular badge says 'exclusivo tmn'. Below the headline are icons for 'Telefone', 'Internet', 'Messaging', 'Multimédia', 'GPS', and 'Escritório'. A central image shows the smartphone with its QWERTY keyboard. Text below the image states: 'O novo smartphone mais desejado do mercado é um exclusivo tmn.' and includes a 'comprar' button. A small note at the bottom reads: '*Preço exclusivo loja virtual. Limitado ao stock existente.'

- **Primeiro smartphone com marca própria TMN**
 - **>50% de redução de preço comparativamente a smartphones equivalentes**

Smartphones: serviços alinhados com tendências de mercado futuras



Tendências móveis



Internet



Música



TV



Aplicações



Agregação

Produtos inovadores da TMN



Acesso à internet e portal inovador, desenvolvido em exclusivo para a TMN, disponibiliza o acesso à internet em qualquer lugar a qualquer hora (desde 5€/mês)



Primeiro serviço de downloads ilimitados em Portugal de músicas para o telemóvel e para o PC, das principais editoras discográficas mundiais (desde 1,99€/semana)



Televisão móvel em qualquer lugar com acesso a 38 canais incluindo conteúdo ao vivo (desde 0,91€/dia)

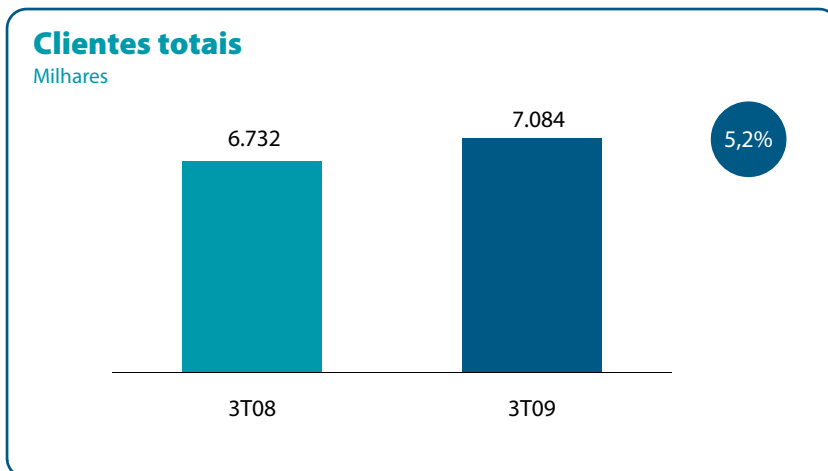


Loja de aplicações móveis com centenas de aplicações (grátis e pagas) nas áreas do desporto, viagens, jogos, diversão, utilitários entre outras

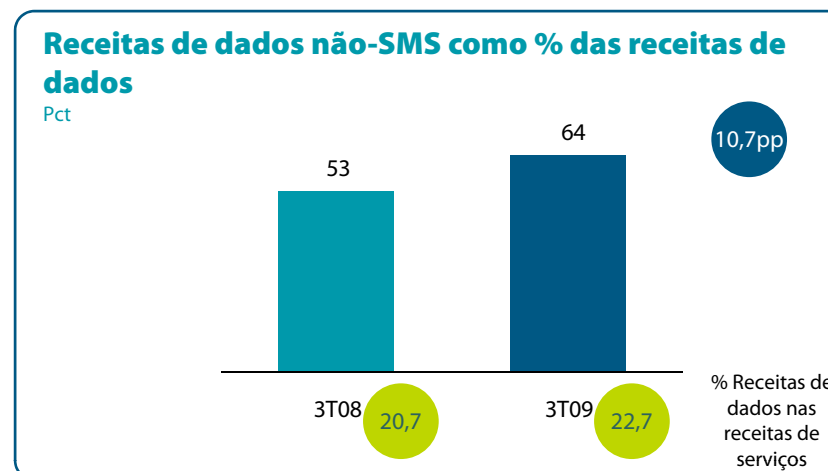


Primeiro agregador de conteúdos e contas sociais online, com três áreas principais: **User Generated Content** (SAPO fotos, SAPOVideos, Flickr, Picasa, Youtube), **Social Networking** (Facebook) e **blogging** (Twitter, SAPOBlogs e Blogger)

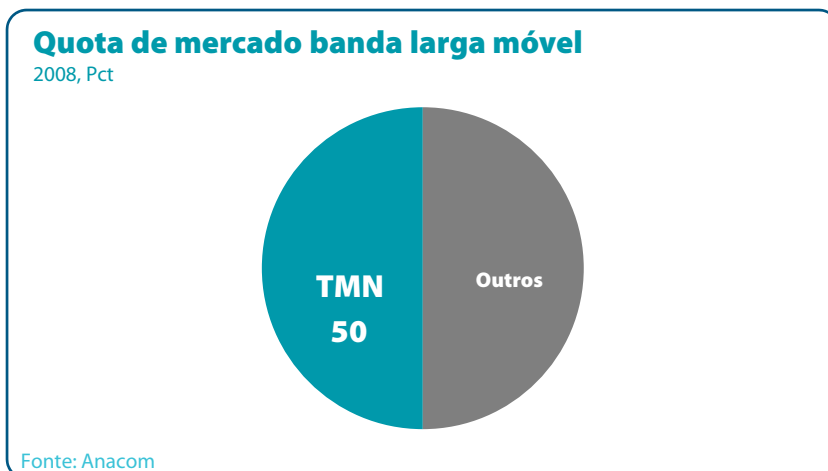
TMN: líder de mercado



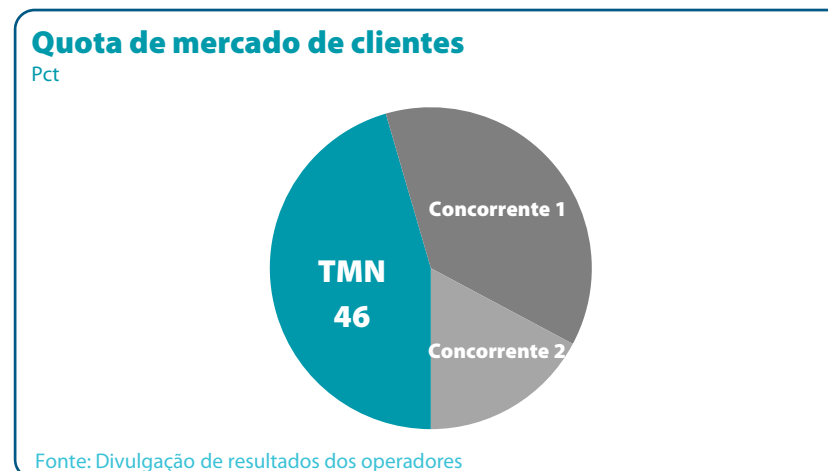
Crescimento de clientes sustentado na banda larga móvel



Aumento da popularidade e da penetração dos smartphones e cartões de dados são os principais drivers de crescimento

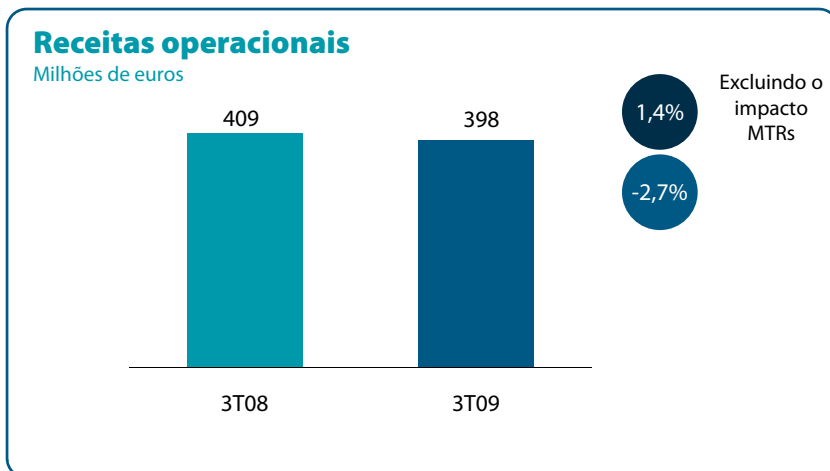


A liderança em banda larga móvel tem permitido à TMN reforçar a sua liderança no mercado Português

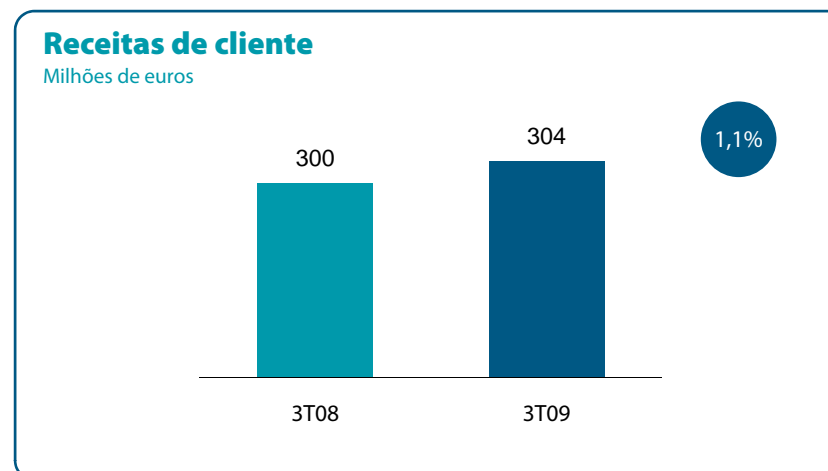


A TMN manteve a quota de mercado acima dos 45%

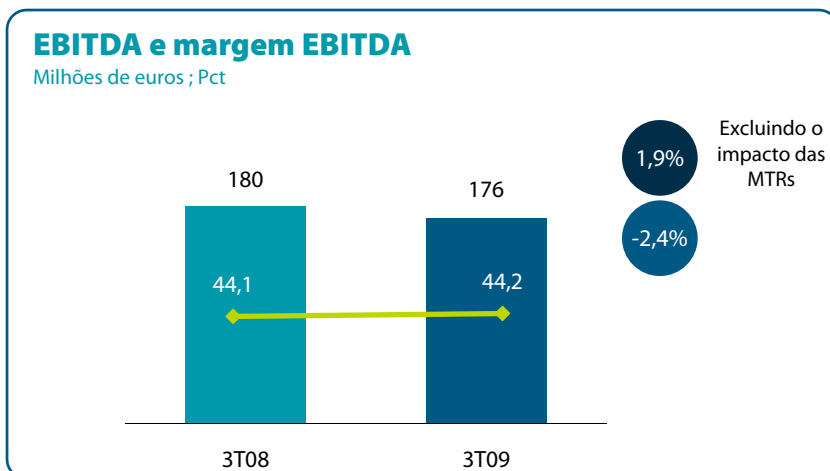
TMN: crescimento de dados e rentabilidade favorável



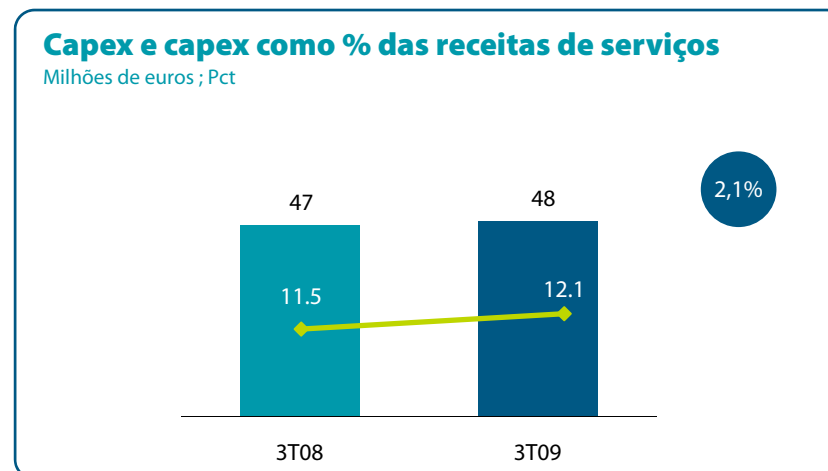
Receitas operacionais impactadas pelo efeito negativo de 17 milhões de euros em resultado da redução nas MTRs



3T09 marca o décimo primeiro trimestre consecutivo de crescimento das receitas de cliente



Desempenho obtido com base numa forte disciplina de custos



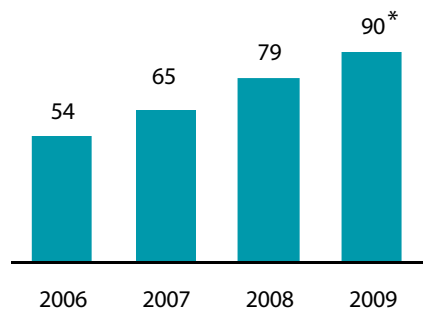
Aproximadamente 74% do capex de rede está a ser direccionado para as redes 3G e 3.5G

Brasil: continua a oferecer potencial de crescimento na voz e nos dados



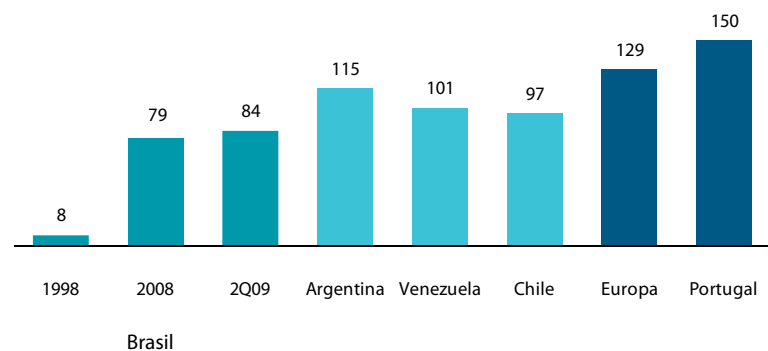
Penetração no móvel

Pct



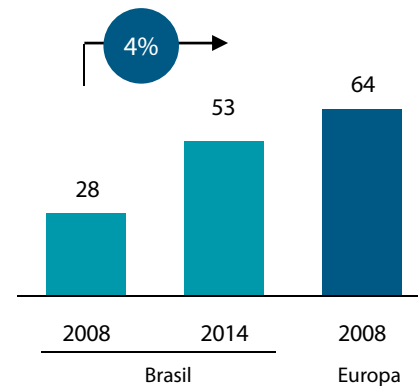
Potencial de penetração no móvel

Pct



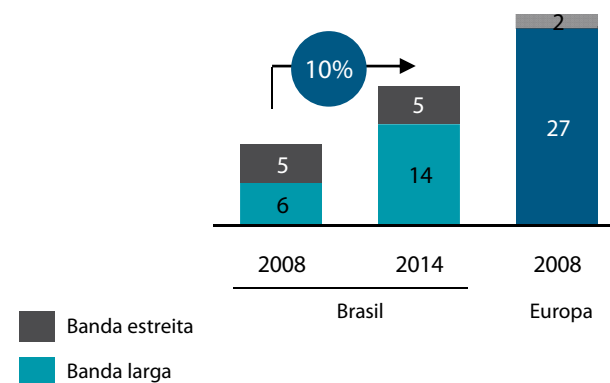
Potencial de penetração de PCs

Pct, tcma 6 anos



Potencial de penetração na banda larga

Pct, tcma 6 anos



Fonte: World Market Monitor; Business Monitor International; ITU; WCIS; ANATEL; Latin Panel; e outros
 * Estimado. Fonte: Wireless matrix da Merrill Lynch

Vivo: marketing focado na utilização e nos dados



Drivers de crescimento dos serviços de dados

- Conectividade de banda larga móvel
- Penetração de smartphones e placas de banda larga
- Utilização pessoa-a-pessoa de SMS/MMS

Smartphones e iniciativas de utilização de dados

- “Motocubo”, um smartphone destinado ao segmento jovem
- Campanha “O meu primeiro Smartphone” que oferece o smartphone na assinatura de um contrato pós-pago com banda larga móvel incluída



Aprenda milhares de palavras e frases, através de exercícios interativos com áudio, imagens e jogos!

Novo BlackBerry Curve 8520.
Seu primeiro BlackBerry chegou primeiro na Vivo.

SELEÇÃO VIVO

Plano Vivo Pós + A melhor internet 3G + Vivo Residencial, o Vivo da sua casa.



PROMOÇÃO TORPEDO PREMIADO

Concorra a **1 casa** por semana e também a **R\$40 mil** todos os dias.

NÃO PERCA TEMPO. PARTICIPE!



vivo

RECARREGUE E GANHE NA HORA

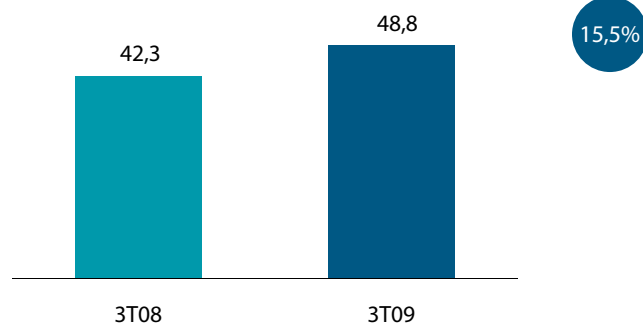
ATÉ **R\$1000**

Vivo: desempenho equilibrado e resiliente



Cientes totais

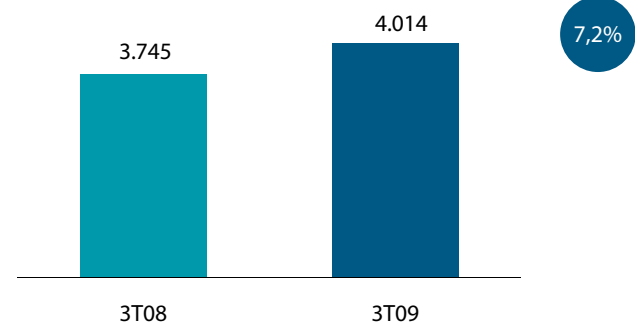
Milhões



Em Setembro de 2009, Vivo alcançou 29,4% de quota de mercado

Receitas de serviços

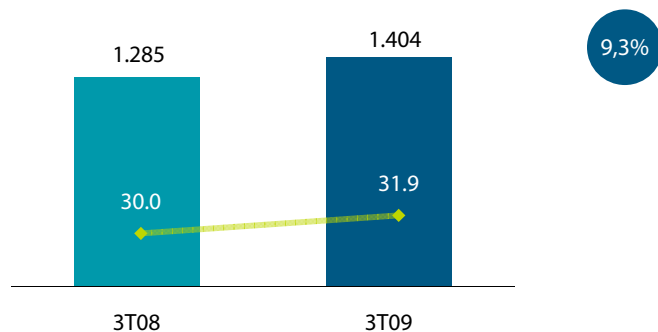
Milhões de reais



Cresc. das receitas de serviços sustentado por um forte cresc. nos serv. de dados, impulsionado pela banda larga móvel

EBITDA e margem EBITDA

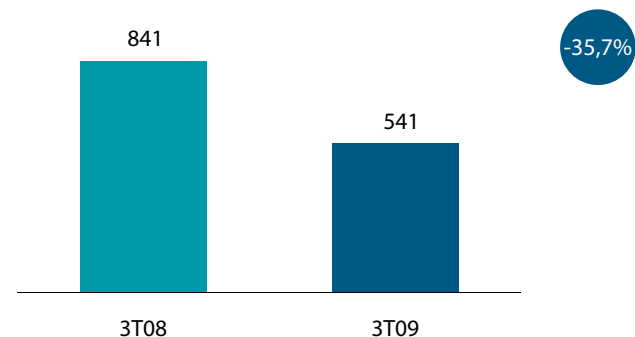
Milhões de reais; pct



Margem EBITDA cresceu 1,9pp y.o.y para 31,9% devido ao crescimento das receitas e controlo de custos

Capex

Milhões de reais



Expansão da cobertura da rede permite uma maior capacidade e melhor qualidade de serviço

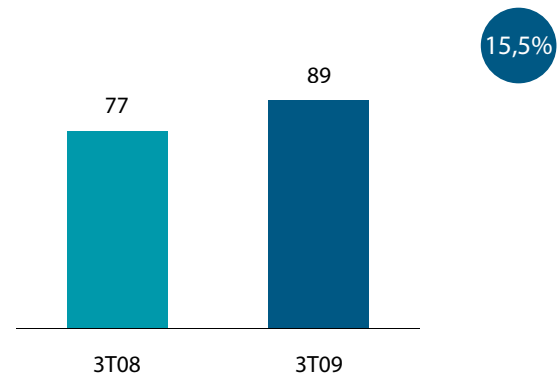
Presença internacional: com crescimento considerável



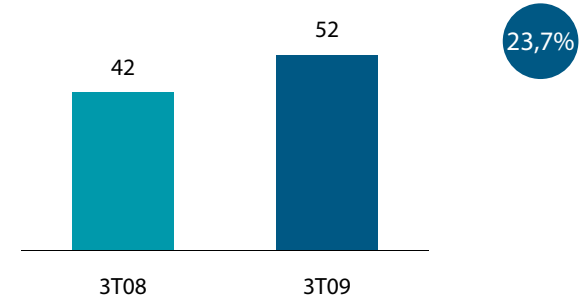
Cientes (Milhares)

	9M09	$\Delta\%$ y.o.y	3T09 Adições liq
Cientes totais*	8.034	30,0%	362
Unitel	5.256	31,6%	198
MTC	1.284	27,3%	67
CVT	355	18,8%	12
CST	78	67,6%	8
CTM	829	15,8%	18
TT	232	102,6%	60

Receitas**
Milhões de euros



EBITDA**
Milhões de euros



*Excluindo Médi Telecom

**Consolidação pró-forma dos activos internacionais, considerando as participações detidas pela PT. Exclui investimentos no Brasil. IFRS

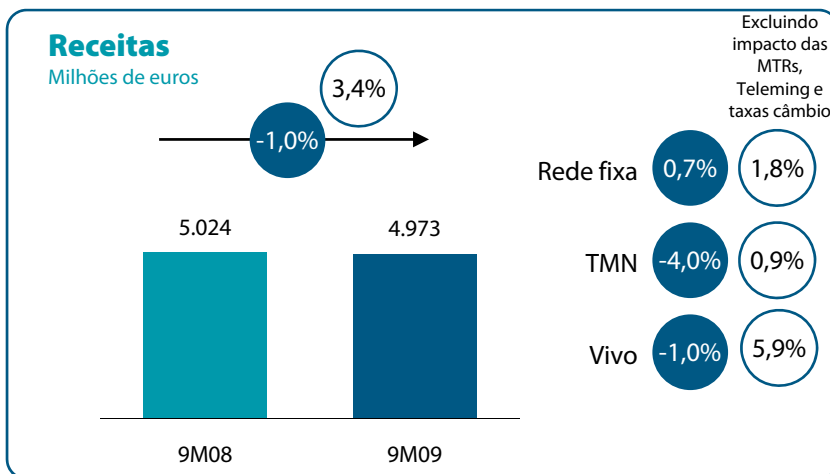


Destques 9M09

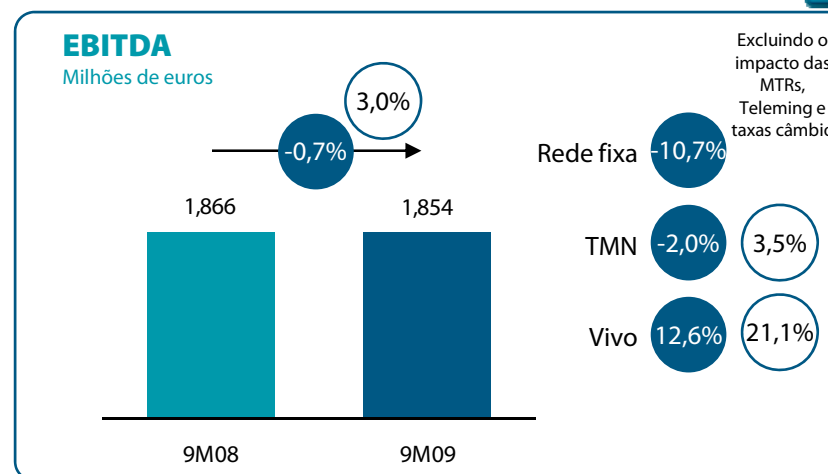
Desempenho Operacional

Desempenho Financeiro

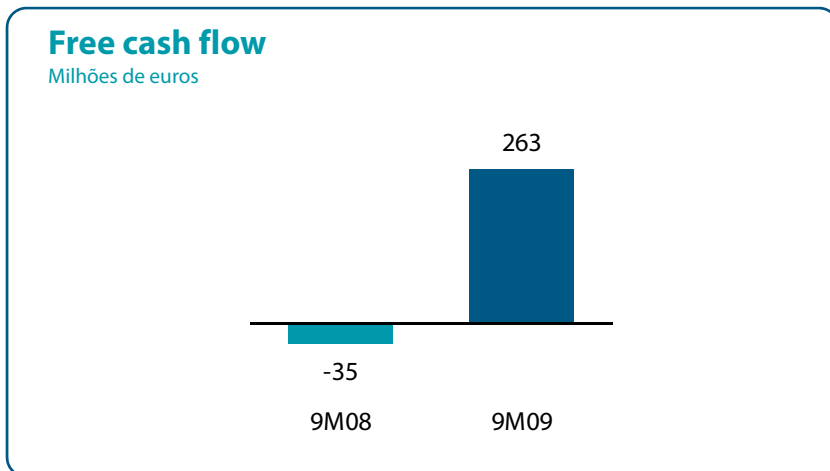
Dados - chave 9M09



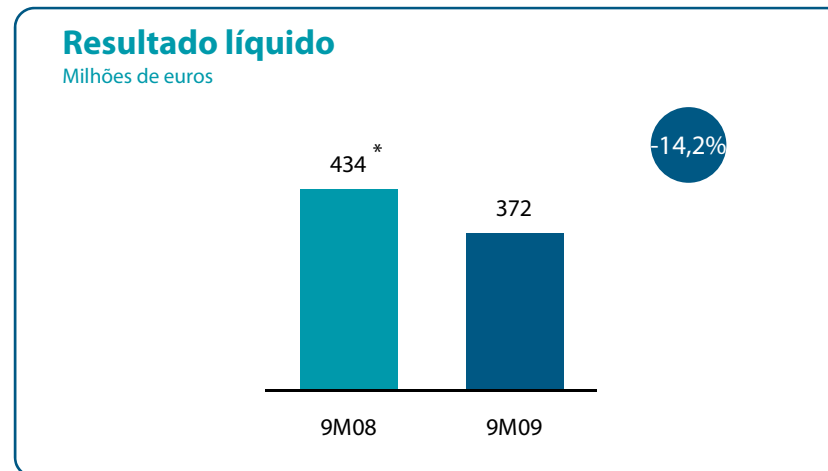
Desempenho das receitas impactado pela redução das MTRs e taxas de câmbio compensando o crescimento na rede fixa



Desempenho do EBITDA suportado pelo crescimento da Vivo e dos outros activos internacionais



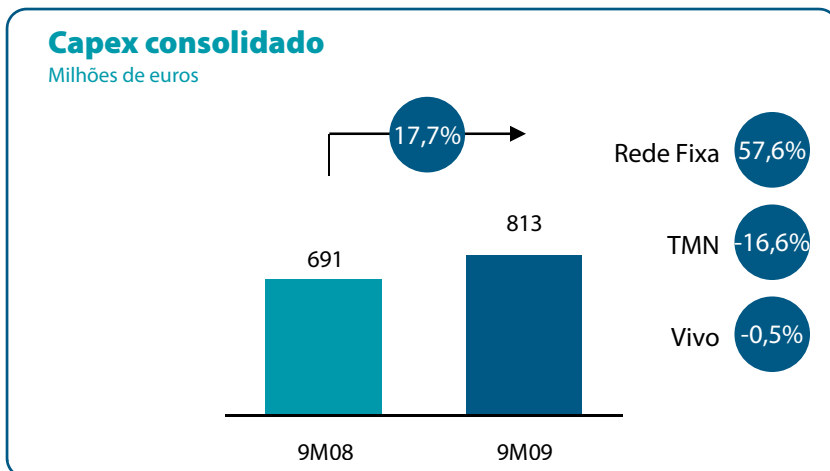
Investimentos em 9M08 incluíram a aquisição da Telemig e 9M09 inclui pagamentos up front de juros



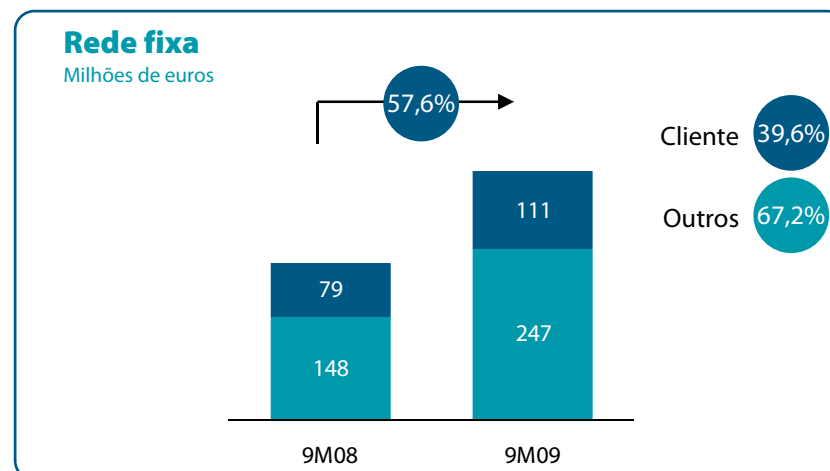
Custos mais elevados com benefícios de reforma, amortizações e juros impactaram o resultado líquido

* Nos 9M08, o resultado líquido incluíram 33 milhões de euros de ganhos extraordinários, nomeadamente 15 milhões de euros relativos à venda de activos imobiliários, 9 milhões de euros relativos à venda de 3% da participação detida na Africatel e 9 milhões de euros relativos à venda da posição da PT no Banco Best

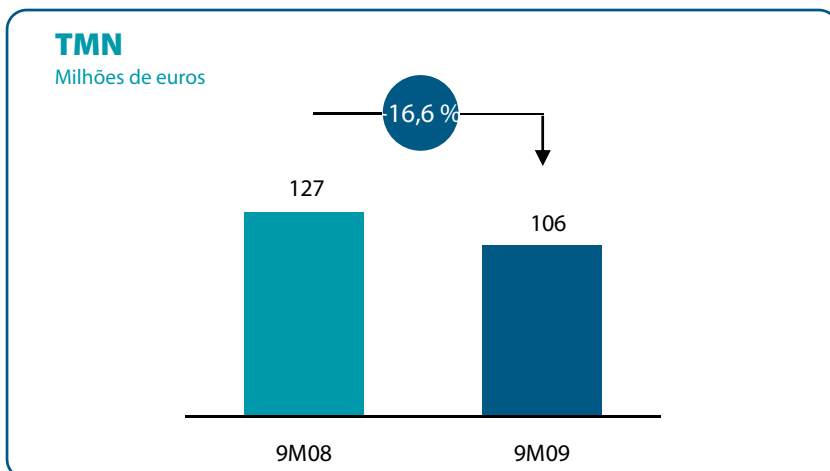
Capex: direccionado para novas oportunidades de crescimento



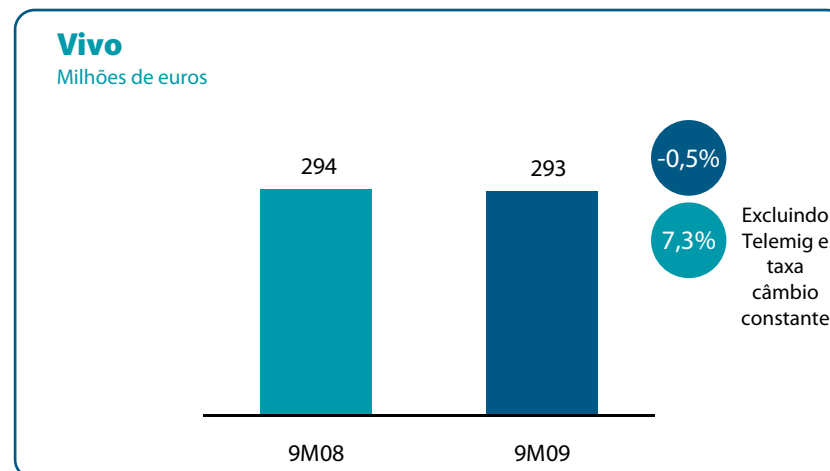
Crescimento do capex devido essencialmente à rede fixa



Crescimento do capex na rede fixa devido principalmente à implementação do FTTH e ao crescimento nos serviços de IPTV



Qualidade da rede e dos serviços e os investimentos recentes permitem redução do capex



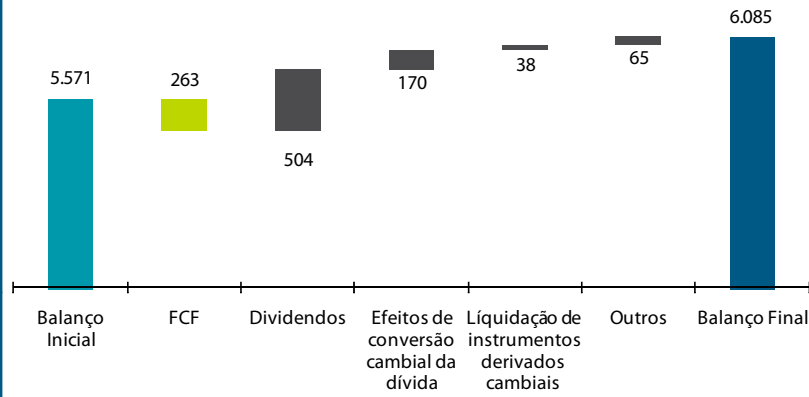
Capex da Vivo reflete o aumento da capacidade da rede, a cobertura 3G e a expansão no Nordeste

Perfil da dívida líquida



Dívida líquida 9M09

Milhões de euros



Custo médio dívida 4,9%

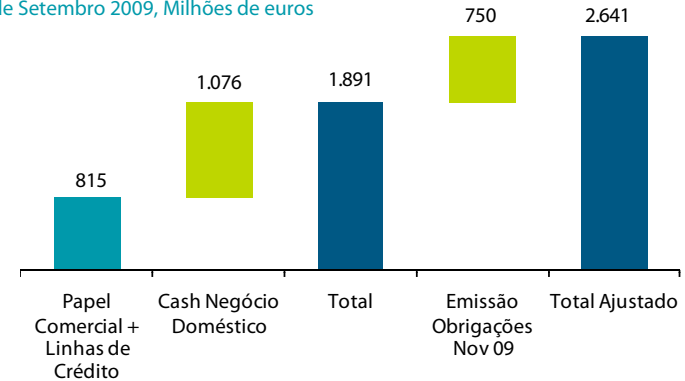
- Exc. Brasil 4,1%

Maturidade 5,1

- Exc. Brasil 5,2

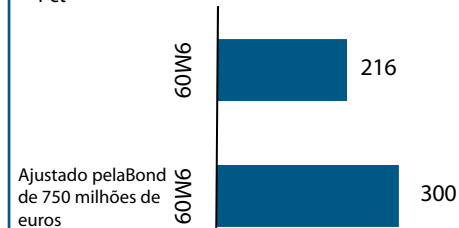
Papel comercial + linhas de crédito + cash negócio doméstico

30 de Setembro 2009, Milhões de euros



Cash+Linhas de Crédito sobre dívida curto prazo

Pct



Dívida líquida sobre EBITDA



Custos de financiamento competitivos e prazos adequados

Sólida situação financeira e posição de financiamento confortável

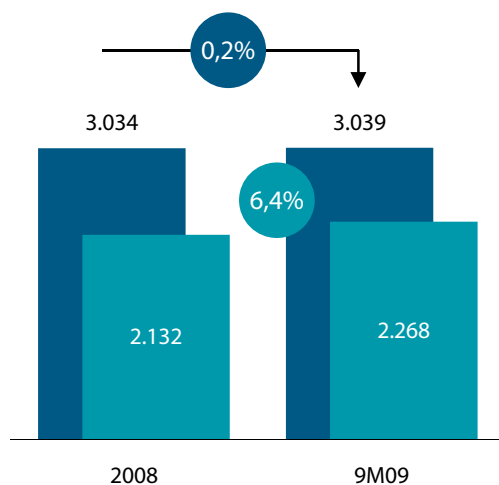
● A 30 de Setembro de 2009, ajustado pela bond de 750 milhões de euros

Desempenho do fundo de pensões de 12.2% em 30 de Setembro 2009



Responsabilidades com benefícios de reforma e activos

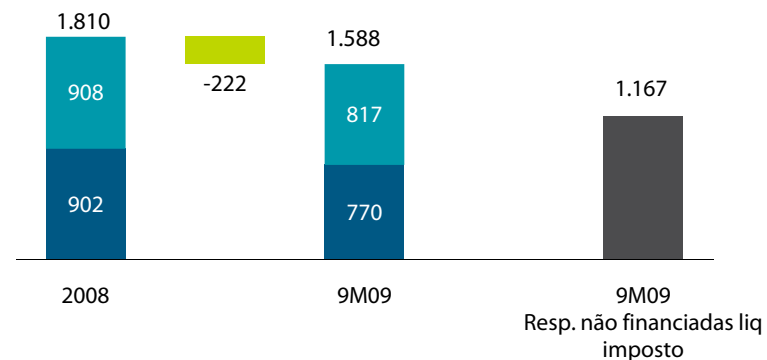
Milhões de euros



- Responsabilidades com benefícios de reforma
- Activos

Responsabilidades não financiadas líquidas de impostos

Milhões de euros



- Responsabilidades com benefícios de reforma
- Salários a pagar a empregados suspensos e pré-reformados

Em conclusão...



- O crescimento na rede fixa continua a ser sustentado no Triple-play e na TV por subscrição, tanto em RGU's (+8,4%y.o.y.) como em receitas de retalho(+1,1%y.o.y. no 3T09)
- Rede fixa com margem bruta estável y.o.y apesar do Meo não ter atingido escala crítica
- O turnaround do EBITDA da rede fixa virá com a escala crítica
- Os serviços de dados e o rigoroso controlo de custos permitem margens estáveis na TMN apesar do severo impacto das MTR's
- Vivo mantém uma posição competitiva, melhorando a rentabilidade e crescendo o cash flow e o resultado líquido
- Desempenho do fundo de pensões(12,2% nos 9M09) acima do pressuposto actuarial (6%)
- Política de remuneração atractiva e previsível
- Compromisso da gestão na manutenção de uma rigorosa disciplina de custos, financeira, operacional e estratégica



Para mais informações:

Nuno Vieira

Investor Relations Director

+351 21 500 1701

nuno.t.vieira@telecom.pt

www.telecom.pt