



RESULTADOS 1.º SEMESTRE 2025



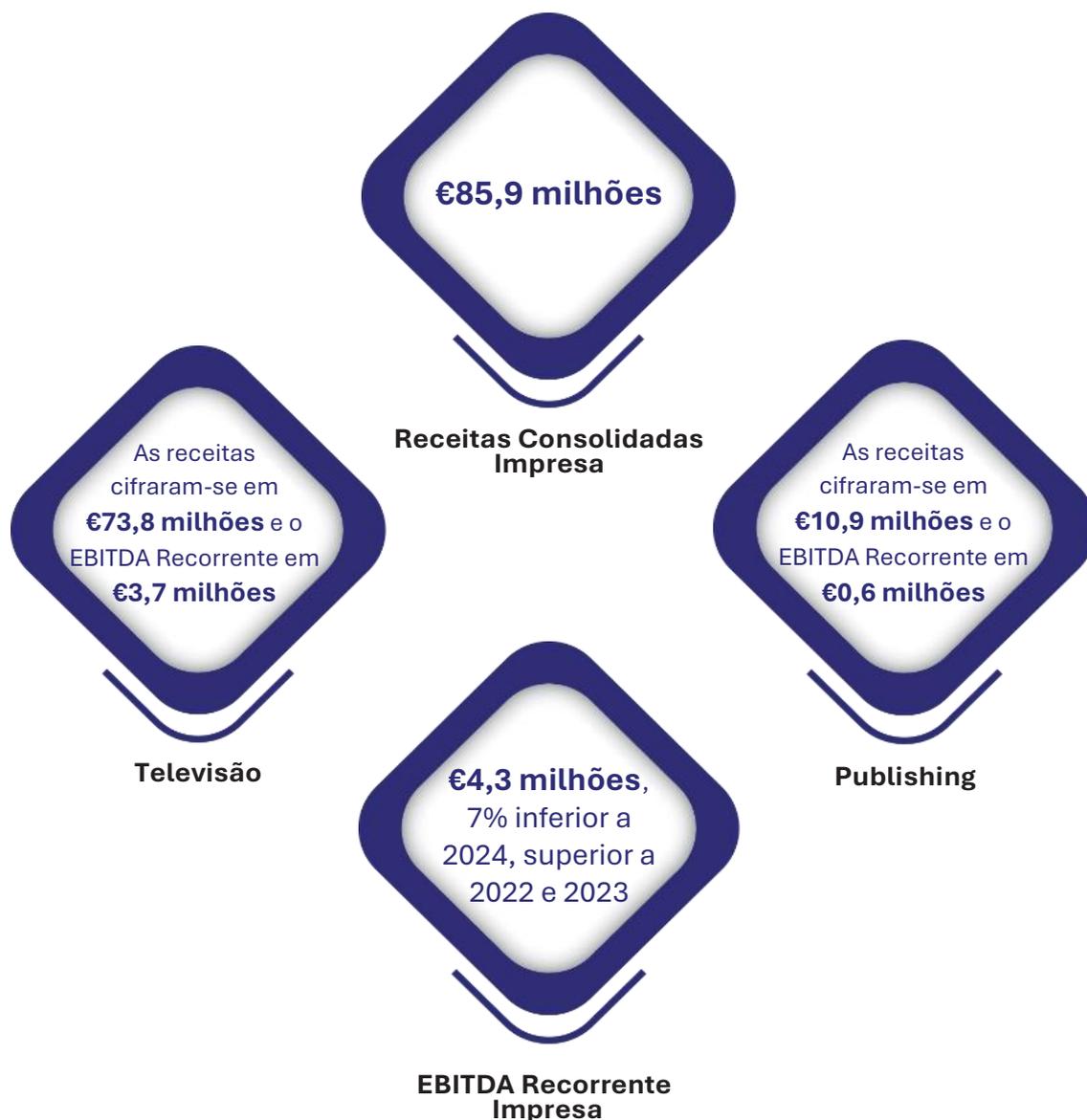
IMPRESA - Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A.
Capital social: 84.000.000 euros
Sede: Rua Calvet de Magalhães, 242, 2770-022 Paço de Arcos
NIPC 502 437 464
Conservatória do Registo Comercial de Lisboa



CONTEÚDOS

1.		
DESTAQUES		4
1.1. Marcas Impresa		5
2.		
CONTAS CONSOLIDADAS		6
2.1. Demonstração de Resultados		6
2.2. Endividamento		7
3.		
SEGMENTOS		7
3.1. Televisão		7
3.2. Publishing		9
3.3. Outras		10
4.		
TÍTULOS DO GRUPO IMPRESA		11
4.1. Ações Impresa		11
4.2. Obrigações SIC		11
5.		
MÉRITO IMPRESA		11
6.		
PERSPETIVAS		13

1. DESTAQUES



1.º semestre de 2025 marcado por forte arranque do novo ciclo estratégico e pela liderança das marcas Impresa:

- Marcas Impresa, SIC e Expresso líderes de mercado em reputação e confiança;
- Os objetivos do plano de redução de custos para o 1.º semestre foram superados;
- A aposta na diversificação das fontes de receitas gerou um crescimento dos proveitos nas áreas da distribuição, assinaturas digitais e venda de conteúdos;
- A SIC generalista e o conjunto de canais SIC foram líderes de audiência, conquistando também a primeira posição no *target* comercial mais valorizado pelos anunciantes.

1.1. Marcas Impresa



- A **SIC foi o canal mais visto no 1.º semestre de 2025, com uma média de 14,8% de share**. Foram mais de 3,75 milhões os telespetadores que, diariamente, contactaram com o canal generalista do Grupo Impresa.
- No seu conjunto, **os canais SIC também terminaram o semestre a liderar as audiências**, com 19,5% de share, e a subir face ao período homólogo de 2024.
- A **Opto superou 35,1 milhões de plays nos primeiros seis meses do ano**, correspondentes a uma média mensal de seis milhões de *plays* e a um **crescimento de 73%** face ao período homólogo de 2024. No final de junho de 2025, o serviço de *streaming* contava com 38,5 mil subscritores. Também o número de visitantes únicos mensais aumentou 48%.

Expresso

- O **Expresso** foi novamente, segundo os dados da APCT, o **jornal mais vendido em Portugal**, entre janeiro e março¹, com uma média de **84 mil exemplares por edição**.
- Registou-se uma média de **50 mil exemplares por edição em circulação digital paga**.



- O **universo de marcas Impresa conquistou a preferência do público também no digital**. No 1.º semestre de 2025, a rede de *websites* Impresa, que inclui os *websites* da SIC e do Expresso, liderou com uma média de 4.118.705 visitantes únicos, de acordo com os dados auditados do *ranking* netAudience.
- No seu conjunto, os **podcasts do Grupo Impresa foram líderes incontestáveis ao longo dos primeiros seis meses do ranking PodScope**, representando 37% do total de *downloads* do mercado nacional auditado. Em 2025, foram lançados **21 novos podcasts** e verificou-se um **aumento de 44% no acumulado de downloads**, representativo de quase **34 milhões de downloads** alcançados.

¹ A informação mais recente, disponibilizada pela APCT, inclui apenas dados até março de 2025.



2. CONTAS CONSOLIDADAS

2.1. Demonstração de Resultados

(valores em M€)	1º Sem 25	1º Sem 24	var %
Receitas Totais	85,9	86,6	(0,8%)
Televisão	73,8	74,6	(1,1%)
Publishing	10,9	11,2	(2,5%)
Infoportugal	1,2	0,9	39,4%
Intersegmentos & Outras	0,0	(0,1)	n.a.
Custos Operacionais (1)	83,0	82,1	1,1%
Custos Operacionais (1) s/ reestruturações	81,6	81,9	(0,4%)
EBITDA	2,9	4,5	(35,5%)
EBITDA Recorrente	4,3	4,7	(7,3%)
Margem EBITDA Recorrente	5,0%	5,4%	
Resultados Financeiros	(6,0)	(5,8)	(3,7%)
Provisões e Imparidades	0,3	0,3	(13,6%)
Res. Antes Imp. e Int. s/ Controlo	(5,5)	(3,9)	(41,1%)
Imposto (IRC)	(0,4)	0,1	n.a.
Resultados Líquidos	(5,1)	(4,0)	(27,1%)
Resultados Líquidos Ajustados	(3,9)	(3,9)	(1,9%)

Notas:

(1) Não considera Amortizações e Depreciações, Provisões e Perdas por Imparidade em ativos não correntes.

EBITDA = Resultados Operacionais + Amortizações e Depreciações + Provisões + Imparidade em ativos não correntes.

EBITDA Recorrente = EBITDA ajustado de custos de reestruturação.

Resultados Líquidos Ajustados = Resultados líquidos ajustados de custos de reestruturação.

No 1.º semestre de 2025, as receitas consolidadas da Impresa decresceram 0,8%, para 85,9M€. O aumento dos proveitos provenientes da venda de conteúdos, da distribuição de canais e das assinaturas digitais compensou parcialmente a diminuição das receitas publicitárias e com IVRs.

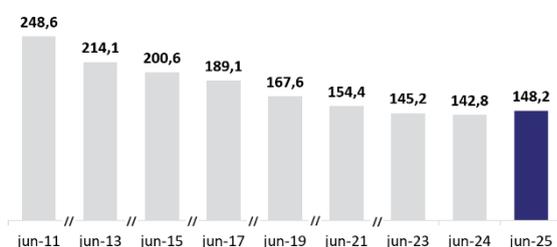
Os custos operacionais, sem considerar amortizações, depreciações, provisões e perdas por imparidade em ativos não correntes, aumentaram 1,1%, impactados pelos custos de reestruturação, no âmbito do atual projeto estratégico de redução de custos.



Apesar da redução de 7,3% relativamente ao período homólogo de 2024, o valor do EBITDA recorrente, ajustado de custos de reestruturação, foi superior aos montantes verificados nos primeiros semestres de 2023 e de 2022.

No acumulado semestral, a Impresa registou um resultado líquido consolidado negativo, no valor de 5,1M€. Todavia, quando ajustado de custos de reestruturação, o resultado líquido foi negativo em 3,9M€, o que representa uma quebra de 1,9% relativamente ao resultado obtido no primeiro semestre de 2024.

2.2. Endividamento



No final de junho de 2025, a dívida remunerada líquida cifrou-se em 148,2M€, traduzindo um aumento de 3,8% face ao final de junho de 2024.

3. SEGMENTOS

3.1. Televisão



(valores em M€)	1º Sem 25	1º Sem 24	var %
Receitas	73,8	74,6	(1,1%)
Custos Operacionais (1)	71,3	70,1	1,7%
EBITDA	2,6	4,5	(43,6%)
EBITDA Recorrente	3,7	4,7	(21,8%)
Margem EBITDA Recorrente	5,0%	6,3%	

Notas:

(1) Não considera Amortizações e Depreciações, Provisões e Perdas por Imparidade em ativos não correntes.
 EBITDA = Resultados Operacionais + Amortizações e Depreciações + Provisões + Imparidade em ativos não correntes.
 EBITDA Recorrente = EBITDA ajustado de custos de reestruturação.

As receitas totais da SIC ficaram 0,8M€ abaixo das registadas no 1.º semestre de 2024. Ainda assim, o crescimento dos proveitos com a venda de conteúdos e com a subscrição de canais, reflexo de uma aposta na diversificação, compensou, em parte, a redução das receitas publicitárias.

Os custos operacionais tiveram um aumento de 1,7%, para o qual contribuíram os custos associados à venda de conteúdos e, sobretudo, os custos de reestruturação.

O EBITDA recorrente foi de 3,7M€, uma quebra de 21,8% quando comparado com o período homólogo de 2024, ano em que as receitas publicitárias foram beneficiadas pela realização do *Rock in Rio* e do Campeonato Europeu de Futebol de 2024.



Audiências

A SIC terminou o 1.º semestre de 2025 com uma média de 14,8% de share, em dados consolidados, liderando as audiências e destacando-se como o canal mais visto nas manhãs, em *prime time* e nas tardes dos dias úteis. A liderança estendeu-se também ao *target* comercial (A/B C D 25/64), o mais relevante para anunciantes, com 12,3% de share.

A SIC foi o canal líder de audiências no 1.º semestre.

***Isto é Gozar Com Quem Trabalha, Jornal da Noite e A Promessa* foram o programa de entretenimento, o bloco informativo e a novela mais vistos da televisão portuguesa em 2025.**



A SIC manteve-se também como o canal mais visto na informação, com o *Primeiro Jornal* e o *Jornal da Noite* a receberem a preferência dos telespetadores, de segunda a domingo. O início de 2025 ficou marcado pelas eleições legislativas, e o público voltou a escolher a SIC como fonte de informação nos momentos cruciais. **A SIC foi o canal generalista mais visto na emissão das Legislativas 2025, e o conjunto dos dois canais, SIC e SIC Notícias, também liderou.**

No seu conjunto, **a SIC generalista e os temáticos, terminaram igualmente o semestre na primeira posição**, com uma quota de audiência de 19,5%, e a subir 0,4 pontos percentuais face ao período homólogo de 2024, destacando-se como o único grupo a subir entre os três principais grupos concorrentes com canais *free-to-air* (FTA). No *target* comercial (A/B C D 25/64), o grupo de canais SIC também terminou a liderar, com 17,4% de share.

O **conjunto de canais temáticos SIC também conquistou a preferência da audiência** e atingiu 4,7% de share, mais 0,7 pontos percentuais face ao 1.º semestre de 2024. A SIC Notícias alcançou 2,1% de share, mantendo-se como o canal de informação mais visto no *target* composto pelas classes mais altas e público mais ativo (ABC 25/64), com 3,2% de share. A SIC Mulher registou 1,3% de share, a SIC Caras e a SIC Novelas 0,4% de share, e a SIC Radical e a SIC K 0,2% de share.

No digital, o agregado de *websites* da marca SIC atingiu o seu 4.º melhor semestre de sempre, com um alcance médio mensal de perto de 3,1 milhões de visitantes únicos.

3.2. Publishing

(valores em M€)	1º Sem 25	1º Sem 24	var %
Receitas	10,9	11,2	(2,5%)
Custos Operacionais (1)	10,5	10,3	1,8%
EBITDA	0,4	0,8	(55,8%)
EBITDA Recorrente	0,6	0,8	(29,8%)
Margem EBITDA Recorrente	5,3%	7,4%	

Notas:

(1) Não considera Amortizações e Depreciações, Provisões e Perdas por Imparidade em ativos não correntes.

EBITDA = Resultados Operacionais + Amortizações e Depreciações + Provisões + Imparidade em ativos não correntes.

EBITDA Recorrente = EBITDA ajustado de custos de reestruturação.

As receitas da Impresa Publishing atingiram 10,9M€, menos 0,3M€ do que o valor registado no 1.º semestre de 2024. No que respeita aos custos, registou-se um acréscimo de 0,2M€, justificado pelos custos de reestruturação.

O EBITDA recorrente semestral apurado chegou a 0,6M€.



3.3. Outras

(valores em M€)	1º Sem 25	1º Sem 24	var %
Receitas	1,2	0,8	47,8%
Infoportugal	1,2	0,9	39,4%
Intersegmentos & Outras	0,0	(0,1)	n.a.
Custos Operacionais (1)	1,2	1,7	(27,1%)
EBITDA	0,0	(0,8)	n.a.
EBITDA Recorrente	0,1	(0,8)	n.a.

Notas:

(1) Não considera Amortizações e Depreciações, Provisões e Perdas por Imparidade em ativos não correntes.

EBITDA = Resultados Operacionais + Amortizações e Depreciações + Provisões + Imparidade em ativos não correntes.

EBITDA Recorrente = EBITDA ajustado de custos de reestruturação.

A Infoportugal atingiu receitas operacionais no valor de 1,2M€, o que representou um aumento de 39,4% relativamente à primeira metade de 2024, justificado por um aumento dos serviços de cartografia.

Em termos de resultados consolidados, os custos deste segmento diminuiram 27,5%, para 1,2M€. O EBITDA recorrente foi positivo no montante de 0,1M€.



4. TÍTULOS DO GRUPO IMPRESA

4.1. Ações Impresa

A ação Impresa terminou o primeiro semestre de 2025 a valorizar 24,5% face ao valor de fecho de 2024. Os volumes de transação registaram um aumento de 142,2% relativamente aos primeiros seis meses de 2024, refletindo uma média de 156,2 mil ações transacionadas por sessão, entre janeiro e junho de 2025.

4.2. Obrigações SIC

As Obrigações SIC 2024-2028, admitidas à negociação em mercado regulamentado (Euronext Lisbon) no dia 3 de julho de 2024, negociaram sempre acima do valor facial, desde a sua emissão, tendo variado entre 100,08% e 104,94% no primeiro semestre de 2025.

Em fevereiro de 2025, procedeu-se ao reembolso antecipado das Obrigações SIC 2021-2025.

5. MÉRITO IMPRESA

A informação da SIC e do Expresso conquistaram a preferência do público pelo melhor motivo: a **confiança**. De acordo com a mais recente edição do *Digital News Report 2025*, elaborado pelo Reuters Institute e pela Universidade de Oxford, a SIC e o Expresso continuam a estar entre os **órgãos de comunicação social nacionais em cujos conteúdos noticiosos os portugueses mais confiam**. Os inquiridos atribuíram uma percentagem de confiança de 73% ao Expresso e à SIC, sendo a Impresa o único grupo com duas marcas acima dos 70%. O estudo anual revela ainda que a SIC (incluindo SIC Notícias) continua a liderar o top das marcas com maior alcance semanal, online e offline.

A Impresa teve, mais uma vez, as suas marcas e conteúdos distinguidos com o Prémio Escolha do Consumidor, reafirmando a sua posição de destaque no mercado. SIC, SIC Notícias, Expresso, *Contas Poupança*, *Senhora do Mar*, e *Isto é Gozar com Quem Trabalha* estiveram entre as premiadas da edição deste ano.

O Grupo manteve ainda o 1.º lugar do setor dos media no *ranking* Merco Empresas, que distingue as empresas com a **melhor reputação corporativa em Portugal**.

Em 2025, destacaram-se ainda as seguintes distinções:



A SIC recebeu o prémio Cinco Estrelas de 2025, bem como a distinção de Marca Recomendada, atribuída pelo Portal da Queixa, a par do serviço de *streaming* Opto.

A SIC manteve ainda o primeiro lugar do *ranking* do setor em reputação da marca, de acordo com o estudo anual de Reputação de Marca em Portugal, elaborado pela Consultora OnStrategy. A marca foi também reconhecida nos Prémios de Marketing Meios & Publicidade, recebendo **dois prémios pela 1.ª Edição do Tribeca Festival Lisboa**.

O programa *Contas Poupança* foi distinguido pela Bolsa de Valores de Lisboa com o prémio de Divulgação Financeira sobre o Mercado de Capitais, pelo seu **contributo significativo para o aumento da literacia financeira em Portugal**. Já a Grande Reportagem *As Linhas Que Nos Cozêem*, recebeu o Prémio Nacional de Educação e Cidadania Fiscal.

A reportagem da SIC, *No Fio da Balança*, que mergulha no universo das perturbações do comportamento alimentar, foi distinguida com o Prémio de Jornalismo em Psiquiatria e Saúde Mental. A reportagem *O Colo que me Agarrou*, recebeu o prémio de jornalismo *Os Direitos da Criança em Notícia*, na categoria de Televisão. A Grande Reportagem da SIC foi reconhecida com duas Menções Honrosas no Prémio de Comunicação Corações Capazes de Construir, que visa destacar **trabalhos jornalísticos que promovem os Direitos Humanos, a Igualdade e o Desenvolvimento**.

A qualidade da ficção da SIC e da Opto foram prestigiadas além-fronteiras. A série *Os Eleitos*, uma produção original da Opto, foi distinguida com o Bronze nos *New York Festivals – TV & Film Awards*, na categoria de “Streaming Drama”. A série conquistou também dois prémios de grande relevo: o *Intermedia-Globe Grand Award* e o *Intermedia-Globe Gold*, na categoria “Crianças e Jovens: Entretenimento” dos *WorldMediaFestivals 2025*. Neste certame foi ainda galardoada a quarta temporada de *O Clube* com o prémio *Intermedia-Globe Silver* na categoria “Entretenimento: Séries - Drama e Melodrama”.

O jornal Expresso foi amplamente reconhecido na 26.ª Edição do *European Newspaper Award*, conquistando **14 prémios de design editorial**.

Este evento, considerado o “Óscar” europeu do design editorial, premiou o Expresso em diversas categorias, tanto na edição impressa como no digital.





Também a oferta de áudio da Impresa tem vindo a ser reiteradamente reconhecida, em número de ouvintes e em distinções. O **Festival de Podcasts Expresso** foi reconhecido com o prémio de Prata na categoria Digital/ Social/ Influenciadores, na subcategoria *Podcast* dos Prémios Meios & Publicidade.

O artigo *25% das pessoas com mais de 75 anos vivem sozinhas*, retratando o Projeto Radar, que apoia idosos que vivem sozinhos na região de Lisboa, foi distinguido na categoria de Trabalhos Jornalísticos dos Prémios Cooperação e Solidariedade António Sérgio.

6. PERSPETIVAS

Depois de um período de transformação, a primeira metade de 2025 ficou marcada pelo arranque de um novo ciclo estratégico. As principais iniciativas em curso na execução operacional do plano definido visam, sobretudo, a redefinição da base de custos, a maior rentabilidade da oferta das marcas e a contínua expansão para o digital, além da diversificação das fontes de receita. Simultaneamente, o Grupo prossegue a contínua adaptação da sua estrutura financeira ao desenvolvimento estratégico a que se propõe.

A implementação do plano para reduzir a base de custos no horizonte 2025-2028 teve um início promissor, tendo sido integralmente cumpridos os seus objetivos para o primeiro semestre e estimando-se que o valor previsto para este ano seja ultrapassado.

No que respeita aos proveitos, perante um período de maior instabilidade no mercado publicitário, as marcas Impresa reagiram com a aposta na rentabilização dos conteúdos de maior audiência. A introdução de novos modelos que maximizam o impacto publicitário, como os intervalos de curta duração na programação da SIC, visa aumentar a eficiência e a atratividade da oferta para os anunciantes.

Ainda neste âmbito, manter-se-á o foco na diversificação das fontes de receita, com destaque para as áreas de venda de conteúdos, de subscrição de canais e de assinaturas digitais, que tiveram um forte crescimento nos primeiros seis meses do ano. No segundo semestre, prevê-se também um incremento das receitas de bilhética, através da organização de eventos prestigiados, como a segunda edição do *Tribeca Festival Lisboa*, já anunciado para o final de outubro.



Há que salientar, sobretudo, o desempenho das várias marcas do Grupo, que ocuparam o primeiro lugar no que respeita à circulação média por edição (Expresso), ao número de *downloads* (*podcasts*) e às audiências digitais.

O semestre ficou ainda marcado pela reconquista da liderança das audiências, não apenas pela SIC generalista, que foi o canal mais visto, em dados consolidados, mas também pela totalidade do universo de canais SIC, incluindo a preferência do público do *target* mais relevante em termos comerciais.

No que toca à contínua adequação da estrutura de financiamento da Imprensa aos objetivos e desafios a que se propõe, os ajustes aos ciclos de tesouraria e o aperfeiçoamento da estrutura de financiamento, de médio e longo prazo, continuarão a assumir particular destaque na agenda do Grupo. Nesse sentido, a Imprensa continua empenhada em avaliar alternativas para o seu nível de endividamento, incluindo a operação de venda e subsequente arrendamento das suas instalações em Paço de Arcos.

No âmbito da execução do atual ciclo estratégico, a Imprensa pretende aliar a melhoria da eficiência operacional à consolidação da liderança das suas marcas, a qual só é possível com o empenho e talento dos nossos colaboradores que, todos os dias, constroem a qualidade e sucesso dos conteúdos do Grupo, atentos às exigências dos seus públicos e demais *stakeholders*.

Paço de Arcos, 24 de julho de 2025

Pela Administração,

Paulo Miguel dos Reis
Representante para as Relações com o Mercado



opto

sic noticias



SIC CARAS



sic esperança

atelo'r
IMPRESA

Expresso

boa cama
boa mesa

BLITZ

TRIBUNA

gGMS

INFO
PORTUGAL

OBVIO