



RESULTADOS 2020

IMPRESA – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A.
Sociedade Aberta
Capital Social: 84.000.000 Euros
Sede: Rua Ribeiro Sanches, 65, 1200–787 Lisboa
NIPC 502 437 464
Conservatória do Registo Comercial de Lisboa



Conteúdos

1. DESTAQUES	4
1.1. Marcas IMPRESA	4
2. ANÁLISE DAS CONTAS CONSOLIDADAS	6
2.1. Demonstração de Resultados	6
2.2. Fontes de Receita	7
2.3. Endividamento	7
2.4. Segmentos.....	8
2.4.1. Televisão (SIC)	8
2.4.2. IMPRESA Publishing	10
2.4.3. IMPRESA Outras.....	11
3. TÍTULOS DO GRUPO IMPRESA	12
3.1. Ações IMPRESA.....	12
3.2. Obrigações SIC 2019-2022.....	13
4. PRÉMIOS	13
5. PERSPETIVAS	16



RESULTADOS 2020

Resultados Líquidos da IMPRESA aumentaram 43%

EBITDA cresceu 24% e atingiu o melhor resultado operacional desde 2014.

Dívida líquida diminuiu 13,6 M€, registando o valor mais baixo desde 2005.

SIC liderou as audiências com share de 20,1%, o melhor resultado desde 2013.

Circulação total e assinantes digitais do EXPRESSO voltaram a crescer.

2020 foi o ano no qual mais pessoas visitaram os *websites* da IMPRESA.

O ano foi ainda marcado pelo lançamento dos projetos OPTO e ADVNCE.



Os resultados alcançados em 2020 são, antes de mais, o reflexo direto da resiliência, do constante espírito de superação e do continuado empenho da equipa IMPRESA. Cabe aqui enaltecer os valores sempre presentes e a cultura conjuntamente construída que, num ano especialmente desafiante, reuniu colaboradores e *stakeholders* para ultrapassar os desafios enfrentados no cumprimento da missão do Grupo IMPRESA.

Estes resultados foram possíveis dada a confiança depositada pelos leitores e espetadores na qualidade do portfolio IMPRESA para informação e entretenimento.

De salientar também que, no contexto desafiante de execução, a IMPRESA foi capaz de lançar inovação com dois novos produtos: a OPTO e a ADVNCE.

Por outro lado, destaca-se ainda o contributo do rigoroso controlo de custos e do aumento da eficiência operacional.



1. DESTAQUES

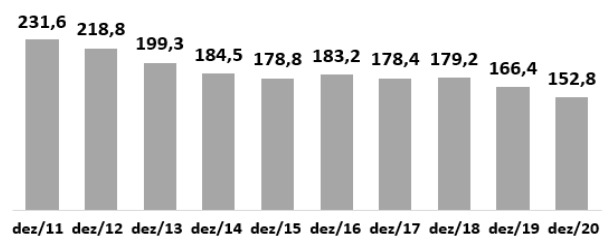
Os **resultados líquidos da IMPRESA em 2020 atingiram 11,2 M€**, um aumento de 3,4 M€ (+43%) relativamente ao ano anterior.

O **EBITDA superou os 31,1 M€**, registando uma melhoria de 24% face a 2019.

As receitas totais do Grupo IMPRESA atingiram 178,1 M€, um decréscimo de 2%, comparativamente a 2019. Para este valor contribuiu, em particular, a diminuição nas receitas de publicidade (-6,1%).

Verificou-se uma **redução de 6,2% nos custos operacionais**.

A **dívida remunerada líquida diminuiu 13,6 M€**, em termos homólogos, fechando 2020 nos **152,8 M€**, o valor mais baixo desde **2005**, ano em que a IMPRESA passou a deter 100% do capital da SIC.



1.1. Marcas IMPRESA



- A **SIC foi líder de audiências em 2020**, no universo dos canais generalistas, com uma média de **20,1% de share, tendo alcançado o melhor resultado anual desde 2013**.
- A **SIC generalista e os canais temáticos**, no seu conjunto, **fecharam o ano em primeiro lugar**, com uma quota de mercado de 23,9% e um crescimento de 0,6 p.p face a 2019.
- A **SIC atingiu 51,3% de quota de mercado do investimento publicitário** entre os canais generalistas, tendo crescido 1,4 p.p. comparativamente a 2019.
- No desempenho anual, **os websites da SIC obtiveram a média mensal mais elevada de sempre em Visitantes Únicos: 2.317.452**.
- No final de 2020, a IMPRESA avançou com **dois projetos inovadores** em Portugal:
 - A **OPTO**, serviço de *streaming* lançado em novembro, é pioneira na venda de subscrições de conteúdos audiovisuais exclusivos.
 - A **ADVANCE**, lançada em dezembro, está disponível nas plataformas de distribuição e é um projeto que pretende albergar a comunidade de eSports.



- **O EXPRESSO foi a publicação mais vendida em Portugal**, liderando a circulação média paga entre todos os jornais e revistas, segundo os dados da APCT, de janeiro a dezembro de 2020.
- Foi a **única publicação em Portugal a crescer nas vendas em bancas**, com um aumento de 1,7%, o qual não se verificava desde 2006.
- Foi também a publicação portuguesa **líder na circulação digital paga**, vendendo, em média, em 2020, **mais de 42 mil exemplares** por edição.
- **A circulação paga** (vendas em banca e digital) do jornal da IMPRESA **cresceu 17,4%, para uma média de 99 mil exemplares** por edição, o que representa o **crescimento mais alto desde 1987**.
- Os **websites da marca EXPRESSO** conquistaram o **melhor resultado anual de que há registo: uma média mensal de 2.543.535 Visitantes Únicos**.

Expresso

Liberdade para pensar.



2. ANÁLISE DAS CONTAS CONSOLIDADAS

2.1. Demonstração de Resultados

(valores em €)	2020	2019	var %
Receitas Totais	178 089 666	181 870 149	-2,1%
Televisão	152 168 537	155 249 404	-2,0%
Publishing	23 272 833	24 188 391	-3,8%
Infoportugal & Outras	2 139 588	2 233 365	-4,2%
Intersegmentos	508 708	198 988	155,6%
Custos Operacionais (1)	146 979 160	156 768 853	-6,2%
Total EBITDA	31 110 506	25 101 296	23,9%
Margem EBITDA	17,5%	13,8%	
Televisão	30 489 830	27 002 248	12,9%
Publishing	3 035 176	274 654	1005,1%
Infoportugal & Intersegmentos	-2 414 500	-2 175 605	-11,0%
Total EBITDA (2)	31 395 471	27 727 134	13,2%
Margem EBITDA (2)	17,6%	15,2%	
Amortizações e Depreciações	5 335 362	5 849 203	-8,8%
EBIT	25 775 144	19 252 094	33,9%
Margem EBIT	14,5%	10,6%	
Resultados Financeiros	-8 890 025	-7 330 997	-21,3%
Res. Antes Imp. e Int. s/ Controlo	16 885 119	11 921 096	41,6%
Provisões e Imparidades	558 001	341 400	63,4%
Imposto (IRC)	5 106 880	3 743 776	36,4%
Resultados Líquidos	11 220 238	7 835 921	43,2%

Notas:

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

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

(2) EBITDA ajustado dos custos de reestruturação.

O Grupo IMPRESA atingiu receitas consolidadas de 178,1 M€, o que representou um total de proveitos inferior em 2,1% ao verificado em 2019.

Os custos operacionais, sem considerar amortizações, depreciações, provisões e perdas por imparidade em ativos não correntes, diminuiram 6,2% face ao período homólogo.



Conforme destacado anteriormente, o **EBITDA consolidado foi positivo em 31,1 M€**, uma melhoria de 23,9% relativamente ao valor apurado em 2019, ano no qual as contas apresentaram um EBITDA de 25,1 M€.

O **EBITDA (2) ajustado de indemnizações foi positivo em 31,4 M€**, valor superior em 13,2% (+ 3,7 M€) ao atingido em 2019.

O **resultado líquido apurado em 2020 alcançou os 11,2 M€**, o que representa um crescimento de 43,2%.

2.2. Fontes de Receita

(valores em €)	2020	2019	var %
Total Receitas	178 089 666	181 870 149	-2,1%
Publicidade	111 322 421	118 525 510	-6,1%
Subscrição Canais	32 939 603	34 308 874	-4,0%
IVR	16 201 650	11 278 342	43,7%
Circulação	10 615 794	9 691 888	9,5%
Outras receitas	7 010 197	8 065 536	-13,1%

Em 2020 verificou-se um **aumento de 9,5% no total das vendas de publicações**, nos formatos em papel e digital.

Ainda no que concerne às fontes de receita, destaca-se o **desempenho positivo dos IVR's**, com um **acréscimo de 43,7%** nas receitas, comparativamente a 2019.

Devido à pandemia de Covid-19, **as receitas de publicidade caíram 6,1%**.

2.3. Endividamento

(valores em €)	2020	2019	Var %
Dívida líquida	152 840 822	166 392 452	-8,1%

Detalhando os valores relativos ao endividamento, verificou-se um decréscimo da **dívida líquida em 8,1%**, o que representa uma redução de 13,6 M€

relativamente ao período homólogo, tendo fechado 2020 nos **152,8 M€**, o **valor mais baixo desde 2005**.



2.4. Segmentos

2.4.1. Televisão (SIC)



(valores em €)	2020	2019	var %
Receitas	152 168 537	155 249 404	-2,0%
Publicidade	99 829 998	105 743 980	-5,6%
Subscrição Canais	32 939 603	34 308 874	-4,0%
IVR	16 201 650	11 278 342	43,7%
Outras receitas	3 197 285	3 918 209	-18,4%
Custos Operacionais (1)	121 678 707	128 247 157	-5,1%
EBITDA	30 489 830	27 002 248	12,9%
Margem EBITDA (%)	20,0%	17,4%	
EBITDA (2)	30 766 249	28 191 439	9,1%
Margem EBITDA (2) (%)	20,2%	18,2%	

Notas:

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

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

(2) EBITDA ajustado dos custos de reestruturação.

A SIC atingiu **receitas totais de 152,2 M€**, refletindo um **decréscimo de 2%**, resultante de uma queda verificada em todas as linhas de receitas, com exceção dos IVR's.

As **receitas de publicidade atingiram 99,8 M€**, uma diminuição de 5,6% comparativamente ao ano de 2019.

A SIC atingiu **51,3% de quota de mercado do investimento publicitário entre os canais generalistas**, tendo crescido 1,4 p.p. comparativamente a 2019.

No 1.º trimestre de 2020, período pré-pandemia, destacou-se o desempenho positivo da SIC em todas as linhas de receitas publicitárias, com um crescimento homólogo de 9%.

As **receitas de subscrição** geradas pela distribuição dos 8 canais da SIC, via cabo e satélite, em Portugal e no estrangeiro, **decreceram 4%** em 2020, para **32,9 M€**. Esta quebra deveu-se, sobretudo, à negociação de contratos com operadores internacionais.

As **receitas de IVR's** apresentaram um **crescimento de 43,7%**, ascendendo a **16,2 M€**.

A **redução de 5,1%** (6,6 M€) **nos custos operacionais** foi superior à diminuição de receitas (3,1 M€), resultando num **acréscimo de 12,9% no EBITDA**, para **30,5M€**. O **EBITDA ajustado de indemnizações atingiu 30,8 M€**.



Audiências

A **SIC terminou 2020 na liderança das audiências**, no universo dos canais generalistas, com uma média de **20,1% de share**, em dados consolidados. Este valor foi superior em 0,6 p.p. ao valor do período homólogo, tendo a SIC sido o único canal FTA a subir no total de televisão.

Não considerando os jogos de futebol, **os 5 programas de informação e entretenimento mais vistos** da televisão portuguesa, em 2020, foram transmitidos na SIC.

A entrevista a António Costa no *Jornal da Noite*, no dia 16 de março, foi o programa de informação mais visto, com 1.893.300 telespetadores.

O programa humorístico, *Isto é Gozar Com Quem Trabalha*, apresentado por Ricardo Araújo Pereira, estreou em março a liderar com resultados históricos, tendo a edição do dia 26 de abril sido o programa de entretenimento com maior audiência em 2020.



A SIC consolidou a liderança no **prime time**, no universo dos canais generalistas, com uma média de 24,3% de share em dados consolidados, no universo dos canais generalistas, o que representa um aumento de 2,4 p.p. face a 2019, e única subida no total televisão.

Para este resultado, contribuiu o **desempenho dos produtos de ficção** transmitidos no horário nobre, nomeadamente as novelas *Nazaré*, *Terra Brava*, *Golpe de Sorte*, *A Dona do Pedaco*, *Amor de Mãe* e *Totalmente Demais*, bem como o **entretenimento ao fim de semana**: *A Máscara*, *Isto é Gozar Com*

Em 2020, as audiências da SIC alcançaram o seu melhor resultado anual desde 2013.

Quem Trabalha, 24 Horas de Vida, A Árvore dos Desejos, Estamos Aqui, Olha Por Mim, Terra Nossa, Quem Quer Namorar com o Agricultor?, O Noivo é que Sabe e Patrões Fora.



No **day time**, a SIC manteve-se imbatível. Liderou nas manhãs, com 20,2% de share, e nas tardes, com 18,6% de share, em dados consolidados.

Na **informação**, o *Primeiro Jornal* e o *Jornal da Noite* foram os mais vistos nos 7 dias de semana. Para este sucesso contribuíram também as diferentes rubricas transmitidas, como a *Opinião de Luís Marques Mendes*, *O Polígrafo*, as Investigações e Reportagens SIC, *Casos de Polícia*, *15|25*, além do acompanhamento diário dos desenvolvimentos relativos à pandemia de Covid-19.

No seu conjunto, a **SIC generalista e os canais temáticos** fecharam 2020 com uma **quota de mercado de 23,9%**, o que reflete um crescimento de 0,6 p.p., em comparação com 2019. Nos **targets comerciais**, A/B C D 15/54 e A/B C D 25/54, **o universo de canais SIC terminou o ano a liderar com 22,9% e 23,1% de share**, respetivamente.

Os **canais por subscrição** da SIC alcançaram uma **quota de mercado de 3,8%**, no acumulado do ano.



A **SIC Notícias manteve o primeiro lugar dos canais de informação**, com 2,2% de share, tendo registado uma subida de 0,4 p.p. em relação ao período homólogo.

O canal alcançou o seu **melhor resultado de sempre em número de telespetadores** (50.400), além do **melhor resultado em share e a maior diferença relativamente à concorrência direta**, desde que existe o painel de medição de audiências da GfK (março 2012).

No que concerne aos **restantes canais temáticos**, a SIC Mulher alcançou uma quota de mercado de 0,8%, a SIC K de 0,4%, a SIC Radical de 0,3%, e a SIC Caras de 0,2%.

O agregado de **websites da marca SIC**, conseguiu alcançar, em 2020, a **média mensal de Visitantes Únicos mais elevada de sempre: 2.317.452**. Este valor representa um crescimento de 27,6% em relação ao período entre janeiro e dezembro de 2019.

2.4.2. IMPRESA Publishing

Expresso

BLITZ

boa cama boa mesa

TRIBUNA

(valores em €)	2020	2019	var %
Receitas	23 272 833	24 188 391	-3,8%
Circulação	10 615 794	9 691 888	9,5%
Publicidade	11 483 285	12 767 743	-10,1%
Produtos alternativos	159 909	312 540	-48,8%
Outras receitas	1 013 845	1 416 221	-28,4%
Custos Operacionais (1)	20 237 657	23 913 738	-15,4%
EBITDA	3 035 176	274 654	1005,1%
Margem EBITDA (%)	13,0%	1,1%	
EBITDA (2)	3 036 557	1 700 765	78,5%
Margem EBITDA (2) (%)	13,0%	7,0%	

Notas:

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

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

(2) EBITDA ajustado dos custos de reestruturação.

A **IMPRESA Publishing alcançou 23,3 M€ em receitas totais**, o equivalente a um decréscimo de 3,8%, que refletiu os efeitos da pandemia na economia portuguesa e no setor.

Detalhando por fonte, **as receitas de circulação cresceram 9,5% para 10,7M€**,

destacando-se, pela positiva, os proveitos relativos à **subscrição digital do EXPRESSO**, os quais **aumentaram em 42%**, em termos homólogos.

Também as receitas de vendas do **EXPRESSO em papel cresceram 3,6%**, algo que não acontecia desde 2006.



As receitas de publicidade atingiram **11,5 M€**, com uma queda de **10,1%**, quando comparadas com os valores de 2019.

A aposta **no digital** refletiu-se no peso no total das receitas de publicidade e circulação, representando atualmente **21,4% de proveitos da área do Publishing**.

A redução de receitas, aliada à **diminuição dos custos operacionais em 15,4%**, resultou num **EBITDA positivo de 3 M€**, mais **2,8M€** que o registado nas contas de 2019.

O **EXPRESSO** foi a **publicação mais vendida em Portugal**, com uma média de **circulação paga (vendas em banca e digital) de 99 mil exemplares por edição**, segundo os dados da APCT, de janeiro a dezembro de 2020.



O **EXPRESSO** é a **publicação portuguesa número 1 na circulação digital paga**, com uma média de **mais de 42 mil exemplares vendidos por edição**.

Os **websites** da marca **EXPRESSO** conquistaram **o melhor resultado anual** de que há registo, com uma média mensal de **2.543.535 Visitantes Únicos**. Este valor representa um crescimento de **31,3%** face a 2019.

2.4.3. IMPRESA Outras



(valores em €)	2020	2019	var %
Receitas	2 648 296	2 432 353	8,9%
Infoportugal	2 139 588	2 233 365	-4,2%
Intersegmentos & Outras	508 708	198 988	155,6%
Custos Operacionais (1)	5 000 395	4 607 958	8,5%
EBITDA	-2 352 099	-2 175 605	-8,1%

Notas:

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

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



A **Infoportugal** atingiu **receitas operacionais de 2,1 M€**, refletindo um decréscimo de 4,2% relativamente a 2019.

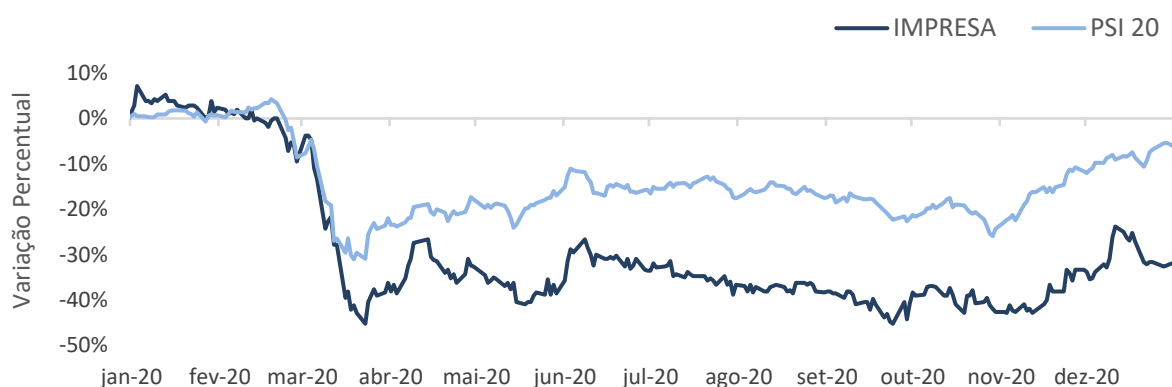
Em 2020, manteve-se o forte crescimento na área de **cartografia**. Já os projetos de **fotografia aérea** foram adiados devido à pandemia de Covid-19.

Em termos de resultados consolidados, o **EBITDA** deste segmento foi negativo, no montante de **2,4 M€**.

3. TÍTULOS DO GRUPO IMPRESA

3.1. Ações IMPRESA

Evolução da cotação da IMPRESA e do Índice PSI 20 em 2020



Dados: Euronext

Não obstante a recuperação dos mercados financeiros após o *sell-off* por conta da pandemia de Covid-19, a generalidade dos índices europeus encerrou 2020 abaixo de 2019. O **Euro Stoxx 600** terminou o ano com uma desvalorização de 4,0%, o **PSI-20** registou um decréscimo de 6,1% e o índice que acompanha o setor dos media na Europa, o **Euro Stoxx Media**, fechou o mês de dezembro com uma queda de 2,3%.

A **cotação da IMPRESA** acompanhou a tendência de queda, terminando dezembro a desvalorizar 31,9%, em comparação ao final de 2019, tendo sido registada,

todavia, uma recuperação de 14,9% no 4.º trimestre do ano.

As ações fecharam o ano a valer 0,143€/ação, sendo que o valor de fecho máximo atingido em 2020 foi 0,225€, alcançado no início de janeiro.

No que concerne à liquidez, os **volumes de transação** apresentaram uma diminuição de 59% face à média do período homólogo, refletindo uma média de 215.085 ações transacionadas por sessão, comparativamente à média de 526.340 ações por sessão, entre janeiro e dezembro de 2019.

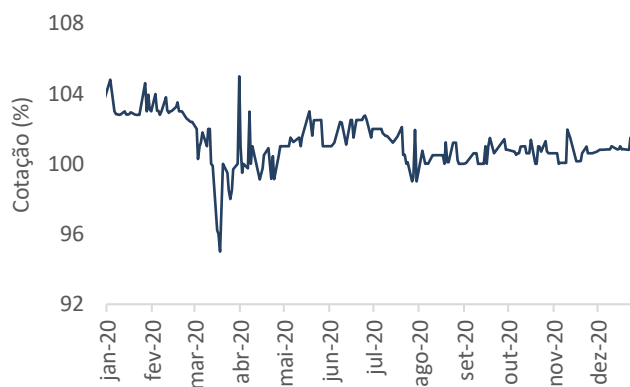


3.2. Obrigações SIC 2019-2022

As **Obrigações SIC 2019-2022**, admitidas à negociação em mercado regulamentado (Euronext Lisbon), no dia 10 de julho de 2019, terminaram o ano de 2020 a transacionar acima do par (100,81%), tendo oscilado entre 95% e 104,99%, durante este período.

O número médio de obrigações transacionadas em cada sessão do ano foi de 17.230.

Cotação Obrigações SIC 2019-2022



Dados: Euronext

4. PRÉMIOS

À semelhança dos anos anteriores, as marcas IMPRESA continuam a ser distinguidas pela sua qualidade. Destacam-se os seguintes prémios, atribuídos durante o ano de 2020:

SIC

Em janeiro de 2020, foi atribuído à SIC o **Prémio Cinco Estrelas 2020**, na categoria "TV – Canais Generalistas". A estação voltou a repetir a proeza no final do ano, ao vencer também o **Prémio Cinco Estrelas 2021**, na mesma categoria.



Informação".

A SIC arrecadou o **Prémio Escolha do Consumidor** na categoria "Canal Generalista", assim como a SIC Notícias, que venceu como "Canal de

Na segunda metade do ano, a SIC recebeu ainda dois **Prémios Reputação**, atribuídos pela Executive Digest e pela Consultora OnStrategy, bem como o **Prémio Marketeer – TV Media**.

Foram duas as reportagens da SIC distinguidas com o **Prémio Cooperação e Solidariedade António Sérgio 2019**: João Faiões recebeu o Prémio de Jornalismo pela reportagem "Nós ainda estamos aqui", e Catarina Marques recebeu uma Menção Honrosa na mesma categoria, pela reportagem "E de nós, quem cuida?".

A Grande Reportagem da SIC "Ensaio sobre a saúde na Guiné-Bissau", assinada por Dulce Salzedas, Rafael Homem e Luís Gonçalves, foi distinguida com o **Primeiro Prémio de Jornalismo de Direitos Humanos & Integração 2019 da Comissão Nacional da UNESCO**. Também a Grande Reportagem "Visíveis", da autoria de Sofia Pinto Coelho e Mariana



Teófilo da Cruz recebeu o mesmo Prémio na edição de 2020. Já a Sociedade Portuguesa de Autores entregou o **Prémio de Melhor Programa de Informação** à Grande Reportagem “Plástico Nosso de Cada Dia”, de Carla Castelo.

O Prémio de **Melhor Trabalho Jornalístico** do **Clube de Jornalistas Apifarma**, na categoria foi atribuído à reportagem "No Coração do Hospital", da autoria de Catarina Marques.

Nos **Prémios de Marketing** da revista **Meios & Publicidade**, *O Programa da Cristina* e *O Polígrafo* receberam o **Prémio Prata**. A iniciativa “Tenho Cancro e Depois”, da SIC Notícias, em parceria com a Novartis, recebeu o **Prémio Bronze**. A jornalista Paula Castanho foi distinguida com uma menção honrosa nos **Prémios de Jornalismo da Liga Portuguesa Contra o Cancro** pela peça “Cancro da Próstata”, do programa da SIC Mulher *Retratos da Saúde*.

A reportagem “Entregues à Sorte”, da autoria de Amélia Moura Ramos, recebeu o **Prémio AMI – Jornalismo Contra a Indiferença**, e o Primeiro Prémio na categoria “Televisão”, nos **Prémios de Jornalismo “Os Direitos da Criança em Notícia”**. Neste último, foram ainda entregues menções honrosas a duas reportagens de Ana Catarina Marques (“Em Nome dos Pais, dos Filhos e do Espírito Livre” e “O Todo é Maior que a Soma das Partes”) e a duas reportagens de Pedro Manuel Coelho (“Via Sacra” e “Amina: Uma jovem Afegã entre dois Mundos”).

No que respeita ao entretenimento, a SIC foi galardoada nos **Prémios Fantastic 2020**, nas seguintes categorias:

Melhor Programa de Entretenimento

Árvore dos Desejos

Melhor Apresentador

João Manzarra (*Árvore dos Desejos*)

Melhor Magazine ou Programa Cultural

À Descoberta Com...

Melhor Telenovela ou Série Diária

Nazaré

Melhor Ator Principal

José Mata (*Nazaré*)

Melhor Atriz Principal

Mariana Monteiro (*Terra Brava*)

Melhor Ator Secundário

Renato Godinho (*Terra Brava*)

Melhor Atriz Secundária

Laura Dutra (*Nazaré*)

Prémio Revelação

Guilherme Moura (*Nazaré*)

Duas novelas da SIC, produzidas pela SP Televisão, foram galardoadas na 21.^a edição do **World Media Festivals - Television & Corporate Media Awards**.

Terra Brava e *Nazaré* venceram a **Medalha de Ouro** e a **Medalha de Prata**, respetivamente, na categoria “Telenovela”.



Em outubro, o entretenimento e a informação da SIC viram, mais uma vez, a sua a qualidade reconhecida nos **Troféus Impala de Televisão**:

**Melhor Telenovela**

Nazaré

Melhor Ator Principal

Afonso Pimentel (*Nazaré*)

Melhor Ator de Elenco

João Baptista (*Terra Brava*)

Melhor Música de Genérico

Mariza (Terra Brava)

Melhor Série

Golpe de Sorte

Melhor Atriz de Série

Maria João Abreu (*Golpe de Sorte*)

Melhor Humorista

César Mourão

Melhor Programa de Entretenimento

Terra Nossa

Melhor Programa Social

Passadeira Vermelha

Melhor Programa de Informação

Jornal da Noite

Melhor Jornalista / Apresentador

Rodrigo Guedes de Carvalho

Melhor Jornalista / Apresentadora

Clara de Sousa

Melhor Jornalista /Repórter

Conceição Lino

Melhor Comentador

Luís Marques Mendes

Melhor Programa de Informação Cultural

Cartaz Cultural

Os **Prémios Quinto Canal 2020** distinguiram *Isto é Gozar com quem Trabalha* (Melhor Programa de Entretenimento), *A Máscara* (Programa Revelação do Ano), César Mourão (Melhor Apresentador de Entretenimento), Clara de Sousa (Melhor Jornalista Feminina) e Rodrigo Guedes de Carvalho (Melhor Jornalista Masculino).

A SIC foi novamente galardoada nos **Prémios M&P Criatividade em Autopromoção & Inovação em Media**, tendo sido premiada com Ouro, Prata e Bronze em várias das categorias nas quais estava nomeada.

EXPRESSO

O jornal EXPRESSO foi outra das marcas do Grupo IMPRESA galardoada com o **Prémio Escolha do Consumidor e Prémio Cinco Estrelas**, na categoria “Jornais Semanários”.

A reportagem do EXPRESSO “Pareciam foguetes de lágrimas”, assinada por Raquel Moleiro, recebeu o **Primeiro Prémio de Jornalismo de Direitos Humanos & Integração – Comissão Nacional da UNESCO**.

O trabalho “Ou durmo ou morro”, da jornalista Helena Bento, foi distinguido na categoria “Jornalismo Digital” com o **Prémio Clube de Jornalistas Apifarma**.

“O Lugar Onde Nem Eu Nem Tu Queremos Viver”, reportagem assinada por Marta Gonçalves, recebeu o **Prémio AMI - Jornalismo contra a Indiferença**. Foram ainda distinguidos com menções honrosas: “Os refugiados na hora, difícil, da chegada”, “Refugiados: O lado lunar da integração”, “O refúgio é um lugar incerto” e “Forbidden Stories. Morte no lago”.

“Em Nome do Filho”, de Luciana Leiderfarb, recebeu uma menção honrosa do **Prémio de Jornalismo “Os Direitos da Criança em Notícia”**.

Nos **Prémios M&P Criatividade em Autopromoção & Inovação em Media**, o EXPRESSO recebeu distinção Prata no



prémio Sustentabilidade, em parceria com Bordalo II, na categoria de Criatividade em Autopromoção.

O EXPRESSO foi também distinguido com vários Prémios ObCiber, nas categorias:

Infografia Digital

“A volta ao mundo em 200 mensagens”

Reportagem Multimédia

“Eles dão a vida pelos outros. Mas o que fazemos nós pelos cuidadores informais?”

“O muro caiu e eles nasceram”

Narrativa vídeo digital

“Como é a vida nas escolas que nunca fecharam para acolher os filhos de quem combate a covid-19”

5. PERSPETIVAS

O ano de 2020 foi um ano atípico por conta da pandemia de Covid-19. Face à incerteza que esta situação ainda regista, a IMPRESA continuará a implementar procedimentos para proteger a saúde dos seus trabalhadores, a monitorizar as implicações económicas da Covid-19, e, em particular, a identificação de potenciais fontes de risco para a atividade das suas subsidiárias.

As marcas da IMPRESA demonstraram já a sua força e resiliência, refletida numa performance operacional positiva.

Em 2021, compete-nos consolidar os resultados atingidos em 2020, com o foco na liderança da SIC e do EXPRESSO, acompanhada de um rigoroso controlo de custos e de uma cuidada monitorização de riscos, visando a contínua melhoria da margem operacional e a redução da dívida líquida.

Os dois projetos lançados no âmbito do Plano Estratégico para o triénio 2020-2022, OPTO e ADVNCE, serão acelerados em 2021, devendo também a IMPRESA continuar a expandir a sua atividade para novas plataformas e assim atingir novas e maiores audiências .

Na qualidade de maior grupo de comunicação social português, a IMPRESA está ciente que as suas marcas desempenham um papel particularmente importante em situações como a que vivemos, em que a informação atualizada, rigorosa e credível a par de um entretenimento estimulante são determinantes na resposta ao presente contexto pandémico.

As marcas IMPRESA, nas suas diversas plataformas, assegurarão, como sempre, a missão de interesse público deste Grupo:

- informar a sociedade portuguesa com a independência e rigor que lhes é reconhecido e transmitir de forma clara as mensagens institucionais de relevo; e
- proporcionar um entretenimento que promova a satisfação e bem estar dos seus diferentes públicos.



Lisboa, 18 de março de 2021

Pela Administração

Cristina Barroso

Dir. Controlo Gestão e Execução Estratégica

Paulo Miguel dos Reis

Responsável das Relações com o Mercado

www.impresa.pt



opto

SIC
NOTÍCIAS

sicmulher

SIC
RADICAL

SIC

SIC
CARAS



ADVANCE
WORLD OF GAMING & SPORTS

VCLANTE SIC

SIC
esperança

Expresso

boa cama
boa mesa

BLITZ

TRIBUNA

INFO
PORTUGAL



olhares
fotografia online

atelier
IMPRESA