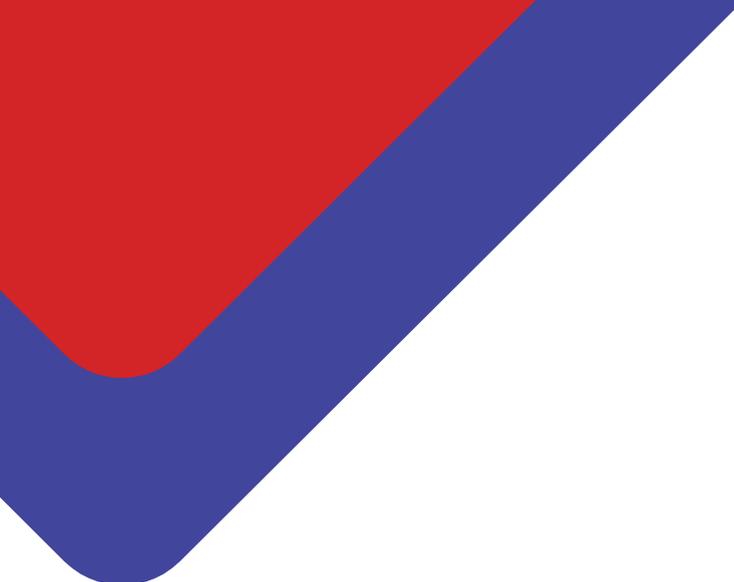


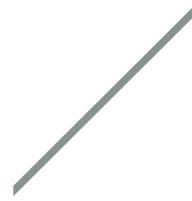
# RESULTADOS 2022



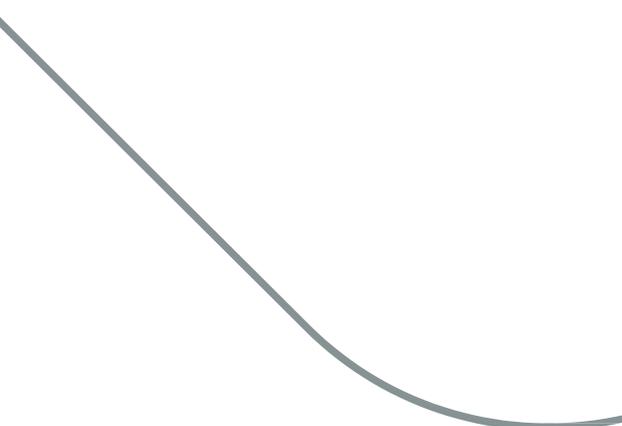
SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.  
Capital Social: 10.328.600 Euros  
Sede: Rua Calvet de Magalhães, n.º 242, 2770-022 Paço de Arcos  
NIPC 501 940 626  
Conservatória do Registo Comercial de Cascais



# CONTEÚDOS



1. CONTAS CONSOLIDADAS	3
2. AUDIÊNCIAS	5
3. OBRIGAÇÕES SIC	6
4. PRÉMIOS	6
5. PERSPETIVAS	7



EBITDA da SIC, ajustado de custos de reestruturação, atingiu 18,1 M€

Resultado Líquido foi positivo no valor de 7,4 M€

SIC celebrou o quarto ano consecutivo na liderança das audiências com 17,1% de share

SIC atingiu 48,3% de quota de mercado do investimento publicitário entre generalistas

## 1. CONTAS CONSOLIDADAS



(valores em M€)	2022	2021	var %
Receitas	159,9	165,0	-3,1%
Custos Operacionais (1)	142,8	136,3	4,8%
EBITDA	17,1	28,7	-40,4%
Margem EBITDA (%)	10,7%	17,4%	
EBITDA (2)	18,1	28,7	-37,1%
Margem EBITDA (2) (%)	11,3%	17,4%	
Resultados Líquidos	7,4	16,5	-55,2%

### 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, em 2022, atingiu receitas totais de 159,9 M€, um decréscimo de 3,1%, embora este tivesse sido o segundo melhor resultado, em termos de faturação, desde 2016.

A SIC representou 48,3% de quota de mercado do investimento publicitário entre os canais generalistas.

Os custos operacionais aumentaram 4,8%, sendo este desvio justificado maioritariamente pelos custos com a cobertura da guerra na Ucrânia e pelo ataque informático de que o Grupo IMPRESA foi alvo no início do ano. Acresce ainda a subida de custos energéticos e dos decorrentes do aumento de competitividade da grelha.

O EBITDA apurado em 2022 atingiu 17,1 M€, enquanto o EBITDA ajustado de custos de reestruturação foi de 18,1 M€.

O resultado líquido apurado em 2022 foi positivo, no valor de 7,4 M€.



## 2. AUDIÊNCIAS

A SIC terminou 2022 a liderar no universo dos canais generalistas, alcançando uma média de 17,1% de share, em dados consolidados. Nos targets comerciais – A/B C D 15/54 e A/B C D 25/54 – a SIC conquistou também o primeiro lugar no universo dos canais generalistas, com 13,1% e 13,0% de share, respetivamente.

Para além da liderança no total diário, a SIC manteve a primeira posição no *prime time* e atingiu, no universo dos canais generalistas, uma média de 19,5% de share, em dados consolidados.

Para este resultado contribuiu o bom desempenho dos vários produtos de ficção que a SIC transmitiu no horário nobre e os programas de entretenimento ao fim de semana.

A SIC continuou imbatível no *day time*, a liderar no período horário da manhã (entre as 08h e as 14h) com 17,7% de share. O programa *Casa Feliz* foi o mais visto nas manhãs dos dias úteis. O canal destacou-se também no período da tarde (entre as 14h e as 20h) com 16,3% de share.

Na informação, o *Primeiro Jornal* e o *Jornal da Noite* lideraram nos sete dias da semana. Este sucesso é também atribuído às diferentes rubricas transmitidas ao longo do ano, como “Guerra Fria”, “Opinião de Luís Marques Mendes”, “Polígrafo SIC”, “Essencial”, “Grande Reportagem” e “Reportagem Especial”.

A SIC generalista e os canais temáticos terminaram o ano 2022 com uma quota de mercado de 20,8%.

---

Nos *targets* comerciais (A/B C D 15/54 e A/B C D 25/54), o universo de canais SIC foi o mais visto, com 17,6% e 17,8% de share, respetivamente.

---

No que concerne aos canais por subscrição, alcançaram uma quota de mercado de 3,8%, o que representa uma subida de 0,2 pontos percentuais face a 2021.

A SIC Notícias registou o melhor resultado desde a implementação do painel de medição de audiências da Gfk/CAEM, atingindo uma quota de mercado de 2,3% de share, traduzido num crescimento de 0,2 pontos percentuais relativamente a 2021.

A SIC Mulher terminou o ano com um share de 0,7%, a SIC Radical de 0,3%, a SIC Caras de 0,3% e a SIC K de 0,2%.

O agregado de *websites* da marca SIC, conseguiu conquistar um novo recorde em 2022, tendo alcançado o melhor ano de sempre no que respeita ao número médio mensal de Visitantes Únicos: 3,2 milhões. Este valor representa um crescimento de 21,3% de Cobertura Máxima face ao período homólogo. Há que salientar que ambos os semestres de 2022 representaram os melhores resultados alguma vez alcançados pela marca SIC no digital.

## 3. OBRIGAÇÕES SIC

Em 11 de julho de 2022, a SIC procedeu ao reembolso final das Obrigações SIC 2019-2022, admitidas à negociação em mercado regulamentado (Euronext Lisbon) no dia 10 de julho de 2019, concluindo assim uma primeira operação, pioneira no setor da comunicação social em Portugal.

As Obrigações SIC 2021-2025, admitidas à negociação em mercado regulamentado (Euronext Lisbon) no dia 11 de junho de 2021, negociaram acima do par durante a maior parte do ano, oscilando entre 99% e 102,98% ao longo de 2022.

## 4. PRÉMIOS

SIC, SIC Radical, SIC Mulher, SIC Caras e SIC K conquistaram a distinção “Escolha do Consumidor”, em 2022. A SIC Notícias foi distinguida com o Prémio Cinco Estrelas, na categoria “Canal de Informação”.

A SIC recebeu, novamente, o Prémio de Reputação, atribuído pela Consultora OnStrategy. Foi também premiada com o Prémio *Marketeer*, na categoria “TV – Media” e com o Prémio Media Partner do Ano pela cobertura da Final Four da Taça da Liga. SIC e SIC Notícias foram distinguidas nos Prémios M&P Criatividade em Autopromoção & Inovação em Media.

O Grande Prémio Jornalismo em Saúde da APIFARMA e do Clube e Jornalistas foi para a reportagem “Estado Crítico”. A Reportagem Especial “Os Maestros das Emoções” foi galardoada na categoria de Televisão, tendo recebido, também em 2022, o Prémio de “Jornalismo na Área da Dor” da Associação Portuguesa para o Estudo da Dor e da Fundação Grunenthal, bem como o Prémio na área do Audiovisual atribuído pela Liga Portuguesa Contra o Cancro.

“A Saúde Mental das Crianças e dos Jovens” recebeu o terceiro Prémio de Jornalismo da Sociedade Portuguesa de Psiquiatria e Saúde Mental. “O Espaço Entre Nós” foi a grande vencedora do Prémio de Comunicação Corações Capazes de Construir, da Associação Corações com Coroa.

“O Sol, Quando Nasce” recebeu o Prémio de Jornalismo “Os Direitos das Crianças em Notícia”, na categoria de Televisão. A reportagem “Alentejo, Azeite e Água” venceu o prémio Gazeta, também na categoria de Televisão. As reportagens “Líbano”, e “À Margem” receberam menções honrosas nos Prémios de Jornalismo Direitos Humanos & Integração.

A novela “A Serra”, foi distinguida com a medalha de prata na categoria de novela do 23.º World Media Festival, e recebeu o prémio bronze na categoria “Entertainment Special” do New York Festivals – TV & Film Awards. As séries dramáticas “A Generala” e “O Clube”, ambas da plataforma de *streaming* OPTO, arrecadaram a prata na categoria “*Streaming*”. Os Prémios Fantastic 2022 galardoaram o programa “Isto é Gozar com Quem Trabalha” com o Prémio de Melhor Programa de Entretenimento.

## 5. PERSPETIVAS

Em 2022 iniciou-se um novo período de profundas transformações socioeconómicas cujas consequências futuras permanecem incertas. Os efeitos diretos e indiretos da guerra na Ucrânia, as mudanças nas dinâmicas sociais decorrentes de anos de confinamento, os desenvolvimentos tecnológicos e a alteração das condições macroeconómicas continuam a ter um inegável impacto no consumo e nas organizações.

Em termos estratégicos, no último ano, a IMPRESA concluiu mais um ciclo e, em Outubro, partiu para a implementação de um novo Plano, a completar até ao final de 2025, que trará o Grupo para um novo patamar de relevância, eficiência e rentabilidade. A meta, para o final de 2025, é alcançarmos um crescimento de 15 a 20% na nossa faturação. Até lá, pretendemos, por exemplo, triplicar o peso das receitas oriundas da atividade digital.

As marcas IMPRESA lideram e têm conquistado, ano após ano, a preferência dos seus telespetadores e leitores, aos quais se somam também agora os seus ouvintes. Desde 2020, o Grupo lançou as bases para o posicionamento em áreas em expansão, como o *streaming*, o *branded content* e o áudio.

Especificamente em 2023, a IMPRESA focar-se-á em acelerar o desenvolvimento da sua atividade no meio digital e na transformação dos seus processos e métodos de trabalho. Responderá aos objetivos de crescimento de faturação e de melhoria da margem operacional, através do complemento com novas fontes de receita e da contínua aposta em eficiência e na qualidade, competitividade e diversificação da oferta de conteúdos nos seus múltiplos canais.

Os muitos desafios com que o Grupo se tem deparado apenas foram ultrapassados através da excelência e empenho das suas equipas, a par da confiança que os stakeholders da IMPRESA continuam a depositar no nosso trabalho. Deixamos, em especial este ano, uma palavra de agradecimento a todos.

Acreditamos que, juntos, podemos levar mais longe a nossa paixão pela atividade dos media.

Paço de Arcos, 9 de março de 2023

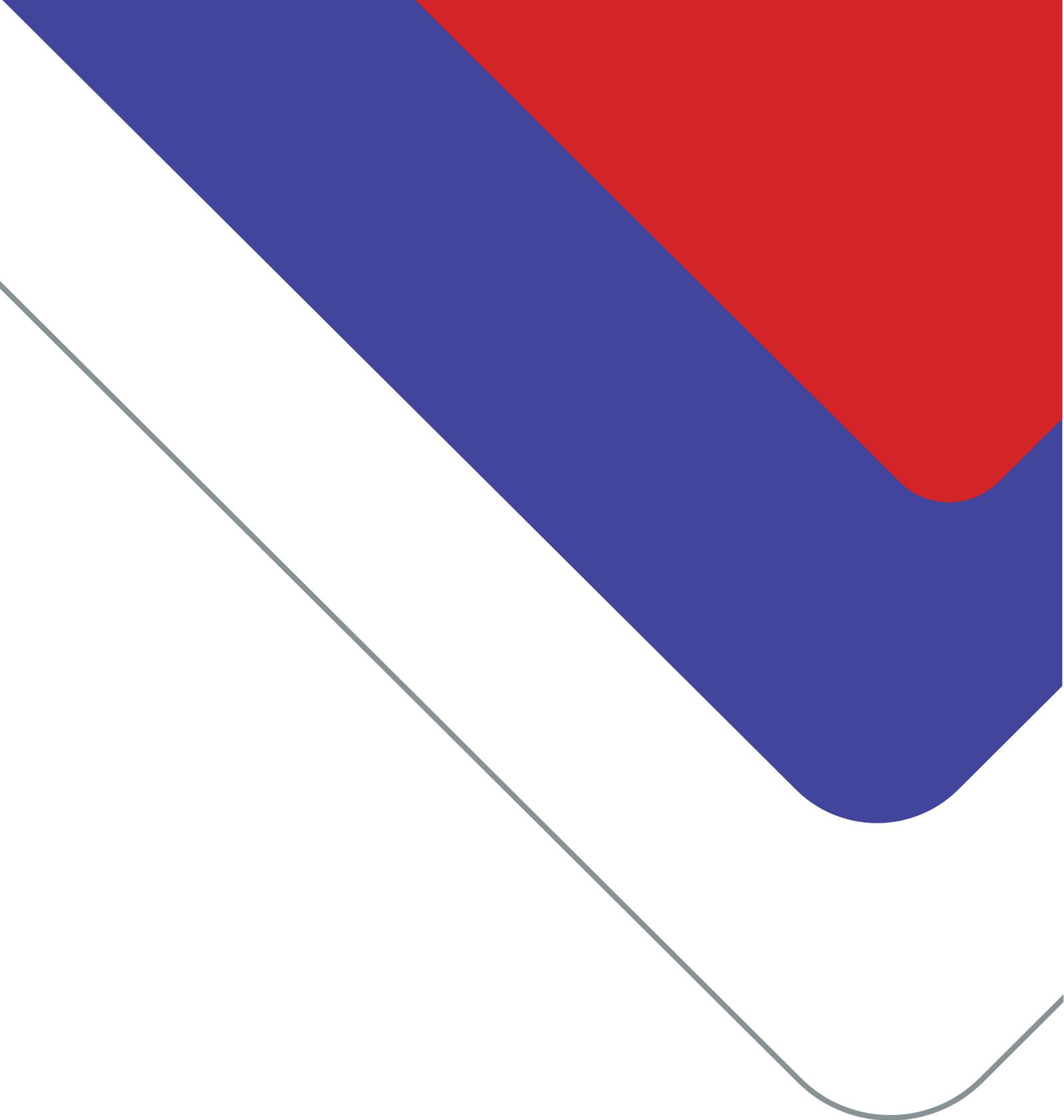
Pela Administração,

**Cristina Barroso**

Dir. Controlo Gestão e Execução Estratégica

**Paulo Miguel dos Reis**

Responsável das Relações com o Mercado



opto

SIC NOTÍCIAS

SIC RADICAL

sicmulher

SIC

SIC CARAS



ADVANCE

VOLANTE SIC

SIC esperança