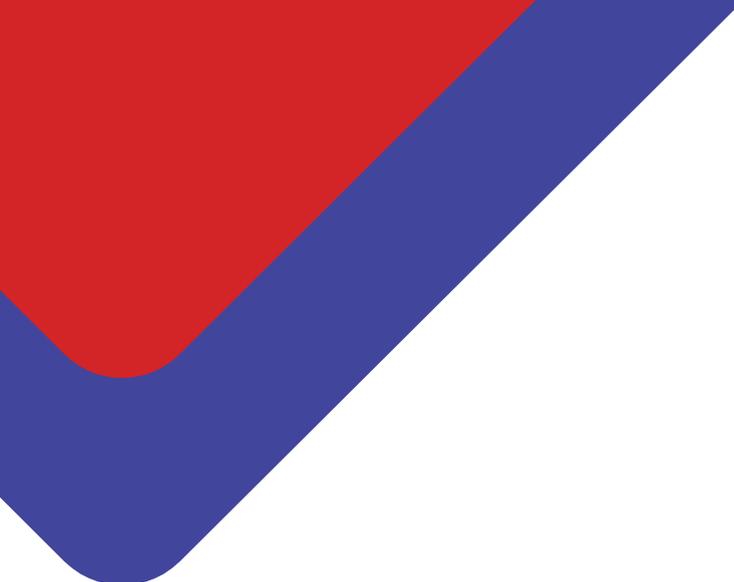


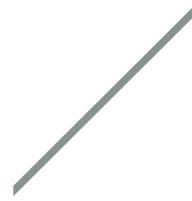
RESULTADOS 1º SEMESTRE 2023



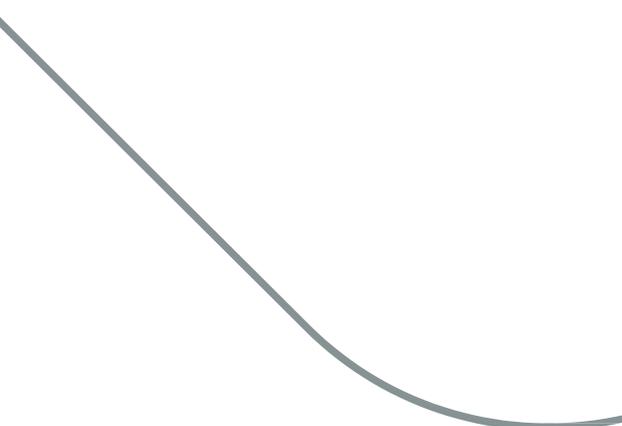
SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.
Capital Social: 10.328.600 Euros
Sede: Rua Calvet de Magalhães, n.º 242, 2770-022 Paço de Arcos
NIPC 501 940 626
Conservatória do Registo Comercial de Cascais



CONTEÚDOS



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



SIC consolida a liderança

- A otimização da gestão da grelha de programação televisiva permitiu diminuir os custos operacionais em 2,9%
- O EBITDA da SIC ajustado dos custos de reestruturação atingiu 3,9 M€
- O resultado líquido foi positivo em 0,6 M€
- A SIC manteve a liderança das audiências com 15,8% de share e é o canal mais visto há 53 meses
- A SIC generalista e canais temáticos foram os mais vistos nos *targets* comerciais - A/B C D 15/54 e A/B C D 25/54

1. CONTAS CONSOLIDADAS



(valores em M€)	1º Sem 23	1º Sem 22	var %
Receitas	73,4	77,0	-4,8%
Custos Operacionais (1)	69,9	71,9	-2,9%
EBITDA	3,5	5,1	-31,6%
Margem EBITDA (%)	4,7%	6,6%	
EBITDA (2)	3,9	5,1	-23,9%
Margem EBITDA (2) (%)	5,3%	6,6%	
Resultados Líquidos	0,6	1,0	-40,0%

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 SIC atingiu 73,4 M€ de receitas totais no primeiro semestre, comparativamente a 77 M€ registados no mesmo período de 2022.

A SIC representou 50% de quota de mercado do investimento publicitário entre os canais generalistas, entre janeiro e junho de 2023.

Os custos operacionais reduziram 2,9%, devido à otimização da gestão da grelha de programação televisiva.

O EBITDA da SIC no primeiro semestre de 2023 atingiu 3,5 M€ e o EBITDA ajustado dos custos de reestruturação foi de 3,9 M€.

O resultado líquido apurado nos primeiros seis meses de 2023 foi positivo, no valor de 0,6 M€.



2. AUDIÊNCIAS

A SIC terminou o primeiro semestre de 2023 a liderar no universo dos canais generalistas, alcançando uma média de 15,8% 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 12,7% e 12,3% 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 18,5% de share, em dados consolidados.

Para este resultado contribuiu o bom desempenho dos vários produtos de ficção que a SIC transmitiu no horário nobre, nomeadamente as novelas *Sangue Oculto*, *Flor Sem Tempo*, *Por Ti*, *Dona Flor e Seus Dois Maridos*, *Um Lugar ao Sol* e *Pantanal*, bem como o entretenimento ao fim de semana, com os programas *Terra Nossa*, *Tabu*, *All You Need is Love*, *Isto é Gozar Com Quem Trabalha*, *Vale Tudo*, *Os Traidores* e *Salve-se Quem Puder*.

Vale Tudo em Direto e Isto é Gozar com Quem Trabalha foram os programas mais vistos do semestre. No top 20 de programas com maior audiência (sem futebol), 11 são da SIC.

Nos primeiros seis meses do ano, a SIC continuou a liderar nas manhãs, com 16,3% de share. No período horário da tarde, a SIC terminou o semestre com 14,4% de share e, em *late night*, o canal conquistou a preferência da audiência com 15,1% de share.

Na informação, o *Primeiro Jornal* e o *Jornal da Noite* continuaram imbatíveis, a liderar nos sete dias da semana. Este sucesso é também atribuído às diferentes rubricas transmitidas, como a *Opinião de Luís Marques Mendes*, *O Polígrafo SIC*, *Guerra Fria* e *Essencial*.

A SIC generalista e os canais temáticos terminaram o primeiro semestre de 2023 com uma quota de mercado de 19,7%.

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 17,3% e 17,1% de share, respetivamente.

No que concerne aos canais por subscrição, alcançaram uma quota de mercado de 3,9%.

A SIC Notícias atingiu uma quota de mercado de 2,1% de share, a SIC Mulher de 1,1%, a SIC Caras de 0,3%, a SIC Radical e SIC K de 0,2%.

A SIC Notícias foi o canal de informação líder no target composto pelas classes mais altas e público mais ativo (ABC 25/54), com 3,7% de share.

A SIC Mulher terminou o semestre com o melhor resultado de sempre no painel da GfK (desde março de 2012) e a subir para a 10.^a posição dos canais mais vistos do universo dos canais por subscrição.

No digital, a marca SIC conseguiu atingir o seu terceiro melhor resultado semestral de sempre, com um alcance médio mensal de perto de 3,2 milhões de Visitantes Únicos de janeiro a junho de 2023.

Há que salientar que o valor alcançado pela SIC surge como a segunda média mensal mais elevada do ranking dos meios de comunicação social com maior alcance digital em Portugal, de acordo com os dados da netAudience.

3. OBRIGAÇÕES SIC

As Obrigações SIC 2021-2025, admitidas à negociação em mercado regulamentado (Euronext Lisbon) no dia 11 de junho de 2021, oscilaram entre 99% e 100,25% durante o primeiro semestre de 2023, e terminaram junho a negociar no par (100%).

4. MÉRITO SIC

A SIC continua a conquistar a confiança do público e a ser distinguida pela sua qualidade e contributo social.

De acordo com o *Digital News Report 2023*, elaborado pelo *Reuters Institute* e pela Universidade de Oxford, a SIC Notícias permanece no top dos órgãos de comunicação social nacionais em cujos **conteúdos noticiosos os portugueses mais confiam**, com uma pontuação de 78%. O mesmo estudo revela que a SIC (incluindo SIC Notícias) lidera destacadamente o top das marcas com **maior alcance semanal, online e offline**.

A SIC consta também na lista das **“100 Marcas Portuguesas Mais Valiosas”**, de acordo com o estudo da OnStrategy que analisa a Reputação, Força e Energia de Marca, além da Avaliação Financeira. No primeiro semestre de 2023, destacam-se ainda os seguintes reconhecimentos:

Os canais do universo SIC conquistaram novamente em 2023 a distinção “Escolha do Consumidor”, e a SIC voltou a ser reconhecida com o Prémio de Reputação, atribuído pela Consultora OnStrategy. Foi também premiada com o Prémio Marketeer, na categoria “TV – Media” e com o Prémio Cinco Estrelas de Canal Generalista, a par da SIC Notícias, que conquistou o Prémio de Canal Informativo.

A Associação "Corações com Coroa" premiou duas reportagens da SIC, “A Roupa dos Brancos Mortos” e “Mínimo Garantido”, com o primeiro prémio *ex aequo*.

A Reportagem Especial “As Lágrimas Não Se Fazem Ouvir” venceu o Primeiro Prémio na categoria de Televisão nos Prémios de Jornalismo “Os Direitos da Criança em Notícia”.

Os WorldMediaFestivals Television & Corporate Media Awards distinguiram a novela da SIC, *Sangue Oculto*, com a Medalha de Prata, na categoria de Telenovela.

Isto é Gozar com Quem Trabalha venceu na categoria de Melhor Programa de TV Generalista, na Secção de Cultura, dos Prémios NIT.

A série *Praxx* da Opto recebeu a prata na categoria “*Streaming*”, do New York Festivals TV & Film Awards, bem como a distinção na categoria de “Melhor Direção de Fotografia em Série TV ou Telefilme” dos Prémios AIP de Cinema.

A Grande Reportagem da SIC, “A Roupa dos Brancos Mortos” recebeu o 1º Prémio nas respetivas categorias nos Prémios Para a Sustentabilidade da Fundação Mestre Casais e Ceia.

5. PERSPETIVAS

Num momento de transformação a vários níveis no setor dos media, a SIC e as restantes marcas Impresa continuam a diferenciar-se pela qualidade dos seus conteúdos e pela visão inovadora e dedicada das suas equipas. Esta receita reflete-se na preferência do público e no valor comercial das marcas, sendo a SIC e a SIC Notícias líderes entre os *targets* comerciais. A aposta na qualidade tem assegurado o primeiro lugar da SIC, ano após ano, mesmo em ambientes macroeconómicos de maior incerteza. Neste sentido, o foco continuará na implementação do Plano Estratégico, acompanhando as tendências de consumo, produzindo os melhores conteúdos e garantindo o nível de rigor e credibilidade pelo qual é reconhecido e que é essencial para o bom funcionamento da democracia.

Para o segundo semestre de 2023, a Impresa está focada no crescimento das receitas nos vários setores de negócio abrangidos atualmente pelo Grupo, que vão além do *publishing* e da televisão, integrando áreas em grande expansão, como o *streaming*, o *branded content* e o áudio.

Será dada continuidade ao desenvolvimento dos projetos em curso para acelerar a implementação da estratégia digital, com destaque para a área de *streaming*, que representa uma aposta transversal no setor dos media e para a qual a Impresa está particularmente capacitada e bem posicionada face à concorrência nacional, devido à aposta pioneira na Opto e nos canais FAST. A diversificação das fontes de receita, estimulada também pelas iniciativas internas de inovação, deverá ser complementada e equilibrada com a monitorização cuidada dos custos, visando a melhoria sustentada da margem operacional e a redução da dívida líquida.

Como há 50 anos, com a fundação do Expresso, e há 30 anos com a aposta no primeiro canal privado de televisão, o Grupo Impresa continuará a inovar e a reinventar-se para estar onde está a sua audiência.

Paço de Arcos, 27 de julho de 2023

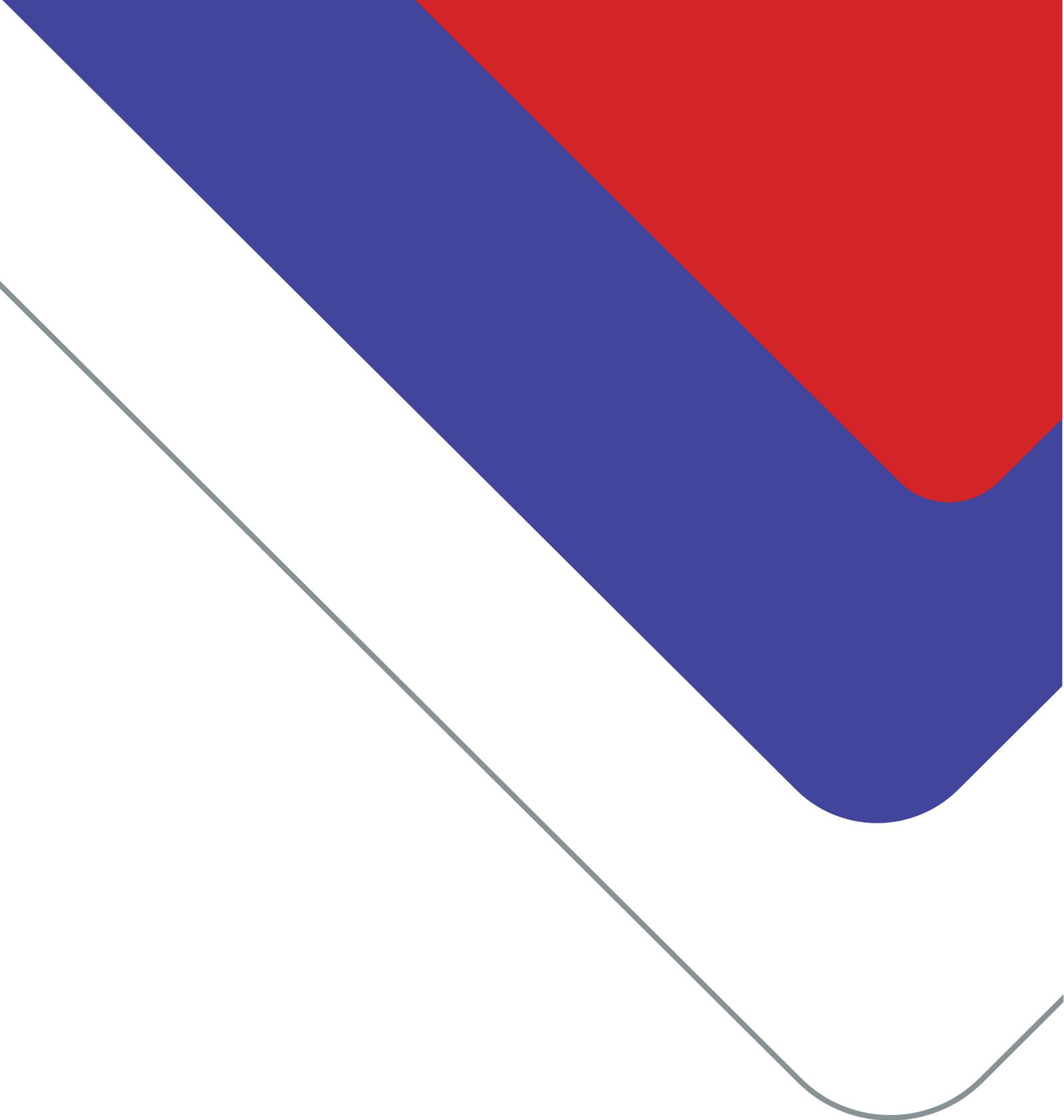
Pela Administração

Cristina Barroso

Dir. de Controlo de Gestão e Operações Comerciais

Paulo Miguel dos Reis

Responsável das Relações com o Mercado



opto

SIC NOTÍCIAS

SIC RADICAL

sicmulher

SIC

SIC CARAS



ADVANCE

VOLANTE SIC

SIC esperança