

RESULTADOS 1º SEMESTRE 2023



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

CONTEÚDOS

1. DESTAQUES DO SEMESTRE	3
1.1. Marcas IMPRESA	4
2. CONTAS CONSOLIDADAS	5
2.1. Demonstração de Resultados	5
2.2. Endividamento	6
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	12
6. PERSPETIVAS	13



SIC e Expresso consolidam a liderança

- As receitas do segmento de Publishing cresceram 13,8%
- Apesar de um aumento dos custos com pessoal, com foco nos salários mais baixos, para fazer face ao efeito da inflação, os custos operacionais foram reduzidos em 1,1%
- O EBITDA da Impresa ajustado dos custos de reestruturação atingiu 3,3 M€
- A SIC manteve a liderança das audiências com 15,8% de share e é o canal mais visto há 53 meses
- O Expresso comemorou o seu 50.º aniversário, registou o melhor resultado de circulação digital paga e foi condecorado com a Ordem da Liberdade

1. DESTAQUES DO SEMESTRE

As receitas totais do Grupo IMPRESA atingiram 86 M€, comparativamente aos 88,2 M€ aferidos no período homólogo. Os proveitos do segmento de Publishing registaram um crescimento de 13,8%, para €12M, com impacto no EBITDA, que aumentou 43,4%.

Os custos operacionais diminuíram 1,1%, para o que contribuiu a otimização da gestão da grelha de programação televisiva.

O EBITDA do Grupo superou 2,9 M€, que compara com 4,2 M€ do primeiro semestre de 2022. O EBITDA ajustado de custos de reestruturação atingiu 3,3 M€, representando uma diminuição de 22,1%.

A IMPRESA registou 4 M€ de resultado líquido negativo, um decréscimo de 1,9 M€ relativamente ao mesmo período do ano passado.

A dívida remunerada líquida da IMPRESA aumentou 3,6%, em termos homólogos, para 145,2 M€.

1.1. Marcas IMPRESA

- A SIC é líder de audiências há **53 meses consecutivos**, registando uma média de 15,8% de share, em dados consolidados, no primeiro semestre de 2023, no universo dos canais generalistas.
- A SIC generalista e os canais temáticos fecharam o semestre a liderar nos *targets* comerciais - A/B C D 15/54 e A/B C D 25/54.
- 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 representou **50% da quota de mercado do investimento publicitário** nos canais generalistas, entre janeiro e junho de 2023.
- **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.
- 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.



- O **Expresso** continua a ser o jornal mais vendido em Portugal, com uma média de 95 mil exemplares vendidos, segundo os dados da APCT, de janeiro a março de 2023.
- A aposta no digital permitiu ao Expresso atingir o seu **melhor resultado de circulação digital paga**, entre janeiro e março de 2023, com uma média de 52 mil exemplares vendidos por edição.
- Em março, foi lançado o **Clube Expresso**, que inclui conversas virtuais com os leitores sobre os mais variados temas, visitas à Redação e newsletters exclusivas, com vista a atrair e reter assinantes digitais, além de criar uma relação mais próxima e forte com os subscritores.
- O Grupo Impresa lançou 13 novos Podcasts durante a primeira metade do ano, que rapidamente conquistaram os ouvintes. Entre os Podcasts com maior volume de *downloads* no semestre, destacam-se: *Programa Cujo Nome Estamos Legalmente Impedidos de Dizer* (2,6M), *Expresso da Manhã* (1,4M), *Eixo do Mal* (1,2M), *Isto É Gozar Com Quem Trabalha* (1,2M) e *A Noite da Má Língua* (0,7M).



2. CONTAS CONSOLIDADAS

2.1. Demonstração de Resultados

(valores em M€)	1º Sem 23	1º Sem 22	var %
Receitas Totais	86,0	88,2	-2,5%
Televisão	73,4	77,0	-4,8%
Publishing	12,0	10,6	13,8%
Infoportugal	0,7	0,6	5,5%
Intersegmentos & Outras	-0,1	-0,1	-36,9%
Custos Operacionais (1)	83,1	84,0	-1,1%
Total EBITDA	2,9	4,2	-31,6%
Margem EBITDA	3,3%	4,7%	
Televisão	3,5	5,1	-31,6%
Publishing	0,6	0,4	43,4%
Infoportugal & Intersegmentos	-1,2	-1,3	7,6%
Total EBITDA (2)	3,3	4,2	-22,1%
Margem EBITDA (2)	3,8%	4,8%	
Amortizações e Depreciações	2,2	2,4	-9,1%
EBIT	0,7	1,8	-62,6%
Margem EBIT	0,8%	2,0%	
Resultados Financeiros	-5,0	-4,2	-18,3%
Provisões e Imparidades	0,2	0,2	0,0%
Res. Antes Imp. e Int. s/ Controlo	-4,5	-2,6	-71,4%
Imposto (IRC)	-0,5	-0,5	1,1%
Resultados Líquidos	-4,0	-2,2	-86,7%

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 atingiu, no primeiro semestre de 2023, receitas consolidadas de 86 M€, uma diminuição de 2,5% face aos primeiros seis meses do ano de 2022.

Os custos operacionais, sem considerar amortizações, depreciações, provisões e perdas por imparidade em ativos não correntes, diminuiram 1,1%.

O EBITDA consolidado foi positivo em 2,9 M€, um decréscimo de 31,6% relativamente ao valor atingido no primeiro semestre de 2022.

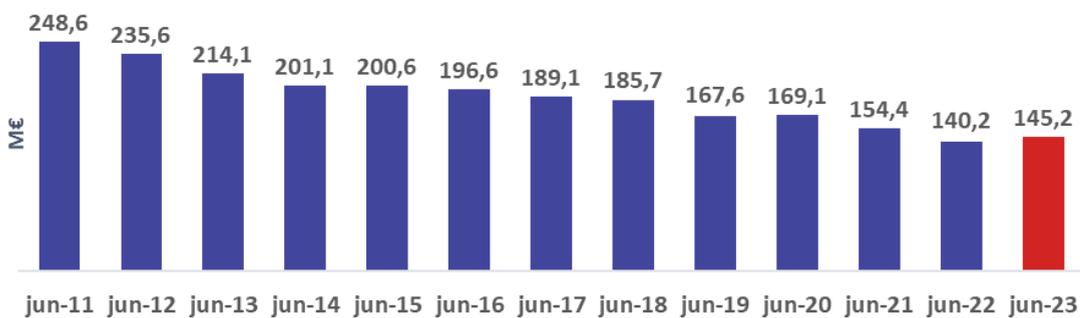
Por conta da atual estrutura de financiamento, os resultados financeiros refletem um impacto mitigado, comparativamente ao agravamento das principais taxas indexantes.

O resultado líquido apurado no semestre foi negativo em 4M€.

2.2. Endividamento

(valores em M€)	1º Sem 23	1º Sem 22	var %
Dívida Líquida (M€)	145,2	140,2	3,6%

Detalhando os valores relativos ao endividamento, verificou-se um acréscimo da dívida líquida em 3,6%, tendo fechado o primeiro semestre de 2023 com 145,2 M€.





3. SEGMENTOS

3.1. Televisão



(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%	

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.

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

O EBITDA da SIC, ajustado dos custos de reestruturação, atingiu 3,9 M€.

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*.

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.



3.2. Publishing

Expresso

boa cama
boa mesa

BLITZ **TRIBUNA**

(valores em M€)	1º Sem 23	1º Sem 22	var %
Receitas	12,0	10,6	13,8%
Custos Operacionais (1)	11,4	10,1	12,6%
EBITDA	0,6	0,4	43,4%
Margem EBITDA (%)	5,3%	4,2%	
EBITDA (2)	0,6	0,4	43,3%
Margem EBITDA (2) (%)	5,3%	4,2%	

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 Impresa Publishing registou 12 M€ de receitas totais, o que representa um crescimento de 13,8% face ao primeiro semestre de 2022.

No que concerne aos custos, verificou-se um acréscimo de 12,6%. Este valor é justificado, sobretudo, pelo aumento do preço do papel e pela organização dos eventos no âmbito das comemorações do 50.º aniversário do Expresso, os quais constituíram também um importante contributo para o aumento dos proveitos do segmento.

A Impresa Publishing registou um EBITDA positivo de 0,6 M€, um aumento de 43,4% e mais 0,2 M€ do que o valor registado no mesmo período de 2022.

3.3. Outras

(valores em M€)	1º Sem 23	1º Sem 22	var %
Receitas	0,6	0,6	1,5%
Infoportugal	0,7	0,6	5,5%
Intersegmentos & Outras	-0,1	-0,1	-36,9%
Custos Operacionais (1)	1,8	1,9	-4,9%
EBITDA	-1,2	-1,3	7,6%

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 Infoportugal atingiu receitas operacionais de 0,7 M€, representando um acréscimo de 5,5% relativamente ao primeiro semestre de 2022.

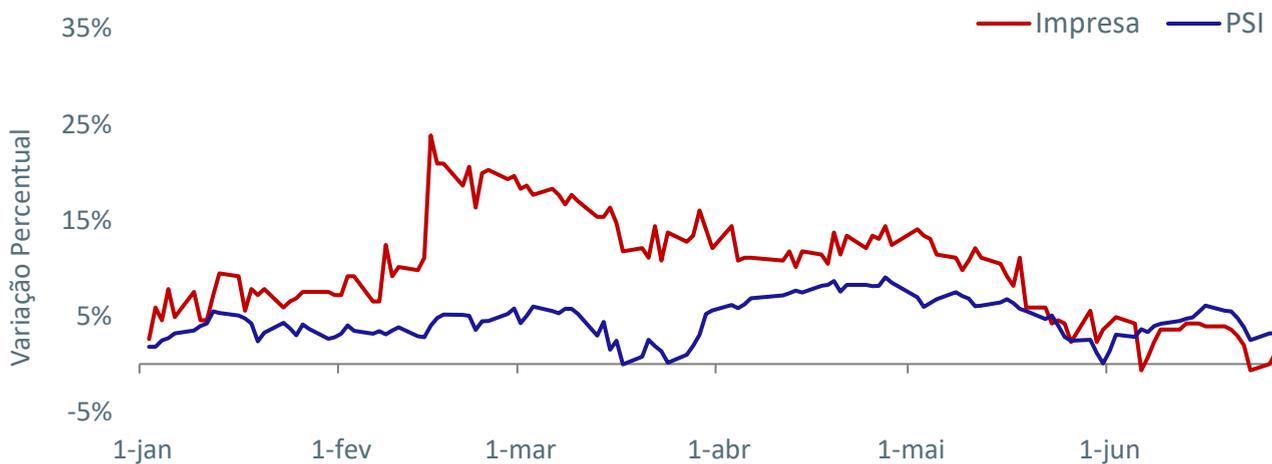
Em termos de resultados consolidados, o EBITDA deste segmento foi negativo, no montante de 1,2 M€.



4. TÍTULOS DO GRUPO IMPRESA

4.1. Ações IMPRESA

Evolução da cotação da IMPRESA e do Índice PSI no 1.º Semestre de 2023



Dados: Euronext

O primeiro semestre de 2023 teve um desfecho positivo para a generalidade das bolsas mundiais, apesar das quedas em fevereiro e maio, marcadas pela crise no setor bancário e perante o risco de um incumprimento do Tesouro norte-americano. O europeu Stoxx 600 terminou o mês de junho a valorizar 8,72% e o índice Euro Stoxx Media, que acompanha o setor dos media na Europa, valorizou 9,10%, em relação ao fecho de 2022. O índice português PSI registou uma valorização de 3,39%.

A ação IMPRESA terminou o mês de junho a valorizar 4,90% face ao final de 2022. As ações fecharam o semestre com o preço de 0,1605€/ação.

Os volumes de transação registaram uma redução de 38% face ao período homólogo, refletindo uma média de 104,1 mil ações transacionadas por sessão, comparativamente à média de cerca de 167,1 mil ações por sessão, entre janeiro e junho de 2022.

4.2. 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%).

5. MÉRITO IMPRESA

As marcas Impresa continuam a conquistar a confiança do público e a ser distinguidas 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 e o Expresso permanecem no top dos órgãos de comunicação social nacionais em cujos **conteúdos noticiosos os portugueses mais confiam**, com uma pontuação de 78% e 77%, respetivamente. O mesmo estudo revela que ambas estão entre as marcas com **maior alcance semanal, online e offline**, com a SIC (incluindo SIC Notícias) a liderar destacadamente o top.

A SIC e o Expresso estão 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:

SIC

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 Roupas 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.

EXPRESSO

Na conferência comemorativa dos 50 anos do Expresso, o Presidente da República Portuguesa, Marcelo Rebelo de Sousa, condecorou o Jornal Expresso com a Ordem da Liberdade, reforçando que “é preciso recriar a democracia e o Expresso tem um papel aí como teve há 50 anos”.

À semelhança da SIC, também o Expresso foi outra das marcas do Grupo IMPRESA merecedora do Prémio Escolha do Consumidor, do Prémio Cinco Estrelas e do Prémio Marketeer, na categoria “Imprensa – Media”.

A reportagem do Expresso “Filhos únicos da Terra” venceu na categoria de Imprensa dos Prémios de Jornalismo “Os Direitos da Criança em Notícia”.

IMPRESA PELA SUSTENTABILIDADE

O Grupo Impresa destacou-se como o **Grupo n.º 1 do setor em Responsabilidade-ESG**, de acordo com a



análise da Merco, monitor de referência para a Ibero-América, que divulgou o ranking das 100 empresas mais responsáveis.

A Grande Reportagem da SIC, “A Roupas dos Brancos Mortos” e o trabalho do Expresso “Dois metros, 60 quilos e ‘o mesmo feio” receberam o 1º Prémio nas respetivas categorias nos Prémios Para a Sustentabilidade da Fundação Mestre Casais e Ceia.

6. PERSPETIVAS

Num momento de transformação a vários níveis no setor dos media, a Impresa continua 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 e do Expresso, ano após ano, mesmo em ambientes macroeconómicos de maior incerteza. Neste sentido, o Grupo continuará focado 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

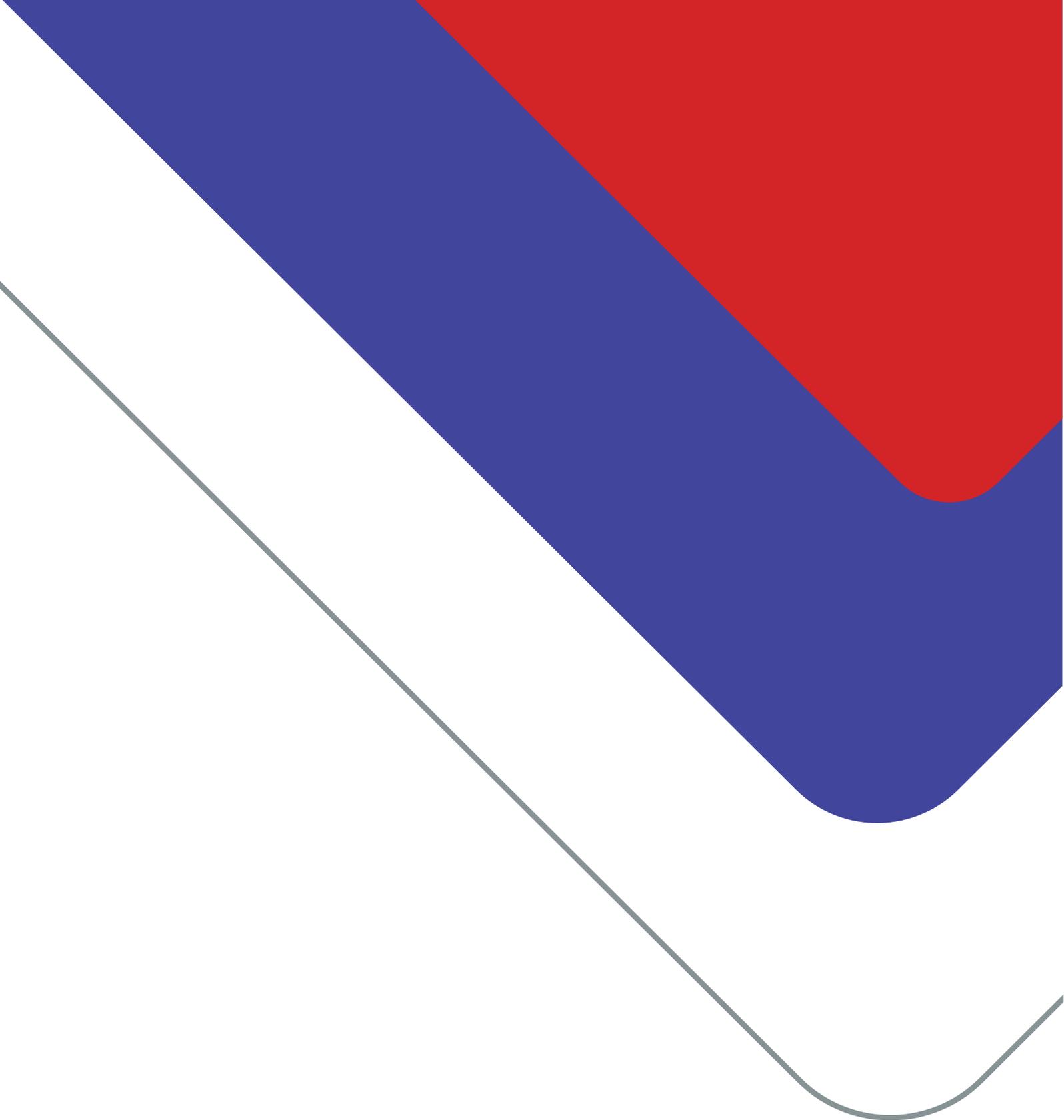
Pela Administração,

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 CARIAS



ADVANCE

VCLANTE SIC

SIC esperança

Expresso

boa cama
boa mesa

BLITZ

TRIBUNA

GMTS

INFO PORTUGAL

olhares
fotografia online

atelier
IMPRESA