



Audiências

INFORMAÇÃO DA SIC FOI A MAIS VISTA EM 2025 E A PROMESSA FOI A NOVELA MAIS VISTA

- 4,6 milhões de pessoas viram diariamente os canais SIC em 2025
- A Promessa, A Herança e Vitória foram as novelas mais vistas nos seus horários
- As manhãs e o horário nobre da SIC foram os mais vistos em 2025
- SIC Notícias é líder no target comercial
- Opto com o melhor ano de sempre

Em 2025, contactaram diariamente com os canais SIC 4,6 milhões de telespetadores. Assistiram todos os dias à SIC 3,5 milhões de pessoas e aos canais SIC Notícias, SIC Radical, SIC Mulher, SIC Caras, SIC K e SIC Novelas 2,6 milhões. A SIC fechou o ano com um share de 14,1%.

Em termos de períodos horários, a SIC foi o canal mais visto nas manhãs e em prime time.

A SIC manteve-se como o canal mais visto no total informação, com o Primeiro Jornal e o Jornal da Noite a liderarem. Para a excelente performance do Jornal da Noite contribuiu a boa performance das rubricas existentes ao longo da semana, como Contas Poupança, Futuro Hoje, Essencial, Guerra Fria, Grande Reportagem, Jogos de Poder, Reportagem Especial, Investigação SIC e Polígrafo SIC.

No prime time de dias úteis, A Promessa, A Herança e Vitória foram as novelas mais vistas nos seus horários. No prime time de fim de semana, a 9ª temporada de Terra Nossa com César Mourão e Isto é Gozar Com Quem Trabalha com Ricardo Araújo Pereira, terminaram 2025 a liderar.

O conjunto de canais temáticos SIC (SIC Notícias, SIC Mulher, SIC Radical, SIC Caras, SIC K e SIC Novelas) terminou o ano com 4,4% de share, a subir face a 2024. A SIC Notícias terminou o ano com 2,1% de share, a subir face ao ano anterior e foi o canal de informação mais visto em late night. Mantém-se como o canal de informação líder no target composto pelas classes mais altas e público mais ativo (ABC 25/64), e a subir face a 2024.

A SIC Mulher terminou o ano com 1,2% de share, a SIC Novelas e a SIC Caras com 0,3% de share, e a SIC Radical e a SIC K com 0,2% de share.

A Opto alcançou em 2025 o seu melhor ano de sempre. Os conteúdos que mais contribuíram foram: A Herança, A Promessa, Vitória, Senhora do Mar e Casados à Primeira Vista.



Em 2025, a SIC realizou também um movimento estratégico ao introduzir um novo modelo de publicidade em prime time, com intervalos comerciais de curta duração (até 2 minutos) no “Jornal da Noite”, maximizado para gerar maior impacto dos conteúdos dos anunciantes ao captar os momentos de atenção mais elevada do espetador. Os breaks curtos atingiram com regularidade mais de 1 milhão e 200 mil telespetadores, algo que nenhum outro meio permite, aliado à melhoria da atenção que os estudos da Mediaprobe comprovam