



RESULTADOS 1.º SEMESTRE 2024



MEXE CONSIGO

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



C O N T E Ú D O S

1.

CONTAS CONSOLIDADAS

4

2.

AUDIÊNCIAS

6

3.

OBRIGAÇÕES SIC

7

4.

MÉRITO SIC

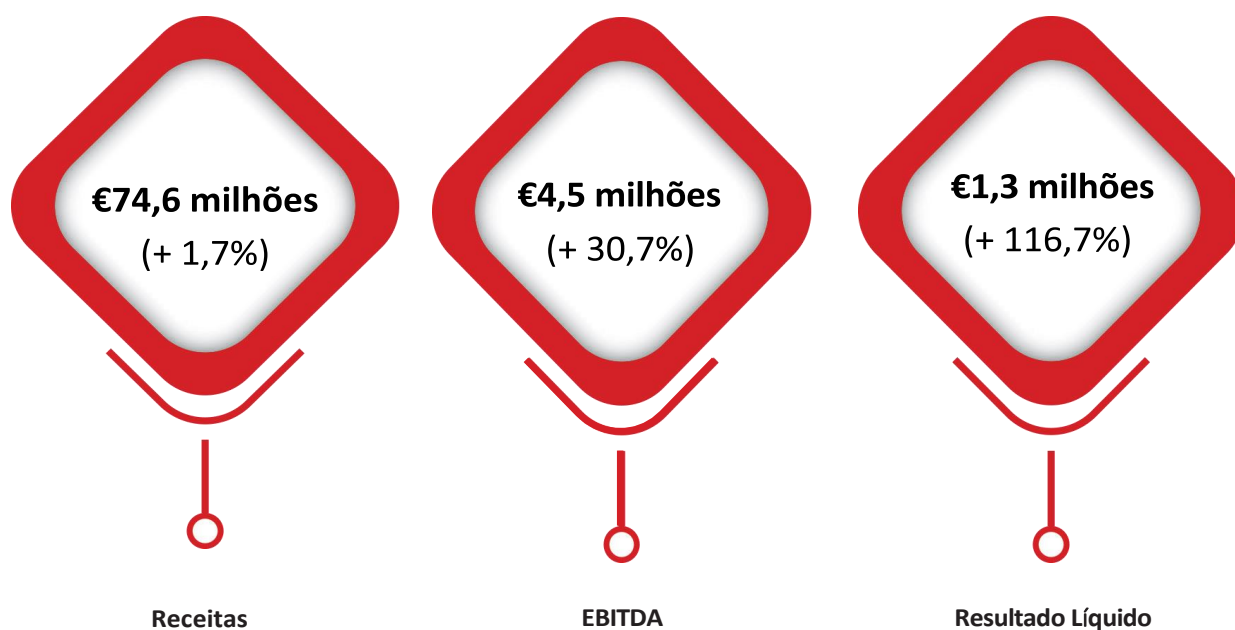
7

5.

PERSPETIVAS

9

Resultados Líquidos da SIC mais que duplicaram no 1.º semestre de 2024



1. CONTAS CONSOLIDADAS



(valores em M€)	1º Sem 24	1º Sem 23	var %
Receitas	74,6	73,4	1,7%
Custos Operacionais (1)	70,1	69,9	0,3%
EBITDA	4,5	3,5	30,7%
Margem EBITDA (%)	6,1%	4,7%	
EBITDA Recorrente	4,7	3,9	20,9%
Margem EBITDA Recorrente (%)	6,3%	5,3%	
Resultados Líquidos	1,3	0,6	116,7%

Notas:

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

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

EBITDA Recorrente = EBITDA ajustado dos custos de reestruturação.



As receitas totais da SIC aumentaram 1,7%, para 74,6 M€, impulsionadas pelas vendas de conteúdos e de publicidade.

De janeiro a junho, a SIC representou 47,1% de quota de mercado do investimento publicitário entre os canais generalistas.

Os custos operacionais mantiveram-se em linha com o valor do primeiro semestre de 2023.

O EBITDA da SIC aumentou 30,7% no 1.º semestre de 2024, para 4,5 milhões de euros.

Os resultados líquidos cresceram 116,7%, para 1,3 milhões de euros.



2. AUDIÊNCIAS

A SIC terminou o 1.º semestre de 2024 com uma média de 15,1% de share, em dados consolidados. No target comercial – ABCD 25/64 – a SIC terminou o 1º semestre de 2024 com 12,9% de share.

A SIC foi a estação mais vista no período de prime time, no target comercial, o mais relevante para anunciantes. Para este resultado, contribuiu o sucesso dos vários produtos de ficção nacional que a SIC transmitiu (“Flor Sem Tempo”, “Papel Principal”, “Senhora do Mar” e “A Promessa”), bem como os programas de entretenimento de fim de semana (“Terra Nossa”, “Isto é Gozar Com Quem Trabalha”, “A Máscara”, “Era Uma vez na Quinta” e “Casados à Primeira Vista”).

No período do horário da manhã (entre as 08h e as 14h), a SIC manteve-se como a estação mais vista, com 16,6% de share.

A informação da SIC manteve a confiança dos telespetadores, com o “Primeiro Jornal” e o “Jornal da Noite” a serem os blocos de informação mais vistos. Para as audiências do “Jornal da Noite” contribuíram de forma muito positiva as diferentes rubricas transmitidas durante a semana como a “Opinião de Luís Marques Mendes”, “Polígrafo SIC”, “Guerra Fria” e “Grande Reportagem”.

A transmissão na SIC do primeiro jogo de Portugal para o Euro 2024 foi o programa mais visto no 1º semestre de 2024.

O episódio de estreia da novela “A Promessa” e o programa “Isto é Gozar Com Quem Trabalha” foram, respetivamente, os programas de ficção e de entretenimento com maior audiência na televisão portuguesa nos primeiros seis meses do ano.

Os canais SIC, ou seja, a SIC generalista e os temáticos, terminaram o semestre com uma quota de mercado de 19,1%. O universo de canais SIC foi visto diariamente por uma média de 4.847.600 telespetadores.

Os canais temáticos alcançaram uma quota de mercado de 4,0%. A SIC Notícias registou 2,1% de share e foi o canal de informação líder no *target* composto pelas classes mais altas e público mais ativo (ABC 25/64), liderando neste *target* com 3,2% de share.

A SIC Mulher e a SIC Caras alcançaram o melhor resultado de sempre no painel de audiências da GfK (desde março de 2012), com um share de 1,1% e 0,4%, respetivamente. A SIC Radical e a SIC K atingiram ambas 0,2% de share.

No digital, o agregado de *websites* da marca SIC atingiu o seu 4.º melhor semestre de sempre, com um alcance médio mensal de perto de 3 milhões de Visitantes Únicos.

3. OBRIGAÇÕES SIC

A 11 de junho de 2024, a SIC anunciou a emissão de 1.000.000 de obrigações, com o valor unitário de 30€ e o valor nominal global inicial de até 30M€ (posteriormente aumentado para 1.600.000 obrigações e para um valor nominal global inicial de até 48M€), representativas de um empréstimo obrigacionista denominado “Obrigações Ligadas a Sustentabilidade SIC 2024-2028”, no âmbito de uma oferta pública de subscrição de Obrigações SIC 2024-2028 e de uma oferta pública de troca de Obrigações SIC 2021-2025.

A operação, concluída em julho de 2024, com uma procura de 54,2M€, representativa de 1,13 vezes o valor da oferta, foi a **primeira emissão de obrigações ligadas a sustentabilidade no setor dos media em Portugal**.

4. MÉRITO SIC

De acordo com o *Digital News Report 2024*, elaborado pelo Reuters Institute e pela Universidade de Oxford, **a SIC permanece no top dos órgãos de comunicação social nacionais em cujos conteúdos noticiosos os portugueses mais confiam**, com uma percentagem de confiança de 78%. O mesmo estudo revela que a marca SIC (incluindo SIC Notícias) está entre as marcas com maior alcance semanal, online e offline, liderando o top.

A SIC voltou a constar também na lista de “**100 Marcas Portuguesas Mais Valiosas**” em 2024, de acordo com o estudo da OnStrategy. O estudo recorre à metodologia de Royalty Relief, em conformidade com as normas ISO20671 (avaliação de estratégia e força) e ISO10668 (avaliação financeira), baseando-se em informação pública, dados de mercado e indicadores de força de marca.



A SIC e a SIC Notícias foram distinguidas com o prémio Cinco Estrelas de 2024, nas respetivas categorias. A SIC Notícias e o programa “Imagens de Marca” receberam ainda o prémio Escolha do Consumidor. A SIC foi também reconhecida com o prémio *Marketeer*, na categoria TV – Media.

A **informação e o jornalismo da SIC são amplamente reconhecidas**, não apenas pelo seu rigor e qualidade, mas também pelo seu impacto transversal na sociedade, ao contarem as histórias reais de muitos protagonistas que de outra forma dificilmente teriam voz. Foram três as Reportagens Especiais da autoria da jornalista da SIC, Catarina Marques, distinguidas com Menções Honrosas nos Prémios de Jornalismo Dr. José Manuel Pavão da ANAM - Associação Nacional de Assembleias Municipais: “Quantas vidas guarda uma música?”, “O meu café é maior que o mundo” e “O Legado de Johnson”. A última foi também distinguida com uma menção honrosa no prémio de jornalismo “Os Direitos da Criança em Notícia”, que atribuiu também o primeiro prémio, *ex-aequo*, na categoria Televisão, à reportagem “Tábuas de Salvação”, assinada pela jornalista Susana André. A reportagem da SIC “Falta de Médicos no SNS” recebeu o prémio Jornalismo em Saúde, na Categoria de Televisão, atribuído pela Associação Portuguesa da Indústria Farmacêutica (APIFARMA) e pelo Clube de Jornalistas.

A **ficção da SIC tem conquistado um maior destaque internacional**. A novela da SIC “Flor Sem Tempo”, produzida pela SP Televisão, foi galardoada na 25ª edição do *World Media Festivals - Television & Corporate Media Awards*, recebendo a Medalha de Ouro na categoria de Telenovela. Este é o oitavo ano consecutivo em que a ficção nacional, emitida pela SIC e produzida pela SP Televisão, é premiada neste Festival na Alemanha.

A série “Lúcia, A Guardiã do Segredo”, da plataforma de *streaming* Opto, arrecadou a distinção bronze na categoria de “*Streaming Drama*” dos *New York Festivals TV & Film Awards*.

A **SIC Esperança** recebeu um prémio pelo seu **exemplo de responsabilidade social**, atribuído pela Câmara Municipal de Oeiras, no âmbito do Programa Oeiras Solidária. O projeto procura maximizar o impacto das ações de responsabilidade social, facilitando a ligação à comunidade local e o alinhamento com os objetivos de desenvolvimento sustentável definidos pelas Nações Unidas.



5. PERSPETIVAS

Os primeiros seis meses de 2024 ficam marcados por importantes avanços e parcerias no âmbito da estratégia comercial e digital. Como há 32 anos, com a criação do primeiro canal de televisão privado português, a SIC continua a ser pioneira em projetos inovadores que visam pavimentar o futuro dos media.

O Grupo tem continuado a materializar a aposta no recurso a novas ferramentas cruciais no combate à desinformação, bem como na promoção de um jornalismo rigoroso e independente e de um entretenimento de qualidade, adaptados aos novos hábitos de consumo. Projetos como a criação do primeiro *Media & Analytics Lab*, uma iniciativa em parceria com a NOVA Information Management School (NOVA IMS), que une a ciência de dados, a inteligência artificial, o jornalismo e a comunicação social, têm o objetivo de acelerar a transformação digital, projetando as marcas Impresa como referências de inovação e agilidade na resposta às mudanças e desafios do setor.

No mesmo sentido, a Impresa e a SIC apostam em parcerias comerciais que amplificam a visibilidade dos conteúdos e reforçam o valor comercial das marcas do Grupo. Entre as parcerias estabelecidas no primeiro semestre, destacam-se a partilha de conteúdos no portal SAPO, o acordo com a Rakuten Advertising que garante à Impresa a comercialização exclusiva da oferta publicitária de *Connected TV* da marca no mercado português, ou a parceria sem precedentes entre a SIC, a Opto, e a Tribeca Enterprises, que trará a Portugal a 1.ª edição europeia de um dos festivais de cinema mais importantes do mundo.

Atenta a oportunidades nos mercados adjacentes em crescimento, em julho, a SIC adquiriu com a Crest Capital Partners, em representação do Fundo Crest II, uma participação do capital da Etnaga, com atividade na área da venda especializada e reserva de bilhetes através da sua plataforma, a bilheteira *online* BOL, uma das principais no mercado português.

A Impresa e a SIC atravessam um momento de dinamismo e transformação, com vista à criação de valor de longo prazo, baseado na melhoria sustentada da margem operacional. Assente nesta visão de sustentabilidade, reflexo dos valores e missão do Grupo, e ciente da sua responsabilidade e compromisso com o bem-estar da sociedade em todas as vertentes, a SIC é a primeira empresa do setor em Portugal a alinhar os seus objetivos de diversificação das fontes de financiamento com metas de sustentabilidade.

Na segunda metade do ano, além de manter uma gestão eficiente dos custos, a Impresa e a SIC continuarão a consolidar as suas parcerias estratégicas e a apostar em projetos que visem acelerar a transformação digital, incluindo o aproveitamento dos muitos aspetos positivos da inteligência artificial, e diversificar as fontes de receita. Entre as apostas do atual plano estratégico que já provaram o seu sucesso, destaca-se o Áudio, que com um crescimento de 77% no acumulado de *downloads* registados nos primeiros meses de 2024, viu a sua receita aumentar também acima dos 76% relativamente ao 1.º semestre de 2023.

Paço de Arcos, 24 de julho de 2024

Pela Administração,

Cristina Barroso

Dir. Controlo Gestão e Execução Estratégica

Paulo Miguel dos Reis

Responsável das Relações com o Mercado

