

RESULTADOS 2022



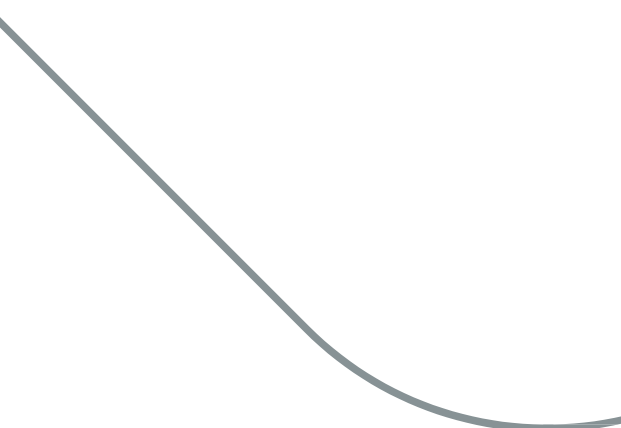
SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.
Capital Social: 10.328.600 Euros
Sede: Rua Calvet de Magalhães, n.º 242, 2770-022 Paço de Arcos
NIPC 501 940 626
Conservatória do Registo Comercial de Cascais



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

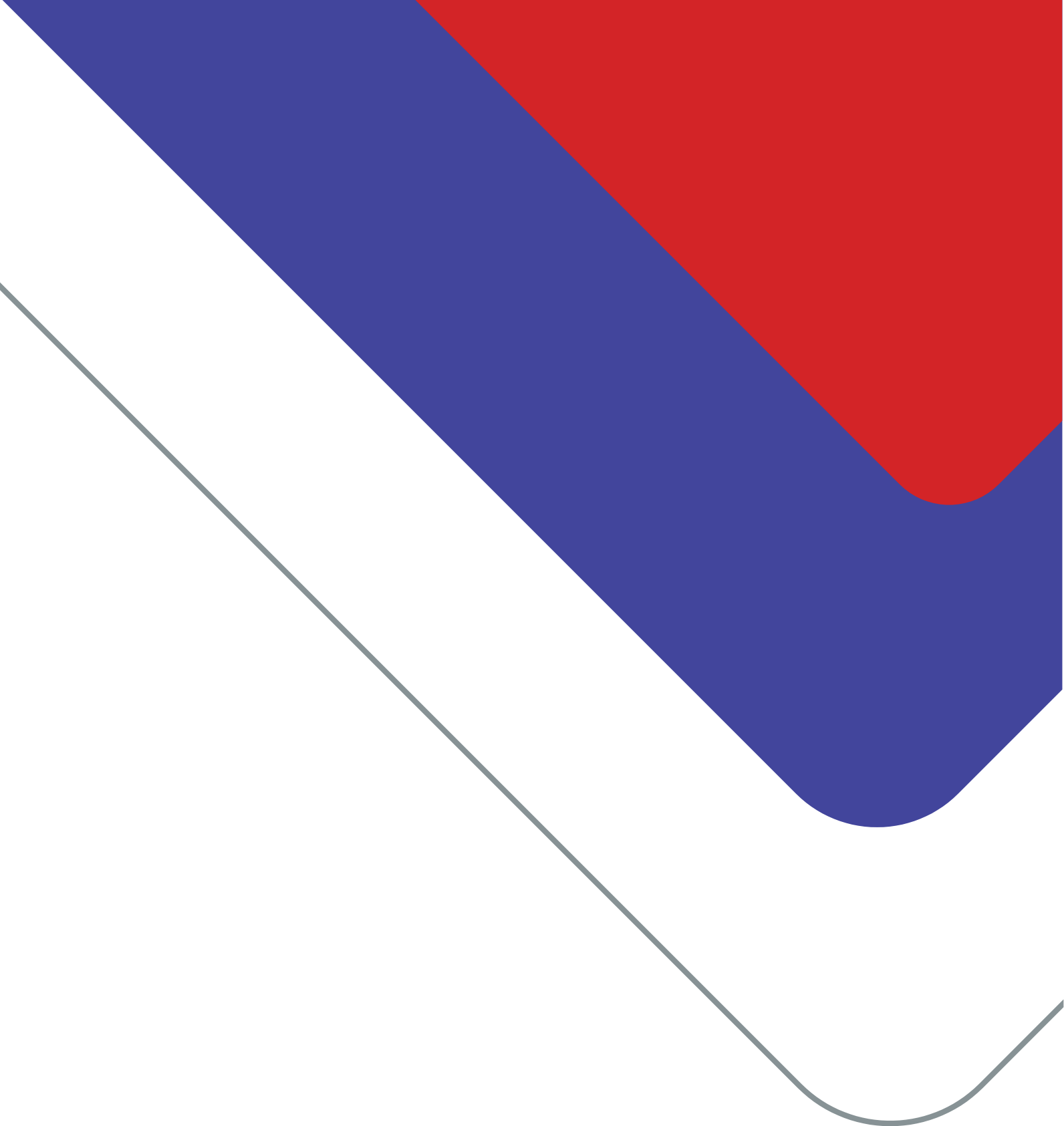
Pela Administração,

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