



# RESULTADOS

## 1.º Semestre

### 2021

IMPRESA – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A.  
Sociedade Aberta  
Capital Social: 84.000.000 Euros  
Sede: Rua Ribeiro Sanches, 65, 1200–787 Lisboa  
NIPC 502 437 464  
Conservatória do Registo Comercial de Lisboa



## Conteúdos

<b>1. DESTAQUES DO SEMESTRE .....</b>	<b>3</b>
1.1. Marcas IMPRESA .....	4
<b>2. ANÁLISE DAS CONTAS CONSOLIDADAS .....</b>	<b>5</b>
2.1. Demonstração de Resultados .....	5
2.2. Fontes de Receita .....	6
2.3. Endividamento .....	6
2.4. Segmentos.....	7
2.4.1. Televisão (SIC).....	7
2.4.2. IMPRESA Publishing .....	9
2.4.3. IMPRESA Outras.....	10
<b>3. TÍTULOS DO GRUPO IMPRESA .....</b>	<b>11</b>
3.1. Ações IMPRESA.....	11
3.2. Obrigações SIC 4,5% 11Jul2022 .....	11
3.3. Obrigações SIC 3,95% 11Jun2025 .....	11
<b>4. PRÉMIOS .....</b>	<b>12</b>
<b>5. PERSPETIVAS.....</b>	<b>14</b>



# RESULTADOS

## 1.º SEMESTRE DE 2021

**Resultado Líquido aumentou quase 19 vezes face ao primeiro semestre de 2020, para 3,3 M€**

**EBITDA do Grupo cresceu 30%**

**Dívida líquida total diminuiu 14,7 M€**

**SIC foi líder de audiências com share de 20,1%**

**Circulação total e assinantes digitais do EXPRESSO voltaram a crescer**

### 1. DESTAQUES DO SEMESTRE

O resultado consolidado líquido do semestre da IMPRESA atingiu **3,3 M€**, representando um aumento de 3,2 M€, **mais 1.776%** face aos primeiros seis meses de 2020.

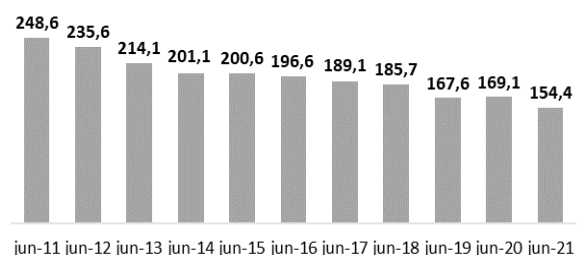
O **EBITDA do Grupo superou os 10,8 M€**, registando um acréscimo de 30% relativamente ao período homólogo.

As **receitas totais do Grupo alcançaram 92 M€**, refletindo um **crescimento de 17%** comparativamente ao valor registado no período homólogo.

Os **custos operacionais aumentaram 16%**.



A **dívida remunerada líquida da IMPRESA**, em junho de 2021, no montante de **154,4 M€**, diminuiu **14,7 M€** em termos homólogos.





## 1.1. Marcas IMPRESA



- **A SIC manteve a liderança das audiências no primeiro semestre de 2021**, no universo dos canais generalistas, com uma média de **20,1% de share**, em dados consolidados, segundo dados da GfK.
- **A SIC generalista e os canais temáticos**, no seu conjunto, fecharam o mês de junho em **primeiro lugar**, com uma **quota de mercado de 23,7%**.
- **A SIC representou 50,3% de quota de mercado do investimento publicitário** entre os canais generalistas, nos primeiros seis meses de 2021.
- No desempenho semestral, os **websites da SIC** obtiveram a **média mensal mais elevada de sempre com 2.578.691 Visitantes Únicos**.
- No primeiro semestre de 2021, a **OPTO** estreou, entre outros conteúdos, as **séries originais** “Prisão Domiciliária” e o “Clube – 2ª temporada”, após vários sucessos lançados no final de 2020 como “Esperança” e “A Generala”.
- A plataforma de eSports **ADVANCE** foi lançada nos operadores nacionais MEO e NOS.
- **O EXPRESSO foi o jornal mais vendido em Portugal**, com uma média de **109 mil exemplares por edição**, em papel e digital, segundo os dados da APCT, de janeiro a março de 2021.
- O EXPRESSO foi também a publicação portuguesa **líder na circulação digital paga**, com uma média de vendas superior a **50 mil exemplares por edição**, nos primeiros três meses do ano.
- No **segundo trimestre de 2021**, o EXPRESSO **atingiu os 117 mil exemplares vendidos numa das edições** (de acordo com dados internos, ainda não auditados pela APCT).
- O universo de **websites da marca EXPRESSO** registou o **segundo melhor resultado semestral**, com uma média de **2.566.653 Visitantes Únicos mensais**, apenas precedido pelo resultado do primeiro semestre de 2020.

**Expresso**



## 2. ANÁLISE DAS CONTAS CONSOLIDADAS

### 2.1. Demonstração de Resultados

(valores em €)	1º Sem 21	1º Sem 20	var %
<b>Receitas Totais</b>	<b>91 999 861</b>	<b>78 358 070</b>	<b>17,4%</b>
Televisão	80 022 094	67 275 239	18,9%
Publishing	11 193 781	10 237 532	9,3%
Infoportugal & Outras	897 391	1 014 100	-11,5%
Intersegmentos	-113 405	-168 801	32,8%
<b>Custos Operacionais (1)</b>	<b>81 126 201</b>	<b>70 010 955</b>	<b>15,9%</b>
<b>Total EBITDA</b>	<b>10 873 660</b>	<b>8 347 116</b>	<b>30,3%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>11,8%</b>	<b>10,7%</b>	
Televisão	9 997 485	8 996 180	11,1%
Publishing	1 544 599	587 224	163,0%
Infoportugal & Intersegmentos	-668 423	-1 236 288	45,9%
<b>Total EBITDA (2)</b>	<b>10 884 562</b>	<b>8 348 231</b>	<b>30,4%</b>
<b>Margem EBITDA (2)</b>	<b>11,8%</b>	<b>10,7%</b>	
Amortizações e Depreciações	2 546 190	2 730 006	-6,7%
<b>EBIT</b>	<b>8 327 470</b>	<b>5 617 110</b>	<b>48,3%</b>
<b>Margem EBIT</b>	<b>9,1%</b>	<b>7,2%</b>	
Resultados Financeiros	-3 453 433	-4 519 784	23,6%
<b>Res. Antes Imp. e Int. s/ Controlo</b>	<b>4 874 037</b>	<b>1 097 326</b>	<b>344,2%</b>
Provisões e Imparidades	171 000	186 500	-8,3%
Imposto (IRC)	1 359 280	732 621	85,5%
<b>Resultados Líquidos</b>	<b>3 343 757</b>	<b>178 205</b>	<b>1776,4%</b>

**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.

O Grupo IMPRESA registou **92 M€ de receitas consolidadas**, o que representa um **aumento de 17,4%**, em termos homólogos.

Nos **custos operacionais**, sem considerar amortizações, depreciações, provisões e perdas por imparidade em ativos não correntes, **verificou-se um acréscimo de 15,9% face a 2020**.



Conforme já salientado, o **EBITDA consolidado superou os 10,8 M€**, tendo  **aumentado 30%** por comparação com o valor apurado no primeiro semestre de 2020, no qual o Grupo registou um EBITDA de 8,3 M€.

O **resultado líquido** atingido no final de junho foi positivo, no montante de **3,3 M€**, assinalando-se um **acréscimo de 1.776%** face ao período homólogo.

## 2.2. Fontes de Receita

(valores em €)	1º Sem 21	1º Sem 20	var %
<b>Total Receitas</b>	<b>91 999 861</b>	<b>78 358 070</b>	<b>17,4%</b>
Publicidade	57 122 786	47 123 592	21,2%
Subscrição Canais	16 424 028	16 518 866	-0,6%
IVR	9 385 279	6 796 859	38,1%
Circulação	5 218 929	4 970 900	5,0%
Outras receitas	3 848 839	2 947 853	30,6%

No que concerne às fontes de receita, **destacou-se o desempenho positivo da Publicidade**, com um **acréscimo de 21,2%** em termos homólogos.

Nos primeiros seis meses de 2021, é ainda de salientar também um **aumento de 5% no total das vendas de publicações**, nas versões em papel e digital.

As **receitas de IVR's** também se demarcaram pela positiva, com um **crescimento de 38,1%** relativamente ao período homólogo de 2020.

## 2.3. Endividamento

(valores em €)	1º Sem 21	1º Sem 20	var %
<b>Dívida Líquida (M€)</b>	<b>154 417 041</b>	<b>169 109 093</b>	<b>-8,7%</b>

A 30 de junho de 2021, verificou-se um **decréscimo da dívida líquida em 8,7%**, para **154,4 M€**, o que representa uma **redução de 14,7 M€** relativamente ao período homólogo.

No âmbito do continuado aperfeiçoamento da sua estrutura de financiamento, e neste caso, em particular, com o intuito de diversificar as fontes de financiamento e alongar a maturidade média da dívida, a SIC emitiu, a 11 de junho de 2021, o novo empréstimo obrigacionista que abaixo se apresenta.



## 2.4. Segmentos

### 2.4.1. Televisão (SIC)



(valores em €)	1º Sem 21	1º Sem 20	var %
<b>Receitas</b>	<b>80 022 094</b>	<b>67 275 239</b>	<b>18,9%</b>
Publicidade	51 651 470	42 350 712	22,0%
Subscrição Canais	16 424 028	16 518 866	-0,6%
IVR	9 385 279	6 796 859	38,1%
Outras receitas	2 561 317	1 608 802	59,2%
<b>Custos Operacionais (1)</b>	<b>70 024 609</b>	<b>58 279 059</b>	<b>20,2%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>9 997 485</b>	<b>8 996 180</b>	<b>11,1%</b>
<b>Margem EBITDA (%)</b>	<b>12,5%</b>	<b>13,4%</b>	
<b>EBITDA (2)</b>	<b>10 003 947</b>	<b>8 997 056</b>	<b>11,2%</b>
<b>Margem EBITDA (2) (%)</b>	<b>12,5%</b>	<b>13,4%</b>	

**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 **80 M€ de receitas totais**, o que reflete um **acréscimo de 18,9%** comparativamente ao período homólogo do ano passado.

**As receitas de publicidade atingiram 51,7 M€, representando um crescimento de 22% face ao período homólogo de 2020.**

As **receitas de subscrição**, geradas pela distribuição dos oito canais da SIC, via cabo e satélite, em Portugal e no estrangeiro, decresceram 0,6%, para **16,4 M€**.

As **receitas de IVR's cresceram 38,1%**, ascendendo a **9,4 M€**.

O aumento de 20,2% (11,7 M€) nos custos operacionais foi inferior ao acréscimo das receitas (12,7 M€), resultando num **crescimento de 11,1% do EBITDA, para 10 M€**.



## Audiências

A SIC terminou o primeiro semestre de 2021 a liderar no universo dos canais generalistas, alcançando uma média de **20,1% de share**, em dados consolidados, segundo dados da GfK. 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 17,1% e 17,0% 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 23,6% de share, em dados consolidados.

Para este resultado contribuiu o **desempenho dos vários produtos de ficção** que a SIC transmitiu no horário nobre, nomeadamente as novelas *Nazaré*, *Terra Brava*, *Golpe de Sorte*, *Amor Amor*, *A Serra*, *Totalmente Demais* e *Tempo de Amar*, bem como o **entretenimento ao fim de semana**, com os programas *A Máscara*, *Isto é Gozar Com Quem Trabalha*, *Hell's Kitchen*, *Quem Quer Namorar com o Agricultor?*, *Patrões Fora e Terra Nossa*.

Nos primeiros seis meses do ano, a SIC continuou **imbatível no day time**, a liderar nas manhãs com 20,3% de share, e nas tardes com 19,0% de share, em dados consolidados.

Na **informação**, o *Primeiro Jornal* e o *Jornal da Noite* foram os programas mais vistos nos sete dias de semana. Este sucesso é também atribuído às diferentes rubricas transmitidas, como a *Opinião de*

*Luís Marques Mendes*, *O Polígrafo*, *Grande Reportagem*, *Essencial*, entre outras, além do acompanhamento diário dos desenvolvimentos relativos à pandemia de Covid-19.

---

---

**Os canais SIC, ou seja, a SIC generalista e os temáticos, terminaram o primeiro semestre de 2021 a liderar com uma quota de mercado de 23,7%.**

---

---

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 21,6% e 21,7% de share, respetivamente.

No primeiro semestre do ano de 2021, **os canais por subscrição da SIC** alcançaram uma quota de mercado de 3,6%.

A **SIC Notícias** destacou-se, uma vez mais, mantendo o **primeiro lugar dos canais de informação**, com 2,1% de share.

No que concerne aos **restantes canais temáticos**, a SIC Mulher alcançou uma quota de mercado de 0,7%, a SIC K de 0,3%, a SIC Radical de 0,3% e a SIC Caras de 0,2%.

O agregado de **websites da marca SIC**, conseguiu, nos primeiros seis meses de 2021, conquistar um novo recorde, tendo alcançado o **melhor semestre de sempre no que respeita ao número médio mensal de Visitantes Únicos**: 2.578.691. Este valor representa um crescimento de 7,8%, face ao período homólogo, e um crescimento de 15% por comparação ao último semestre de 2020.





## 2.4.2. IMPRESA Publishing

Expresso

BLITZ

boa cama boa mesa

TRIBUNA

(valores em €)	1º Sem 21	1º Sem 20	var %
<b>Receitas</b>	<b>11 193 781</b>	<b>10 237 532</b>	<b>9,3%</b>
Circulação	5 218 929	4 970 900	5,0%
Publicidade	5 467 448	4 769 584	14,6%
Outras receitas	507 404	497 048	2,1%
<b>Custos Operacionais (1)</b>	<b>9 649 183</b>	<b>9 650 308</b>	<b>0,0%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>1 544 599</b>	<b>587 224</b>	<b>163,0%</b>
<b>Margem EBITDA (%)</b>	<b>13,8%</b>	<b>5,7%</b>	
<b>EBITDA (2)</b>	<b>1 544 599</b>	<b>587 224</b>	<b>163,0%</b>
<b>Margem EBITDA (2) (%)</b>	<b>13,8%</b>	<b>5,7%</b>	

### 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** alcançou **11,2 M€ em receitas totais**, o equivalente a um crescimento de 9,3%.

Detalhando por fonte, **as receitas de circulação aumentaram 5% para 5,2 M€**, destacando-se, pela positiva, os proveitos relativos à **subscrição digital do EXPRESSO**, os quais **registaram um acréscimo de 19%**. No primeiro semestre de 2021, também as receitas de vendas em papel cresceram 3%, por comparação com o período homólogo de 2020.

As **receitas de publicidade atingiram 5,5 M€**, ou seja, um aumento de 14,6% face aos valores do primeiro semestre de 2020.

A aposta **no digital** refletiu-se no peso no total das receitas de publicidade e circulação, representando atualmente **25,2% do total de proveitos da área do Publishing**.

O aumento das receitas, aliado à manutenção dos custos operacionais, resultou num **EBITDA positivo de 1,5 M€, mais 1 M€** que o registado nas contas do primeiro semestre de 2020.





O **EXPRESSO** continuou a ser o jornal mais vendido em Portugal, com uma média de **109 mil exemplares por edição**, segundo os dados da APCT, de janeiro a março de 2021.

Foi ainda a **publicação portuguesa número um na circulação digital paga**, com uma média, de janeiro a março de 2021, **superior a 50 mil exemplares vendidos por edição**.

O agregado de **websites** da marca **EXPRESSO** registou uma média mensal de **2.566.653 de Visitantes Únicos**, de janeiro a junho de 2021.

Este foi o **segundo melhor semestre de sempre da marca EXPRESSO no digital**, apenas precedido pelo primeiro semestre de 2020.

### 2.4.3. IMPRESA Outras



(valores em €)	1º Sem 21	1º Sem 20	var %
<b>Receitas</b>	<b>783 986</b>	<b>845 299</b>	<b>-7,3%</b>
Infoportugal	897 391	1 014 100	-11,5%
Intersegmentos & Outras	-113 405	-168 801	32,8%
<b>Custos Operacionais (1)</b>	<b>1 421 209</b>	<b>2 050 387</b>	<b>-30,7%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>-637 223</b>	<b>-1 205 088</b>	<b>47,1%</b>

**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.

A **Infoportugal** atingiu **receitas operacionais de 0,9 M€**, representando uma redução de 11,5% face a 2020.

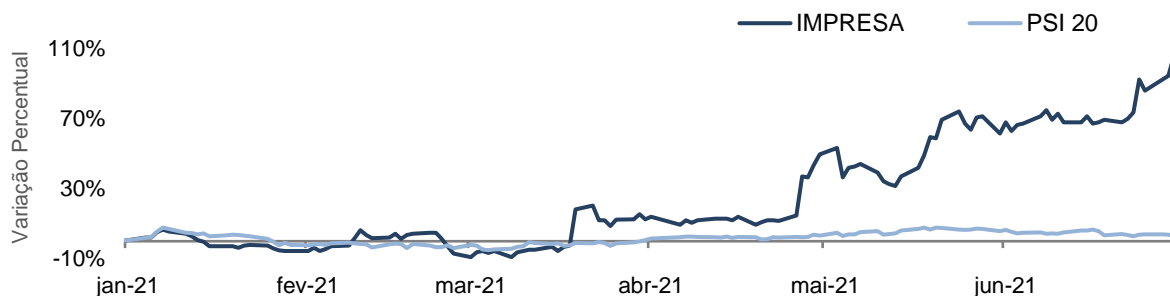
Em termos de resultados consolidados, o **EBITDA** deste segmento foi negativo, no montante de **0,6 M€**.



### 3. TÍTULOS DO GRUPO IMPRESA

#### 3.1. Ações IMPRESA

Evolução da cotação da IMPRESA e do Índice PSI-20 no 1.º Semestre de 2021



Dados: Euronext

O primeiro semestre de 2021 ficou marcado pela valorização das principais bolsas mundiais, motivada pelo otimismo dos mercados no que concerne ao ritmo de recuperação da economia global. O europeu **Stoxx 600** terminou junho com uma valorização de 13,5%, o **PSI-20** registou um acréscimo de 2,8% e o índice **Euro Stoxx Media**, que acompanha o setor dos media na Europa, valorizou 16,6%, em relação ao fecho de 2020.

O desempenho da **ação IMPRESA** destacou-se pela positiva, em particular desde meados de março, tendo **terminado**

**o mês de junho a valorizar 106,3%** face ao final de 2020. As ações fecharam o semestre a valer 0,295€/ação, tendo sido este o valor máximo de fecho atingido nos primeiros seis meses de 2021.

Os **volumes de transação** registaram um aumento de 23% face ao período homólogo, refletindo uma média de 327,5 mil ações transacionadas por sessão, comparativamente à média de cerca de 266 mil ações por sessão, entre janeiro e junho de 2020.

#### 3.2. Obrigações SIC 4,5% 11Jul2022

As **Obrigações SIC 2019-2022**, admitidas à negociação em mercado regulamentado (Euronext Lisbon) no dia 10 de julho de 2019, terminaram junho de 2021 a transacionar acima do par (101,2%), tendo oscilado entre 100,01% e 102,49%, durante os primeiros seis meses do ano.

#### 3.3. Obrigações SIC 3,95% 11Jun2025

No primeiro semestre de 2021, a SIC emitiu obrigações no montante global de 30 M€, através de uma Oferta Pública de Subscrição e de uma Oferta Pública de Troca, parcial e voluntária, tendo a **procura superado 2,67 vezes a oferta**. As **Obrigações SIC 2021-2025**, admitidas à negociação em mercado regulamentado (Euronext Lisbon) no dia 11 de junho de 2021, terminaram o primeiro semestre do ano a transacionar acima do par (101,31%), tendo oscilado entre 101% e 102,30% durante este período.



## 4. PRÉMIOS

As marcas IMPRESA continuam a conquistar a confiança do público e a ser distinguidas pela sua qualidade. As conclusões do *Digital News Report 2021*, elaborado pelo *Reuters Institute* e pela Universidade de Oxford, revelaram que a SIC Notícias e o EXPRESSO estão no top 4 dos órgãos de comunicação social nacionais cujos conteúdos noticiosos os portugueses mais confiam, com uma pontuação de 80% e 78%, respetivamente. No que concerne ao primeiro semestre de 2021, destacam-se ainda os seguintes prémios:

### SIC

Foi atribuído à SIC o prémio **Escolha do Consumidor**, na categoria "Informação em Canal Generalista". Também a SIC Notícias foi distinguida na categoria "Canal Especializado em Informação". Bento Rodrigues e Rodrigo Guedes de Carvalho receberam ambos o prémio "Pivot de TV".



No início do ano, a Grande Reportagem "O Todo é Maior que a Soma das Partes" recebeu o prémio **Cooperação e Solidariedade António Sérgio 2020** na qualidade de "Melhor trabalho jornalístico na área da Economia Social". Foi ainda atribuída uma Menção Honrosa à reportagem "Eu incluo, Tu Incluís, Nós Somos Incluídos".

A SIC recebeu o Prémio Bronze dos **Prémios de Marketing M&P 2020**, na categoria de *Branded Content*, com o projeto Staples/Árvore dos Desejos.

*Terra Nossa, Isto é Gozar com Quem Trabalha* e *Polígrafo SIC Legislativas* foram galardoados nos **Prémios de Comunicação Meios & Publicidade 2020**, atribuídos em março.

O trabalho "Estamos Vivos", da autoria de João Faiões, arrecadou o prémio **APIFARMA/ Clube de Jornalistas – Jornalismo em Saúde** na categoria "Televisão".

"O Todo é Maior que a Soma das Partes", da autoria de Catarina Marques, foi a grande vencedora do **Prémio de Comunicação Corações Capazes de Construir**, da Associação Corações com Coroa. A Grande Reportagem "Guiné-Bissau: Quando é que esta terra arranca?" recebeu uma Menção Honrosa.

Os prémios de **Jornalismo em Psiquiatria e Saúde Mental**, da Sociedade Portuguesa de Psiquiatria e Saúde Mental, distinguiram os trabalhos "Todos Somos Estranhos até Percebermos que é Normal" e o especial sobre Saúde Mental, publicado no *website* da SIC.

As Grandes Reportagens "O Espaço entre Nós" e "O Conteúdo Somos Nós" receberam o primeiro lugar nos prémios de jornalismo **"Os Direitos da Criança em Notícia"**.

Os prémios de **Jornalismo e Poder Local**, da Associação Nacional de Municípios, atribuíram o primeiro prémio à Reportagem Especial "Regresso Ao Vale do Côa" e à investigação da SIC "Parque do Calço Sob Investigação".



No que respeita ao entretenimento, a SIC, bem como o recém-lançado serviço de *streaming*, OPTO, foram galardoados nos **Prémios Fantastic TV 2021**, nas seguintes categorias:

**Melhor Programa de Entretenimento**

*A Máscara*

**Melhor Série ou Minissérie Nacional em Streaming**

*Esperança* - OPTO (1.º lugar)

*O Clube* - OPTO (3.º lugar)

*A Generala* - OPTO (4.º lugar)

**Melhor Ator em Streaming**

César Mourão - *Esperança* - OPTO

A SIC arrecadou ainda nove **Troféus Impala de Televisão**:

**Melhor Talk-Show:**

*Alta Definição*

**Melhor Programa Social:**

*Fama Show*

**Melhor Série:**

*Golpe de Sorte*

**Melhor Atriz:**

Carolina Carvalho (*Golpe de Sorte*)

**Melhor Ator:**

Pedro Barroso (*Golpe de Sorte*)

**Melhor Telenovela:**

*Nazaré*

**Melhor Atriz de Elenco:**

Luciana Abreu (*Terra Brava*)

**Melhor Ator de Elenco:**

Guilherme Moura (*Nazaré*)

**Melhor Jornalista / Apresentadora:**

Clara de Sousa

Em junho, a SIC destacou-se entre os vencedores da segunda edição dos **Prémios Holofote**, tendo conquistado sete das onze categorias a concurso.

## EXPRESSO

O jornal EXPRESSO foi outra das marcas do Grupo IMPRESA galardoada com o **Prémio Escolha do Consumidor**, na categoria “Imprensa Semanários”.

O jornal do Grupo IMPRESA recebeu também duas Menções Honrosas nos **Prémios de Comunicação Meios & Publicidade 2020**, nas categorias “Publicidade Institucional” e “Sustentabilidade e Responsabilidade Social”.



## 5. PERSPETIVAS

Para o segundo semestre de 2021, ainda atenta aos impactos incertos da corrente pandemia, a IMPRESA tem como objetivo reforçar os bons resultados atingidos neste primeiro semestre, com o foco nas lideranças da SIC e do EXPRESSO, na melhoria da margem operacional e na redução da dívida líquida do Grupo.

Em cumprimento do Plano Estratégico para o triénio 2020-2022, a IMPRESA prosseguirá o crescimento para novas plataformas, consolidando os projetos lançados, designadamente a OPTO e a ADVNCE, e indo ao encontro de mais e novas audiências através da diversificação do seu portfólio de conteúdos.

Lisboa, 28 de julho de 2021

Pela Administração

**Cristina Barroso**

Dir. Controlo Gestão e Execução Estratégica

**Paulo Miguel dos Reis**

Responsável das Relações com o Mercado

[www.impresa.pt](http://www.impresa.pt)

