

Lisboa, 17 de Setembro 2002

Comunicado: Contas da IMPRESA do 1º Semestre 2002

1. Principais Factos

A IMPRESA atingiu, no primeiro semestre de 2002, receitas consolidadas de 119,3 M€, o que representa um decréscimo de 12,9% face às contas pro-forma de igual período do ano transacto. A comparação com as contas pro-forma 2001 resulta da alteração do perímetro de consolidação. A VASP deixou de ser consolidada proporcionalmente, passando a ser contabilizada pelo método de equivalência patrimonial, como consequência da redução da participação na VASP para 33,33% após a operação de concentração com a Deltapress.

A queda das receitas de publicidade afectou todas as áreas de negócio. O investimento publicitário total em Portugal apresentou uma queda de 7,4% no final do primeiro semestre de 2002 em relação ao período homólogo. A televisão, que representa 51,2% do investimento total, sofreu uma descida de 8,3%, tendo o sector da imprensa registado a pior evolução, com uma descida do investimento publicitário de 15,4%.

Na área de jornais e revistas, o bom comportamento das vendas das publicações compensou a fraqueza do mercado publicitário. De salientar, ainda, a recuperação das audiências da SIC desde finais de Março, o que permitiu regressar à liderança em Maio.

Neste primeiro semestre, a IMPRESA registou uma descida de 16,4% nos custos operacionais consolidados. Esta evolução ao nível dos custos resultou da implementação dos planos de corte de custos, na SIC e na ACJ, de um maior controlo dos custos correntes e da descida do preço do papel.

A performance positiva ao nível dos custos permitiu melhorar o cash-flow operacional, apesar da quebra de receitas já referida. Assim, a nível operacional consolidado, o EBITDA registou um valor positivo de 0,8 M€, contra o valor negativo de 4,7 M€ apurado no semestre homólogo do exercício anterior.

Apesar da quebra das receitas de publicidade, a redução dos custos operacionais e a melhoria da função financeira permitiram uma melhoria de 20,9% nos prejuízos consolidados, que se situaram nos 13,0 M€ no final do semestre.

**IMPRESA**

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

Tabela 1. Conta de Exploração Consolidada

	Junho 2002	Junho 2001 Pro-forma	Junho 2001	Var (vs proforma)
Receitas Consolidadas	119.378.635	137.060.994	147.812.267	-12,9%
Televisão	63.552.868	71.864.507	71.864.507	-11,6%
Jornais	25.751.165	29.739.742	29.739.742	-13,4%
Revistas	31.233.815	36.486.612	36.486.612	-14,4%
Distribuição (1)	0	0	21.251.185	N/A
Inter-segmentos	-1.159.213	-1.029.867	-11.529.778	12,6%
Custos Operacionais	118.553.168	141.856.118	152.523.079	-16,4%
EBITDA Consolidado	825.467	-4.795.124	-4.680.884	117,2%
EBITDA por áreas				
Televisão	-5.115.415	-9.511.897	-9.511.897	46,2%
Jornais	2.208.431	4.060.200	4.060.200	-45,6%
Revistas	4.687.657	1.717.271	1.717.271	173,0%
Distribuição (1)	0	0	114.250	
Holding Ajustamentos	-955.206	-1.060.698	-1.060.708	-9,9%
Amortizações (-)	10.926.168	8.710.957	8.832.573	25,4%
Provisões (-)	1.994.792	2.729.502	2.729.502	-26,9%
Custos/Proveitos Financeiros(-)	4.119.709	5.500.329	5.504.783	-25,1%
Goodwill(-)	4.878.530	4.795.523	4.795.523	1,7%
Ganhos/Perdas Extraordinários(+)	1.255.570	303.015	317.076	314,4%
Resultados Antes Imp.e Minoritários	-19.838.162	-26.228.420	-26.226.190	24,4%
Imposto (IRC)(-)	-2.744.027	890.798	893.028	N/A
Interesses Minoritários(-)	-4.084.428	-10.671.836	-10.671.836	61,7%
Res. Líquido Consolidado	-13.009.707	-16.447.382	-16.447.382	20,9%

(1) As contas pro-forma, apresentadas em Euros, reflectem a alteração do perímetro de consolidação com a redução da participação na VASP para 33,33% após a concentração com a Deltapress. A VASP passou a ser contabilizada pelo método da equivalência patrimonial.

2. Mercado Publicitário

O investimento publicitário total apresentou uma queda de 7,4% no final do primeiro semestre de 2002, em relação ao período homólogo do ano anterior. Mas o 2º trimestre deste ano, com uma descida de 6,1%, representou uma melhoria em relação à queda de 9,4% registada durante o primeiro trimestre. Esta melhoria esteve em parte relacionada com a concentração dos investimentos publicitários no mês de Junho, devido à realização do Campeonato do Mundo de Futebol.



IMPRESA

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

A televisão “aberta”, que, representando 51,2% do investimento total, continua a ser o meio favorito para os anunciantes, sofreu uma descida de 8,3%. Esta queda foi influenciada pela transmissão do Campeonato do Mundo de Futebol na SportTV, que desviou alguma publicidade dos canais generalistas. Os canais de cabo apresentam um crescimento de 150% e representam 2,8 % do investimento total em publicidade.

Mas foi o sector da imprensa que continuou a registar a pior evolução, com uma descida do investimento publicitário de 15,4%. No caso particular da imprensa não diária, segmento que afecta particularmente a IMPRESA, esta descida atingiu os 17,1%.

Tabela 2. Evolução Mercado Publicitário

(valores em M€)	Jun-02	Jun-01	Varição
TV	142.411	155.301	-8,3%
TV CABO	7.735	3.094	150,0%
IMPRESA Diária	24.708	28.045	11,9%
IMPRESA Não Diária	47.193	56,928	-17,1%
RADIO	18.004	20.344	-11,5%
OUTDOORS	34.471	33.018	4,4%
CINEMA	1.771	2.022	-12,4%
INTERNET	1.869	1.787	4,6%
Total mercado	278.162	300.538	-7,4%

Fonte: SIC e Agências de meios

Com o adiamento do relançamento da actividade económica, a recuperação que se perspectivava no investimento publicitário fica, consequentemente, adiada. Apesar de as nossas estimativas ainda apontarem para uma ligeira melhoria na segunda metade do ano, não será possível compensar a quebra registada nos primeiros 6 meses. Deste modo, a evolução do mercado publicitário aponta para uma descida na casa dos 6 a 7% em 2002, similar ao registado em 2001.



IMPRESA

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

3. Televisão

No primeiro semestre de 2002, a SIC atingiu um volume de negócios consolidado de 63,5 M€, o que representa uma descida de 11,6% em relação ao período homólogo de 2001. A queda do investimento publicitário, que em televisão foi de 8,3% no semestre, continuou a penalizar a evolução das receitas da SIC.

Apesar da recuperação de audiências iniciada nos finais de Março, a SIC ficou ainda abaixo dos valores registados no primeiro semestre de 2001. A audiência média, no período até Junho 2002, foi de 35,3%, contra os 38,9% registados no período homólogo de 2001. Deste modo, a quota do mercado publicitário da SIC desceu dos 44,1% para 40,2% no primeiro semestre de 2002.

Tabela 3. Receitas da SIC

(valores em M€)	Jun-02	Jun-01	Variação
Vendas Consolidadas	63,5	71,9	-11,6%
Publicidade	50,0	58,4	-14,3%
Merchandising	0,8	1,4	-37,1%
SIC Internacional	0,6	0,4	41,3%
Canais Temáticos	10,7	8,2	30,5%
Outras	1,3	3,4	-61,8%
EBITDA Consolidado	-5,1	-9,5	+46,2%
Margem	-8,0%	-13,2%	

Fonte: SIC

No primeiro semestre, as receitas totais das novas áreas de negócio da SIC mantiveram-se relativamente estáveis, crescendo apenas 0,2%, para 13,4 M€. Esta evolução, conseguida devido ao crescimento dos canais temáticos e da SIC Internacional, permitiu compensar a ausência de receitas por parte da SIC Filmes durante este período. As novas áreas representaram 21,2% do total das receitas da SIC neste primeiro semestre.

Recuperação das Audiências

No primeiro semestre, os resultados da estratégia de programação implementada no final de 2001 começaram a aparecer. A SIC, a partir de meados de Abril, voltou a liderar as audiências diárias, tendo, em Maio, recuperado a liderança em termos mensais. Já em Julho conseguiu voltar a liderar as audiências em termos acumulados, com 35,6%.

No final de Junho, a audiência média situava-se nos 35,3%. A subida de audiências foi generalizada, mas com maior importância no “prime-time”, onde se recuperaram 3 pontos percentuais de quota de mercado. No período do “day-time”, a recuperação foi de 1,5%. Programas como o “Masterplan” tiveram um papel importante nesta recuperação, a qual



IMPRESA

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

se manteve devido ao renovado sucesso de programas como “Malucos do Riso”, a novela “O Clone” e, ainda, o “Jornal da Noite”. Também de realçar, o regresso da SIC à liderança no período das manhãs, graças ao programa “SIC 10 Horas”. Por outro lado, nos fins de semana, a aposta nas séries infantis, séries de ficção e filmes permitiu à SIC alargar a sua liderança nesse período.

Redução de Custos

Os referidos ganhos de audiência foram importantes porque se registaram durante um período de forte contenção de custos. Neste primeiro semestre, os custos de programação da SIC generalista desceram 23,2%, representando uma poupança de 13,1 M€. No total de custos operacionais a redução atingiu os 15,7%, a que corresponde um valor de cerca de 12,7 M€. Nesta comparação dos custos está contabilizada, em 2002, a consolidação da SIC Radical e da SIC Online, que, por terem arrancado, respectivamente, em Abril e Outubro de 2001, não contaram para o período homólogo do ano anterior, à excepção de 2 meses por parte da SIC Radical (Maio e Junho de 2001). Esta poupança foi atingida apesar dos custos com o acompanhamento do Mundial de Futebol no mês de Junho.

A recente desvalorização do dólar tem permitido à SIC realizar mais algumas poupanças, visto que cerca de 40% dos custos de programação são contratados na moeda norte-americana. No primeiro semestre, estas poupanças foram realizadas através de ganhos cambiais, mas os efeitos a nível operacional só se farão sentir com o lançamento da nova grelha de programas a partir de Setembro.

Com o mercado publicitário ainda sem dar sinais de recuperação, foi implementado um novo programa de redução de custos, que permitirá poupanças de maior magnitude durante a 2ª metade do ano. Deste modo, estima-se que até final de 2002 a redução de custos operacionais, incluindo programação, atinja os 33 M€. O objectivo anterior era de 30 M€.

As margens operacionais da SIC continuaram sob forte pressão. Apesar da quebra nas receitas de publicidade, os cortes de custos contribuíram para que o cash-flow operacional da SIC se tenha mantido negativo em 5,1 M€, uma melhoria em relação aos – 9,5 M€ apurados no primeiro semestre de 2001.

Os resultados líquidos da SIC tiveram também uma melhoria, com os prejuízos a atingirem o valor de 9,0 M€ comparativamente aos –16,2 M€ em Junho de 2001.

No 2º semestre, a recuperação das audiências da SIC vai permitir uma comparação positiva em relação à segunda metade de 2001. Esta recuperação, conjugada com um 2º semestre tradicionalmente mais forte no investimento publicitário, vai permitir à SIC terminar o ano com o cash-flow operacional positivo.



IMPRESA

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

4. Jornais

Tabela 4. Indicadores dos Jornais

(valores em M€)	1º Sem 2002	1º Sem 2001	Varição (hom)
Total Receitas	25,8	29,7	-13,4%
Publicidade	18,5	22,6	-18,2%
Vendas Jornais	7,1	6,8	+3,6%
Outros	0,23	0,36	-36,1%
Receitas por Jornais			
Expresso	21,7	24,6	-11,7%
Jornal da Região	2,1	2,8	-26,0%
Outros	2,0	2,3	-13,0%
EBITDA Consolidado(1)	2,51	4,1	-38,8%
Margem	9,7%	13,8%	

(1) O EBITDA consolidado de 2002 está ajustado pelos 308 mil euros de custos de reestruturação.

O segmento de jornais atingiu, durante o primeiro semestre de 2002, receitas consolidadas de 25,8 M€, o que corresponde a uma descida de 13,4% relativamente ao mesmo período de 2001. A evolução das receitas tem vindo a ser prejudicada pela queda do investimento publicitário, apesar do crescimento registado nas vendas de jornais.

As receitas de publicidade no primeiro semestre caíram 18,2%. A descida foi comum a todos os jornais do grupo, destacando-se o Expresso, que diminuiu 16,2%, e o Jornal da Região, com uma queda de 26%. Por outro lado, as vendas de jornais tiveram um comportamento positivo, com um aumento de 3,6%, tendo o aumento das vendas do Expresso compensado as perdas de circulação dos outros jornais.

Em termos de custos operacionais, neste segmento, é de realçar a descida de 9,3% registada neste semestre, resultado do controle apertado dos custos. No entanto, perante a manutenção das condições adversas do mercado publicitário, foram tomadas várias medidas adicionais, tendo-se registado 308 mil euros de custos com reestruturação ainda no primeiro semestre.

As principais alterações verificaram-se no Jornal da Região. O encerramento de 2 edições em Lisboa, e, em Junho, das 3 edições do Norte, foi a parte visível de uma reestruturação que envolveu vários aspectos, nomeadamente, redução de tiragens, alteração da distribuição, nova imagem e alterações editoriais. Esta reformulação vai permitir uma melhoria substancial da rentabilidade do Jornal da Região na segunda metade do ano, com os resultados já conhecidos dos meses de Verão a comprovarem essa tendência.

Apesar dos factores positivos atrás referidos, a margem EBITDA regista uma queda de 38%, passando de 13,7% em Junho de 2001 para 9,8% neste primeiro semestre de 2002,



IMPRESA

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

sem considerar os custos de reestruturação. De salientar que no 2º trimestre de 2002 a margem EBITDA foi de 13.2%, idêntica à registada no 2º trimestre de 2001.

Tabela 5. Circulação dos Jornais

	1º Sem 2002	Ano 2001	Varição (hom)
Expresso	141.796	137.406	3,0%
Blitz	12.561	13.222	-6,4%
AutoSport	13.969	15.515	-12,7%
Surf Portugal	3.164	3.216	-1,3%
Jornal da Região	42.227	62.759	-32,1%

Fonte: APCT e IMPRESA

Perante esta conjuntura, há que destacar as vendas de jornais, que no primeiro semestre representaram 27,4% das receitas do segmento. A boa performance deveu-se às vendas do jornal Expresso, que teve um semestre recorde com uma média semanal de 141.796 exemplares. Várias iniciativas, como o Anuário, o Mapa de Portugal, o Guia dos Impostos, o Guia dos Museus e o recente colecionável Rotas dos Castelos de Portugal, suportadas por várias campanhas publicitárias, contribuíram para a obtenção daqueles valores.

Após o lançamento do colecionável Rotas dos Castelos de Portugal durante os meses de Verão, o Expresso vai promover várias iniciativas até final do ano, com o objectivo de não só manter as circulações a níveis altos, como angariar receitas publicitárias em áreas não tradicionais do jornal.

Para o segundo semestre, antecipamos que a área de jornais continuará a ter as receitas de publicidade debaixo de pressão, mas a actual contenção dos custos e a reestruturação efectuada no Jornal da Região permitirão atingir margens operacionais superiores às apuradas na 1ª metade do corrente ano.



IMPRESA

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

5. Revistas

Tabela 6. Indicadores Revistas

(valores em M€)	1º Sem 2002	1º Sem 2001	Varição (hom)
Total Receitas	31,20	36,4	-14,4%
Publicidade	14,40	18,3	-21,7%
Vendas Revistas	16,50	17,1	-3,9%
Outros	0,39	0,9	-60,4%
EBITDA Consolidado	4,70	1,72	173%
Margem	15,1%	4,7%	

Fonte: IMPRESA

Neste segmento, o primeiro semestre continuou a ser marcado pelas condições adversas que afectaram o investimento publicitário. A imprensa não diária registou uma queda de 17,1% no investimento publicitário durante os primeiros 6 meses de 2002. Mas, no lado das revistas, o aumento das circulações tem sido notório, compensando em grande parte a quebra da publicidade.

Durante o primeiro semestre, as receitas totais da ACJ atingiram 31,2 M€, o que corresponde a uma redução de 14,4% em termos homólogos. Esta queda foi resultante, sobretudo, da diminuição em 21,7% das receitas de publicidade, que totalizaram os 14,4 M€.

Se, no semestre, a quebra nas vendas de revistas apresenta uma descida de 3,9%, comparação prejudicada pelas revistas que foram encerradas durante 2001 mas ainda consideradas no respectivo primeiro semestre, as receitas no 2º trimestre de 2002 já apresentaram uma subida de 3,1%, com uma recuperação sustentada das circulações, cujas receitas já representam 53% do total das receitas da ACJ.

O relançamento de algumas revistas, alterações editoriais, promoções especiais e um grande esforço de marketing permitiram um excelente semestre em termos de vendas. São disso exemplo as revistas Visão, Activa, Cosmopolitan e Telenovelas, que atingiram valores recordes de circulação.

A revista Visão continua a destacar-se, reforçando a sua posição de mercado. Neste semestre ultrapassou a barreira dos 110 mil exemplares, com um crescimento de 16% relativamente a igual período do ano anterior e com duas edições acima dos 130 mil exemplares. A partir do mês de Junho, o sucesso do lançamento do Guia das Praias veio assegurar a manutenção dos elevados níveis de circulação durante os meses de Verão.



IMPRESA

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

Tabela 7. Circulações Revistas

	1º Sem 2002	Ano 2001	Varição (hom)
Activa	82.415	59.736	43,7%
Casa Cláudia	31.115	29.620	-2,4%
Caras Decoração	27.203	33.702	-9,8%
Cosmopolitan	55.306	45.723	22,6%
Caras	107.550	102.972	14,2%
Telenovelas	157.675	147.059	13,7%
TV Mais	78.737	78.070	3,2%
Exame	23.739	23.511	4,4%
Executive Digest	21.202	24.576	-11,6%
Exame Informática	34.027	31.760	5,8%
Turbo	27.986	29.393	-3,3%
Auto Guia	14.855	14.033	1,6%
Super Interessante	49.005	54.520	-6,8%
Visão	110.527	103.036	16,0%
Jornal de Letras	10.821	10.514	-0,3%

Fonte: APCT e IMPRESA

Por outro lado, a reestruturação efectuada durante o ano transacto, com vista à redução de custos, continua a dar bons resultados. Apesar da quebra registada nas receitas, os custos operacionais registaram uma descida de 23,7% no semestre. A redução dos custos fixos, o controlo apertado dos custos variáveis e a descida do preço do papel permitiram registar margens atraentes.

O cash-flow operacional apresentou uma margem de 15%, contra uma margem de 4,7% registada em Junho 2001.

Apesar de se prever a manutenção da conjuntura adversa no mercado publicitário, a ACJ vai prosseguir a dinâmica que tem conseguido aumentar as vendas das publicações, o que, em conjunto com o controlo de custos, permitirá manter margens na ordem dos 15-17% até final do corrente ano.



IMPRESA

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

6. Distribuição

No final do primeiro semestre de 2002, foi concluído o processo de concentração entre a VASP e a Deltapress. No seguimento desse processo, a IMPRESA reduziu a sua participação de 50% para 33,33%. Com esta nova realidade, a VASP passou a ser consolidada pelo método da equivalência patrimonial, em vez da consolidação proporcional. Esta alteração no perímetro de consolidação afecta a totalidade do primeiro semestre de 2002.

A VASP teve um excelente semestre, com a facturação a atingir os 54,3 M€ ou seja, um ganho de 27,7% em termos homólogos. Este crescimento, obtido antes da fusão com a Deltapress, deveu-se à boa performance dos vários editores em termos de circulações, bem como a angariação de novos títulos como foi o caso do diário desportivo “Record”.

Este aumento das receitas permitiu uma recuperação da margem EBITDA, que se situou em 1,4%, contra os 0,5% registados em Junho de 2001.

A segunda metade do ano será marcada pela integração das operações das 2 distribuidoras, o que prejudicará a rentabilidade das operações a curto prazo. No entanto, a médio prazo, as sinergias e a capacidade de desenvolvimento de novos negócios irá ter repercussões positivas nas editoras clientes.

7. Análise Financeira

A IMPRESA atingiu, no primeiro semestre de 2002, receitas consolidadas de 119,3 M€, o que representa um decréscimo de 12,9% face às contas pro-forma de igual período do ano transacto. Estas contas pro-forma 2001 permitem a comparação com o primeiro semestre de 2002, período em que se verificou a alteração do perímetro de consolidação, resultado da redução da participação da VASP para 33,33%.

O EBITDA consolidado positivo neste semestre, atingindo um valor de 825 mil euros, representa uma significativa recuperação em relação ao registado no primeiro semestre de 2001, em que foi apurado um valor negativo de 4,8 M€.

Ainda em relação aos custos, de referir o aumento de 25,4% em amortizações, que atingiram neste semestre o montante de 10,9 M€, e que reflecte os investimentos efectuados durante o ano 2001. No que respeita ao Goodwill, o valor da respectiva amortização durante este período foi de 4,8 M€.

Os resultados financeiros apresentaram uma melhoria de cerca de 25,1%. Apesar da subida do passivo remunerado líquido para 131,2 M€, a descida das taxas de juro permitiu que os juros suportados fossem inferiores em 17%. Por outro lado, houve um forte benefício em termos de ganhos cambiais, cerca de 1,8 M€ superiores aos registados no primeiro semestre de 2001, graças à valorização do Euro relativamente ao dólar americano.



IMPRESA

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

Estas melhorias compensaram o aumento das perdas, para 1,3 M€, nas empresas associadas Portais Verticais e Lusa .

Apesar da quebra das receitas de publicidade, a redução dos custos operacionais e a melhoria da função financeira permitiram uma melhoria de 20,9% nos resultados líquidos consolidados, que se situaram nos -13 M€, comparativamente aos -16,4 M€ obtidos no primeiro semestre de 2001.

Lisboa, 17 de Setembro de 2002

Pela Administração

José Freire
Director Investor Relations
Tel: 21 392 9780
Fax: 21 392 9788
E: jfreire@impresa.pt