

IMPRESA

Resultados 3º trimestre de 2015

IMPRESA – SGPS, S.A.

Sociedade Aberta

Capital Social Eur 84.000.000

Rua Ribeiro Sanches, 65

1200-787 LISBOA

Número Fiscal 502 437 464

Conservatória do Registo Comercial de Lisboa



Comunicado: Contas da IMPRESA do 3º Trimestre de 2015

1. Principais factos:

- Regresso aos lucros no 3º trimestre. A IMPRESA obteve, no 3º trimestre de 2015, resultados consolidados líquidos positivos de 416,6 mil euros, que comparam com resultados negativos de 384,7 mil euros obtidos no período homólogo. No final de setembro de 2015, o lucro registado foi de 1,1 M€, que compara com 5,6 M€, registados no período homólogo de 2014.
- No 3º trimestre de 2015, o EBITDA cresceu 16,3% para 4,0 M€, que compara com o valor de 3,4 M€ registado no 3º trimestre de 2014.
- As receitas da IMPRESA, no 3º trimestre de 2015, apresentam uma descida de apenas 0,9%, atingindo 53,0 M€, afetada pelas quedas das receitas de circulação e dos IVR's, não compensadas pelo aumento das receitas de publicidade (+1,5%) e subscrição de canais (+12,4%).
- A IMPRESA continuou a reduzir a sua dívida líquida remunerada (dívida bancária e locações financeiras), passando de 197,6 M€, no final de setembro de 2014, para 195,6 M€ no final de setembro de 2015.
- De janeiro a setembro de 2015, no conjunto do dia, a SIC terminou com 19,0% de share no universo e a liderar, no universo dos canais generalistas, no target comercial A/B C D 25/54 com 19,6% de share.
- No horário nobre, a SIC continuou a liderar no target comercial A/B C D 25/54, no universo dos canais generalistas, com 24,9% de share. Aos dias úteis, no horário nobre, a SIC manteve a liderança, no universo dos canais generalistas, tanto no target comercial A/B C D 15/54, com 25,1% de share, como no target A/B C D 25/54, com 26,2% de share.
- Para estes bons resultados contribuíram a performance do «Jornal da Noite», a liderança absoluta na televisão portuguesa da novela «Mar Salgado» e a mais recente aposta da SIC, «Coração d'Ouro», que também já conquistou a preferência dos telespetadores.
- No decurso do 3º trimestre de 2015, a IMPRESA concretizou a alienação da sua participação no capital da Noniussoft, com um encaixe de 1,5M€.
- A IMPRESA foi escolhida pelo LinkedIn para ser responsável pela gestão publicitária das suas plataformas no mercado português.



**IMPRESA**

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

Tabela 1. Principais Indicadores

(Valores em €)	set-15	set-14	var %	3ºT 2015	3ºT 2014	var %
Receitas Consolidadas	164.459.373	172.809.685	-4,8%	52.969.559	53.460.612	-0,9%
Televisão	123.108.403	129.567.490	-5,0%	39.578.888	39.238.736	0,9%
Publishing	40.381.219	42.090.903	-4,1%	13.116.378	13.970.910	-6,1%
InfoPortugal & Outras	1.650.355	1.587.365	4,0%	480.960	439.077	9,5%
Intersegmentos	-680.604	-436.073	-	-206.667	-188.111	-
Custos Operacionais (1)	150.220.548	152.990.951	-1,8%	48.989.347	50.039.241	-2,1%
EBITDA	14.238.825	19.818.734	-28,2%	3.980.212	3.421.371	16,3%
Margem EBITDA	8,7%	11,5%		7,5%	6,4%	
EBITDA Televisão	14.351.044	20.802.289	-31,0%	4.029.047	3.496.727	15,2%
EBITDA Publishing	2.344.908	1.880.188	24,7%	723.031	814.737	-11,3%
EBITDA Infoportugal & Outras	-2.457.127	-2.863.743	14,2%	-771.866	-890.093	13,3%
Resultado Consolidado Líquido	1.089.241	5.554.051	-80,4%	416.645	-384.743	n.a.
Dívida Líquida + Locações (M€)	195,6	197,6	-1,0%			

Nota: EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações e Depreciações + Perdas de Imparidade. Dívida líquida = Empréstimos (CP+MLP) – Caixa e Equivalentes de caixa. (1) Não considera Amortizações e Depreciações e Perdas de Imparidade.



2. Análise das Contas Consolidadas

No 3º trimestre de 2015, a IMPRESA registou uma melhoria da evolução das receitas, com uma descida de apenas 0,9% face ao trimestre homólogo. No final de setembro de 2015, atingiram-se receitas consolidadas de 164,5 M€, o que representou uma descida de 4,8% em relação ao período homólogo de 2014.

Da atividade no 3º trimestre de 2015, é de referir o seguinte:

- Subida de 12,4% das receitas de subscrição de canais, com crescimento similar até setembro (12,3%).
- Crescimento de 1,5% das receitas publicitárias.
- Descida de 5,6% das vendas de publicações.
- Redução de 20,5% das outras receitas, penalizadas pela quebra das vendas do customer publishing, venda de conteúdos, multimedia e produtos associados.

Tabela 2. Receitas Totais						
(Valores em €)	set-15	set-14	var %	3ºT 2015	3ºT 2014	var %
Total Receitas	164.459.373	172.809.684	-4,8%	52.969.559	53.460.609	-0,9%
Publicidade	84.758.413	85.133.082	-0,4%	26.418.102	26.015.978	1,5%
Subscrição Canais	37.841.938	33.699.546	12,3%	12.566.033	11.175.901	12,4%
Circulação	18.764.980	19.326.005	-2,9%	6.654.441	7.047.307	-5,6%
Outras receitas	23.094.042	34.651.051	-33,4%	7.330.983	9.221.423	-20,5%

Os custos operacionais desceram 2,1% no 3º trimestre. No acumulado, os custos operacionais, sem considerar amortizações e depreciações, atingiram 150,2 M€, o que representou uma descida de 1,8 % em relação ao período homólogo. De referir que a SIC continua a amortizar toda a sua ficção nacional a 100%, na 1ª exibição.

No 3º trimestre de 2015, o EBITDA consolidado voltou a subir, atingindo 4,0 M€, que compara com 3,4 M€ obtido no período homólogo, ou seja, uma subida de 16,3%. O EBITDA consolidado apurado no final de setembro de 2015 foi de 14,2 M€ quando, no período homólogo de 2014, este valor se fixara em 19,8 M€.

No 3º trimestre de 2015, registou-se uma subida das amortizações de 11,1%. No final de setembro de 2015, o volume de amortizações desceu 0,3%, para 2,9 M€.

Os resultados financeiros tiveram uma evolução favorável no 3º trimestre, com uma melhoria de 19,6%, para 2,2 M€, em relação ao período homólogo. Esta melhoria foi o resultado da renegociação de várias linhas de financiamento, o que permitiu a descida dos custos de financiamento a partir deste trimestre. De referir ainda que esta poupança em encargos financeiros mais do que compensou as perdas cambiais que se registaram no trimestre. No final de setembro de 2015, os resultados financeiros negativos de 9,2M€ apresentaram uma variação desfavorável de 13,7% face ao período homólogo.

O resultado consolidado líquido do 3º trimestre de 2015 foi positivo, no montante de 416,6 mil euros, que compara com o resultado negativo de 384,7 mil euros obtido no 3º trimestre de 2014. O resultado consolidado líquido, no final de setembro de 2015, foi de 1,1 M€, que compara com o resultado de 5,6 M€ obtido no período homólogo de 2014.



Tabela 3. Demonstração Consolidada dos Resultados

(Valores em €)	set-15	set-14	var %	3ºT 2015	3ºT 2014	var %
Receitas Totais	164.459.373	172.809.685	-4,8%	52.969.559	53.460.612	-0,9%
Televisão	123.108.403	129.567.490	-5,0%	39.578.888	39.238.736	0,9%
Publishing	40.381.219	42.090.903	-4,1%	13.116.378	13.970.910	-6,1%
InfoPortugal & Outras	1.650.355	1.587.365	4,0%	480.960	439.077	9,5%
Intersegmentos	-680.604	-436.073	-	-206.667	-188.111	-
Custos Operacionais (1)	150.220.548	152.990.951	-1,8%	48.989.347	50.039.241	-2,1%
Total EBITDA	14.238.825	19.818.734	-28,2%	3.980.212	3.421.371	16,3%
Margem EBITDA	8,7%	11,5%		7,5%	6,4%	
Televisão	14.351.044	20.802.289	-31,0%	4.029.047	3.496.727	15,2%
Publishing	2.344.908	1.880.188	24,7%	723.031	814.737	-11,3%
Infoportugal & Outras	-2.457.127	-2.863.743	14,2%	-771.866	-890.093	13,3%
Amortizações	2.900.764	2.909.470	-0,3%	973.677	876.028	11,1%
EBIT	11.338.061	16.909.264	-32,9%	3.006.535	2.545.343	18,1%
Margem EBIT	6,9%	9,8%		5,7%	4,8%	
Resultados Financeiros	-9.184.166	-8.079.120	-13,7%	-2.198.312	-2.733.572	19,6%
Res. Ant. Imp. & Int. s/controlo	2.153.895	8.830.144	-75,6%	808.223	-188.229	n.a.
Imposto (IRC) (-)	1.064.654	3.276.093	-67,5%	391.578	196.514	99,3%
Interesses s/ controlo	0	0	-	0	0	-
Resultado Consolidado Líquido	1.089.241	5.554.051	-80,4%	416.645	-384.743	n.a.

Nota: EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações e Depreciações e Perdas de Imparidade. (1) Não considera Amortizações e Depreciações e Perdas de Imparidade.

Em termos de balanço, no final de setembro de 2015, a dívida remunerada (dívida bancária líquida + locações financeiras) cifrava-se em 195,6 M€, que compara com o valor de 197,6 M€ registado no período homólogo de 2014.

Evolução da Dívida Bancária + Locações (M€)



No final de setembro de 2015, a dívida remunerada de médio e longo prazo representava cerca de 71% do total da dívida.



3. Televisão – SIC

Tabela 4. Indicadores Televisão

	set-15	set-14	var %	3ºT 2015	3ºT 2014	var %
Total Receitas	123.108.403	129.567.490	-5,0%	39.578.888	39.238.736	0,9%
Publicidade	66.963.903	66.747.205	0,3%	21.046.331	20.410.174	3,1%
Subscrição Canais	37.841.938	33.699.546	12,3%	12.566.033	11.175.901	12,4%
Outras	18.302.562	29.120.739	-37,1%	5.966.524	7.652.661	-22,0%
Custos Operacionais (1)	108.757.359	108.765.201	0,0%	35.549.841	35.742.009	-0,5%
EBITDA	14.351.044	20.802.289	-31,0%	4.029.047	3.496.727	15,2%
EBITDA (%)	11,7%	16,1%		10,2%	8,9%	
Resultados Operacionais (EBIT)	12.161.667	18.703.058	-35,0%	3.294.288	2.885.921	14,2%

Nota: EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações e Depreciações + Perdas de Imparidade. (1) Não considera Amortizações e Depreciações e Perdas de Imparidade.

A SIC terminou setembro de 2015 com um total de receitas de 123,1 M€, o que representou uma redução de 5% face ao período homólogo de 2014. No 3º trimestre, as receitas totais cresceram 0,9%. Os crescimentos das receitas de publicidade e de subscrição, no 3º trimestre, compensaram a descida das outras receitas (-22%) e, particularmente, as receitas de multimédia.

No 3º trimestre de 2015, as receitas publicitárias apresentaram uma subida de 3,1%, para 21 M€, uma inversão relativamente ao trimestre anterior. Este crescimento no trimestre permitiu que, no final de setembro de 2015, as receitas de publicidade aumentassem 0,3%, para 67 M€. No acumulado a setembro de 2015, as receitas de publicidade representaram 54% do total das receitas da SIC.

De janeiro a setembro de 2015, no conjunto do dia, a SIC terminou com 19,0% de share no universo e a liderar, no universo dos canais generalistas, no target comercial A/B C D 25/54 com 19,6% de share.

No horário nobre, a SIC continuou a liderar no target comercial A/B C D 25/54, no universo dos canais generalistas, com 24,9% de share. Aos dias úteis, no horário nobre, a SIC manteve a liderança, no universo dos canais generalistas, tanto no target comercial A/B C D 15/54, com 25,1% de share, como no target A/B C D 25/54, com 26,2% de share.

Para estes bons resultados contribuíram a performance do «Jornal da Noite», a liderança absoluta na televisão portuguesa da novela «Mar Salgado» e a mais recente aposta da SIC, «Coração d'Ouro», que também já conquistou a preferência dos telespetadores. Em 2015, a SIC reforçou a sua aposta na ficção portuguesa, com o início de uma 2ª linha de ficção, estreando a novela “Poderosas”.

Os canais SIC, generalista e temáticos, obtiveram, de janeiro a setembro de 2015, no seu conjunto, uma quota de mercado de 22,3% e lideraram no target comercial A/B C D 25/54 com 23,3% de share. Nos dias úteis, os canais SIC atingiram um share de 23,4%.



As receitas de subscrição geradas pelos 8 canais da SIC, em Portugal e no estrangeiro, cresceram 12,4%, no 3º trimestre de 2015, para 12,6 M€. Este crescimento registou-se em ambos os mercados, nacional e estrangeiro, mas com maior ênfase nos mercados internacionais, através do aumento dos subscritores e da venda de novos canais. No acumulado a Setembro de 2015, as receitas de subscrição atingem 37,8 M€, uma subida de 12,3% face ao período homólogo de 2014.

Em novembro de 2014 arrancou o DSTV Kids, na Multichoice, que deu um forte contributo para o aumento das receitas internacionais, que, em setembro de 2015, representaram cerca de 20% das receitas de subscrição.

No 3º trimestre de 2015, os canais por subscrição da SIC, alcançaram, no seu conjunto, uma quota de mercado de 3,5%, o valor mais alto do ano. A SIC Notícias destacou-se, mais uma vez, como o canal de informação preferido pelos portugueses, com 1,9% de share.

Os sites do Universo SIC tiveram uma performance muito positiva até setembro de 2015, com o tráfego a subir 36,2%, em termos homólogos, com uma média de 4,8 milhões de visitantes únicos. Este crescimento reflete a profunda remodelação que os sites da SIC e da SIC Notícias tiveram durante o exercício de 2014.

No que se refere aos custos operacionais, no 3º trimestre de 2015, apesar do crescimento das receitas, os custos operacionais desceram 0,5%. No final de setembro de 2015, registou-se um valor semelhante de custos operacionais relativamente aos do período homólogo de 2014, apesar do lançamento do canal DSTV Kids.

A evolução operacional, no 3º trimestre de 2015, permitiu que o EBITDA subisse 15,2% tendo atingido 4 M€. No final de setembro de 2015, muito penalizado pela evolução dos IVR's, o EBITDA atingiu o montante de 14,4 M€, que compara com o valor de 20,8 M€ obtido no período homólogo de 2014.

No 3º trimestre de 2015, os resultados operacionais foram de 3,3 M€, um aumento de 14,2% face ao valor de 2,9 M€ obtido no 3º trimestre de 2014. No acumulado, a evolução operacional, nomeadamente ao nível dos IVR's, conduziu a uma redução homóloga de 35% dos resultados operacionais (EBIT), atingindo 12,2 M€.



4. IMPRESA Publishing

Tabela 5. Indicadores Publishing

	set-15	set-14	var %	3ºT 2015	3ºT 2014	var %
Total Receitas	40.381.219	42.090.903	-4,1%	13.116.378	13.970.910	-6,1%
Publicidade	18.150.647	18.538.995	-2,1%	5.461.156	5.694.341	-4,1%
Circulação	18.764.980	19.326.005	-2,9%	6.654.441	7.047.307	-5,6%
Outras receitas	3.465.592	4.225.903	-18,0%	1.000.781	1.229.262	-18,6%
Custos Operacionais (1)	38.036.311	40.210.715	-5,4%	12.393.347	13.156.173	-5,8%
EBITDA	2.344.908	1.880.188	24,7%	723.031	814.737	-11,3%
EBITDA (%)	5,8%	4,5%		5,5%	5,8%	
Resultados Operacionais (EBIT)	2.107.007	1.618.168	30,2%	644.204	725.569	-11,2%

Nota: EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações e Depreciações e Perdas de Imparidade. (1) Não considera Amortizações e Depreciações e Perdas de Imparidade.

No segmento do publishing, no 3º trimestre de 2015, as receitas totais desceram 6,1% para 13,1 M€, com todas as linhas de receitas a descerem. No final de setembro de 2015, as receitas totais desceram 4,1%, para 40,4 M€, em comparação com o período homólogo de 2014.

As receitas de publicidade, no 3º trimestre de 2015, atingiram o montante de 5,5 M€, uma descida de 4,1% apesar do forte contributo da área digital – Expresso Diário, sites e classificados - que já representou 14,0% da totalidade das receitas de publicidade do publishing. No acumulado até Setembro, as receitas de publicidade desceram 2,1%.

Em termos de circulação, o 3º trimestre de 2015 confirmou-se como o melhor período do ano em vendas, atingindo 6,7 M€, apesar da descida de 5,6% em termos homólogos. Num setor que continua a ser marcado pela descida generalizada das vendas, as publicações da IMPRESA mantiveram as suas posições de liderança nos vários segmentos de mercado. No acumulado, as receitas de circulação desceram 2,9% para 18,8 M€.

As receitas digitais de circulação cresceram 18,0%, representando 4,2% do total das receitas de circulação até setembro de 2015.

A aposta no digital permitiu continuar a registar, até setembro de 2015, uma evolução favorável, com as receitas digitais, de publicidade e circulação, a crescerem 15,3% face ao período homólogo.

Os sites do publishing continuaram a registar um elevado volume de tráfego. Em média, de janeiro a setembro de 2015, os sites atingiram 14,4 milhões de visitas, uma subida homóloga de 21,3%. De destacar o crescimento do novo site do EXPRESSO que, desde o seu relançamento em maio, atingiu uma média de 8,1 milhões de visitas, um crescimento de 42,7% em termos homólogos. O tráfego móvel continuou a apresentar uma performance de crescimento e, em termos médios, de janeiro a setembro de 2015, já representava 35% do tráfego total, contra uma média de 19,2% verificada no ano de 2014. No 3º trimestre de 2015, o tráfego móvel atingiu 39% do tráfego total.

As outras receitas apresentaram uma descida de 18,6% no 3º trimestre de 2015, fortemente influenciada pela queda das receitas de customer publishing, pois as vendas de produtos associados desceram apenas 3,3%. No acumulado a Setembro de 2015, as outras receitas desceram 18%.





No 3º trimestre de 2015 manteve-se um forte controlo de custos, que desceram 5,8% em termos homólogos. No final de setembro de 2015, os custos operacionais apresentaram uma descida de 5,4% face ao período homólogo de 2014.

A evolução combinada de receitas e custos operacionais, no 3º trimestre, originou uma descida de 11,3% do EBITDA e de 11,2% no EBIT. Contudo, no acumulado até final de setembro de 2015, face a setembro de 2014, o EBITDA cresceu 24,7%, para 2,3 M€, e o EBIT aumentou 30,2% para 2,1 M€.

Da atividade de 2015 são ainda de destacar os seguintes factos e realizações na área do publishing:

- O EXPRESSO continua a ser o semanário mais vendido em Portugal (dados APCT - 1º semestre 2015).
- As revistas Visão, Exame, Exame Informática e Blitz continuam a ser líderes nos respetivos segmentos (dados APCT - 1º semestre de 2015).
- Lançamento da “E”, a nova revista do EXPRESSO, um novo produto, que completa a leitura do primeiro caderno e do caderno de economia. A “E” é uma revista de comportamentos, dos grandes formatos jornalísticos, da cultura e de recomendações de tempos livres.
- Relançamento, em maio, do site “responsive” do EXPRESSO.
- Lançamento da newsletter matinal “EXPRESSO Curto”, que pretende ser mais um passo na transição digital e na relação permanente com os leitores.
- Entrega do Prémio Pessoa 2014 a Henrique Leitão, com a presença do Presidente da República e do Primeiro-Ministro, uma parceria do EXPRESSO com a Caixa Geral de Depósitos.
- Gala dos Globos de Ouro, parceria da revista Caras com a SIC.
- Prémio Primus inter Pares, parceria do EXPRESSO com o Banco Santander Totta.
- Carro do Ano/Troféu Essilor Volante de Cristal.
- Conferência “Pensar o País”, parceria com Deutsche Bank.
- Conferência “SAÚDE 2025”, uma parceria com IBM, José de Mello Saúde, Médis e Samsung, realizada no Centro de Congressos da Fundação Champalimaud.
- Projeto “Energias de Portugal”, parceria com EDP.
- Projeto “Todos queremos um bairro melhor”, parceria da VISÃO com a EDP.
- Exposição World Press Photo, parceria da VISÃO com o Museu da Eletricidade.
- Conferência “O Futuro do Crescimento”, parceria com Accenture e Randstadt



5. IMPRESA Outras

Tabela 6. Indicadores Impresa Outras

	set-15	set-14	var %	3ºT 2015	3ºT 2014	var %
Total Receitas	969.751	1.151.292	-15,8%	274.293	250.966	9,3%
InfoPortugal & Outras	1.650.355	1.587.365	4,0%	480.960	439.077	9,5%
Intersegmentos	-680.604	-436.073	-	-206.667	-188.111	-
Custos Operacionais (1)	3.426.878	4.015.035	-14,6%	1.046.159	1.141.059	-8,3%
EBITDA	-2.457.127	-2.863.743	14,2%	-771.866	-890.093	13,3%
Resultados Operacionais (EBIT)	-2.930.613	-3.411.962	14,1%	-931.957	-1.066.147	12,6%

Nota: EBITDA = Resultado Operacional + Amortizações e Depreciações + Perdas de Imparidade. (1) Não considera Amortizações e Depreciações e Perdas de Imparidade.

Este segmento inclui os custos de gestão e financeiros da holding e engloba, também, as atividades operacionais da InfoPortugal, empresa dedicada às tecnologias de informação e produção de conteúdos, designadamente fotografia aérea, cartografia e conteúdos georreferenciados, e à exploração do site de fotografia e da Academia Olhares.

No final de setembro de 2015, a InfoPortugal & Outras atingiu receitas operacionais de 1,7 M€, o que representou uma subida de 4%, em relação ao período homólogo de 2014.

Em termos de resultados, no final de setembro de 2015, o EBITDA e o EBIT deste segmento foram negativos, no montante de 2,5 M€ e 2,9 M€, respetivamente, mas cerca de 14% melhores que os valores registados no período homólogo de 2014.



6. Perspetivas

Tendo em conta os resultados positivos obtidos no 3º trimestre de 2015, e apesar dos resultados acumulados no final de setembro de 2015 apresentarem valores inferiores a 2014, devido à evolução dos IVR's durante o 1º semestre, o Grupo IMPRESA mantém a expectativa de realizar um 2º semestre em linha com o ano transato, sem considerar impactos não recorrentes do ajustamento funcional efetuado no mês de outubro, bem como de continuar a redução do seu passivo remunerado.

Lisboa, 29 de outubro de 2015

Pela Administração

José Freire
Diretor Relações com Investidores
www.impresa.pt

