



**IMPRESA**

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

## IMPRESA Comunicado – Audiências SIC Março 2014

### SIC reforça liderança em horário nobre de segunda a sexta

A SIC continua a ser a líder de audiências no principal horário televisivo: o horário nobre de segunda a sexta-feira. A estação do Grupo IMPRESA alcançou 26.4% de share, contra os 24.1% da TVI e os 15.8% da RTP1.

A SIC mantém ainda, há 25 meses, a liderança nos targets comerciais (A/B C D 15/54 e A/B C D 25/54), no horário nobre semanal, com 28.3% e 28.5% de share respetivamente, devido fundamentalmente ao Jornal da Noite e às novelas. “Sol de Inverno” foi, mais uma vez, o programa mais visto pelos portugueses, com perto de 1 milhão e 400 mil telespectadores fidelizados, alcançando uma quota de mercado de 29.2%.

No conjunto do dia, a SIC terminou o mês de março com 20.0% de share, mantendo a liderança no targets comerciais (A/B C D 15/54 e A/B C D 25/54) no universo dos canais generalistas com 21% e 21.2% de share respetivamente.

### Audiências Diárias em Share% – março 2014

	março 14		fevereiro 14		Cumulativo Ano 2014	
	Universo	ABCD15-54	Universo	ABCD15-54	Universo	ABCD15-54
<b>RTP1</b>	15.6	10.0	15.9	9.6	15.4	9.5
<b>RTP2</b>	2.0	2.1	2.0	2.1	2.0	2.1
<b>SIC</b>	<b>20.0</b>	<b>21.0</b>	<b>20.2</b>	<b>21.2</b>	<b>19.7</b>	<b>20.6</b>
<b>TVI</b>	23.3	18.8	23.9	19.5	24.4	20.2
<b>Subscrição TV</b>	28.9	33.4	28.0	33.0	28.2	32.8
<b>Outros</b>	10.1	14.8	10.0	14.6	10.4	14.8

Fonte: Dados GfK/CAEM.

- Em março, nas manhãs, a SIC terminou com 18.5% de share. O “Queridas Manhãs” subiu 4.2.p.p. face ao mesmo horário em 2013.
- No período da tarde, a SIC encerrou nos 16.8% de share, tendo subido 0.6p.p..
- No período do “late-night”, a SIC terminou com 21.2% de share, tendo subido 0.3p.p..

### Audiências Horário-nobre aos Dias Úteis (%)– março 2014

	março 14		fevereiro 14		Cumulativo Ano 2014	
	Universo	ABCD15-54	Universo	ABCD15-54	Universo	ABCD15-54
<b>RTP1</b>	15.8	11.1	15.2	9.9	14.7	9.8
<b>RTP2</b>	1.8	2.0	1.8	2.1	1.9	2.1
<b>SIC</b>	<b>26.4</b>	<b>28.3</b>	<b>26.4</b>	<b>27.8</b>	<b>25.8</b>	<b>27.0</b>
<b>TVI</b>	24.1	19.8	25.3	21.4	25.8	22.3
<b>Subscrição TV</b>	23.3	26.7	23.0	26.8	22.9	26.4
<b>Outros</b>	8.6	12.1	8.4	12.0	8.8	12.4

Fonte: Dados GfK/CAEM



**IMPRESA**

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

No prime time aos dias úteis, além de “Sol de Inverno”, a liderança da SIC ficou a dever-se aos resultados do Jornal da Noite (23.4% de share), e à liderança das novelas “Amor à Vida” e “A Guerreira” que mantêm o seu extraordinário desempenho com valores muito acima da média da estação (28.6% e 29.8% de share respetivamente).

A informação da SIC contribuiu mais uma vez para os bons resultados da estação mantendo a liderança destacada nos targets comerciais (A/B C D 15/54 e A/B C D 25/54), com 25.2% e 25.9% de share respetivamente. De salientar também o bom desempenho do “Primeiro Jornal” aos dias úteis que terminou o mês de março com uma média de 24.4% de share.

O programa mais visto em março na televisão portuguesa foi o jogo do Benfica para a Liga Europa, com o Tottenham, transmitido pela SIC, que ultrapassou os 2 milhões e 100 mil telespectadores e alcançou uma média de 44.4% de share.

O mês de março ficou também marcado pela estreia da nova novela de fim de tarde, “Em Família”.

### **Canais SIC lideram nos targets comerciais em março de 2014**

O grupo de canais SIC atingiu uma quota de mercado de 23.3% de share. Nos targets comerciais (ABCD 15-54 e ABCD 25-54), terminou a liderar com 24.8% e 25.1% de share respetivamente.

### **Audiências por grupo de canais (share%) – fevereiro 2014**

	março 14		fevereiro 14		Cumulativo Ano 2014	
	Unív.erso	ABCD15-54	Unív.erso	ABCD15-54	Unív.erso	ABCD15-54
<b>Canais RTP</b>	19.2	13.4	19.5	13.0	19.0	12.9
<b>Canais SIC</b>	<b>23.3</b>	<b>24.8</b>	<b>23.5</b>	<b>25.1</b>	<b>23.0</b>	<b>24.3</b>
<b>Canais TVI</b>	25.4	20.5	26.0	21.3	26.5	22.1

Fonte: Dados GfK/CAEM

### **SIC Notícias lidera informação**

No universo dos canais por subscrição, a SIC Notícias mantém a liderança destacada entre os canais de informação, tendo terminado o mês de março com uma média de 1.9% de share contra 1.4% da TVI 24 e 1.1% da RTP Informação, mantendo a segunda posição no universo dos canais por subscrição.

A SIC Mulher terminou com uma média de 0.6% de share, a SIC Radical com uma média de 0.6% de share, tendo subido 0.2p.p. e 4 posições no ranking dos canais por subscrição. A SIC K encerrou com uma média de 0.2% de share e a SIC Caras registou 0.1% de share.

José Freire  
Diretor Investor Relations IMPRESA  
jfreire@impresa.pt