



IMPRESA

Contas 2º Trimestre 2016

Francisco Pedro Balsemão
CEO

Sales, 27 julho 2016



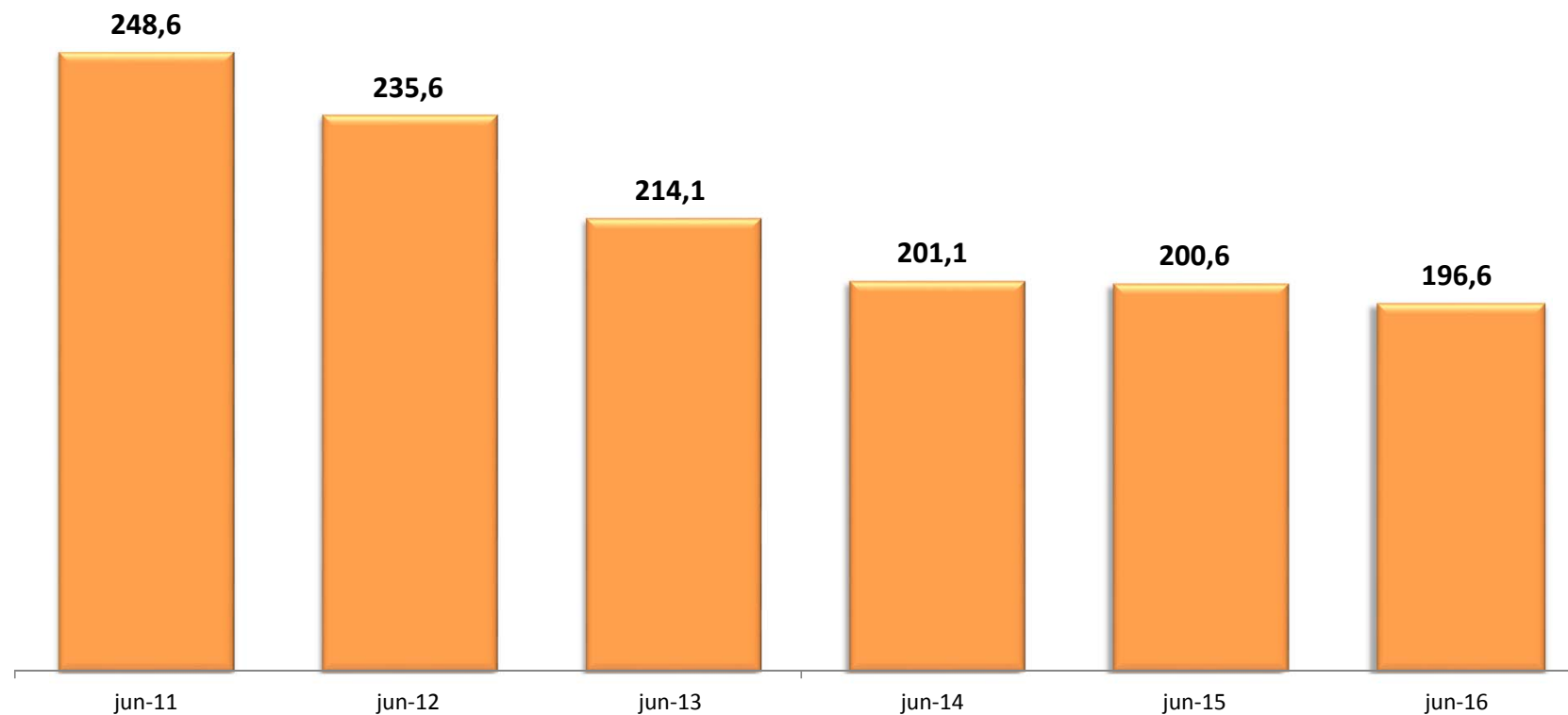
- Regresso aos Lucros
- Publicidade: Televisão e Digital crescem,
- Estreia auspiciosa da novela “Rainha das Flores”
- Regresso do Cinema nos domingos à tarde, com impacto positivo
- Expresso digital ultrapassa os 22,000 leitores, em junho 2016
- Controlo de custos permite à SIC expandir o EBITDA
- Dívida total desce
- Descida dos juros e redução das perdas cambiais, impulsiona os lucros

Principais Números Consolidados



(em M€)	1ºSem 2016	1ºSem 2015	(%)	2T 2016	2T 2015	(%)
Receitas Totais	104,5	111,5	-6,3%	56,6	61,5	-7,9%
Televisão	80,2	83,5	-4,0%	43,3	45,7	-5,1%
Publishing	23,9	27,3	-12,3%	13,2	15,5	-14,6%
Publicidade	58,2	58,7	-0,7%	34,3	34,3	-0,1%
Subscrição Canais	21,8	25,3	-13,7%	10,7	12,6	-14,9%
Publicações	11,2	12,1	-7,5%	5,7	6,1	-6,6%
Outras	13,3	15,4	-14,1%	5,9	8,5	-30,1%
Custos Operacionais	96,0	101,2	-5,1%	48,3	52,2	-7,4%
EBITDA	8,5	10,3	-17,4%	8,3	9,3	-11,0%
EBITDA (%)	8,1%	9,2%		14,6%	15,1%	
Resultados Fin (-)	4,4	7,0	-37,2%	2,1	3,5	-39,9%
Resultados Líquidos	1,2	0,7	82,4%	3,7	3,5	5,1%
Divida Líquida	196,6	200,6	-2,0%	196,6	200,6	-2,0%

Evolução Divida Líquida + Leasing (M€)





IMPRESA

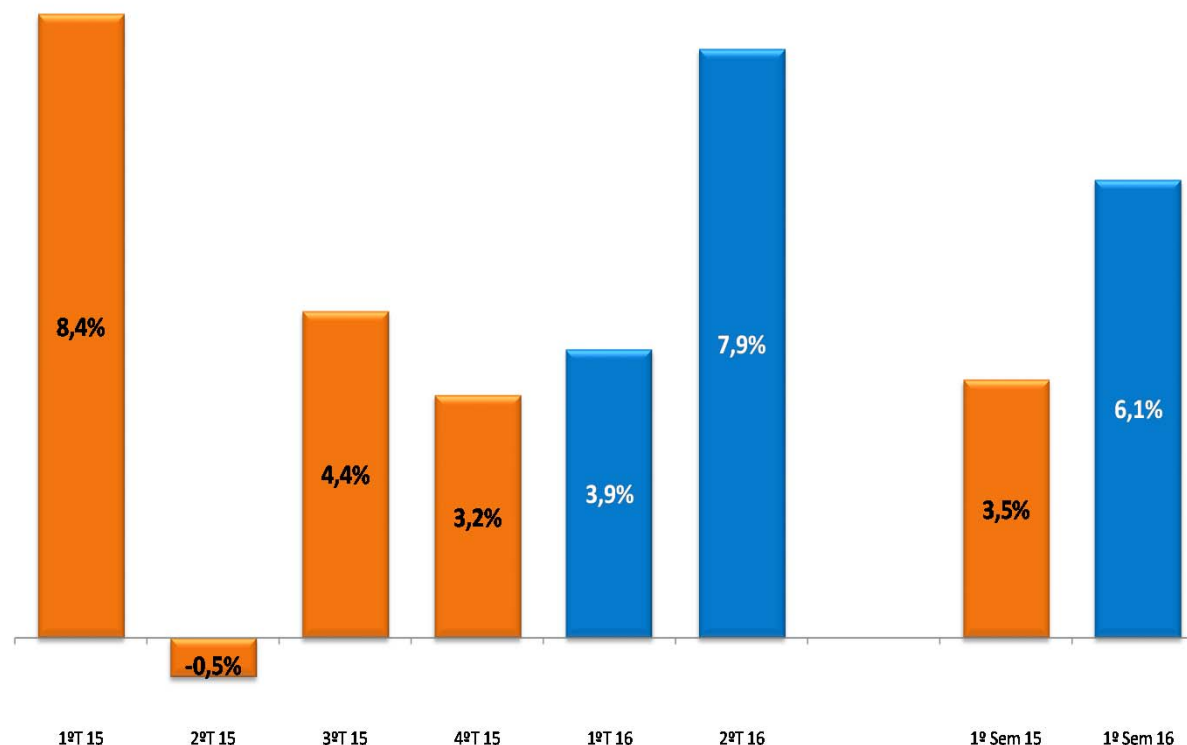
Mercado Publicitário no 1º Sem de 2016

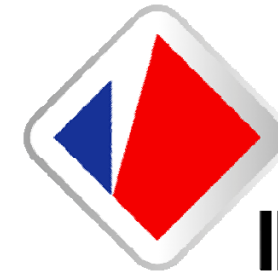
Forte crescimento do mercado publicitário no 2º Trimestre 2016



Mercado Publicitário 2015- 1º Sem 2016 (%)

	1º T 2016	2º T 2016	1º Sem 2016
TV FTA	2,8%	7,2%	5,3%
Cabo	3,2%	21,1%	12,9%
Televisão	2,8%	9,5%	6,6%
SIC	2,5%	4,0%	3,4%
Jornais	-27,2%	-22,8%	-24,8%
Magazines	-21,4%	-11,2%	-15,7%
IMPRESA	-24,5%	-17,2%	-20,5%
Publishing	-18,1%	-14,7%	-16,1%
Radio	9,1%	3,4%	5,8%
Outdoor	9,2%	8,2%	8,6%
Cinema	69,5%	-17,5%	17,3%
Digital	23,1%	24,5%	23,9%
Digital IMPRESA	-6,8%	14,4%	4,9%
Mercado	3,9%	7,9%	6,1%
Total IMPRESA	-1,6%	-0,1%	-0,7%





IMPRESA

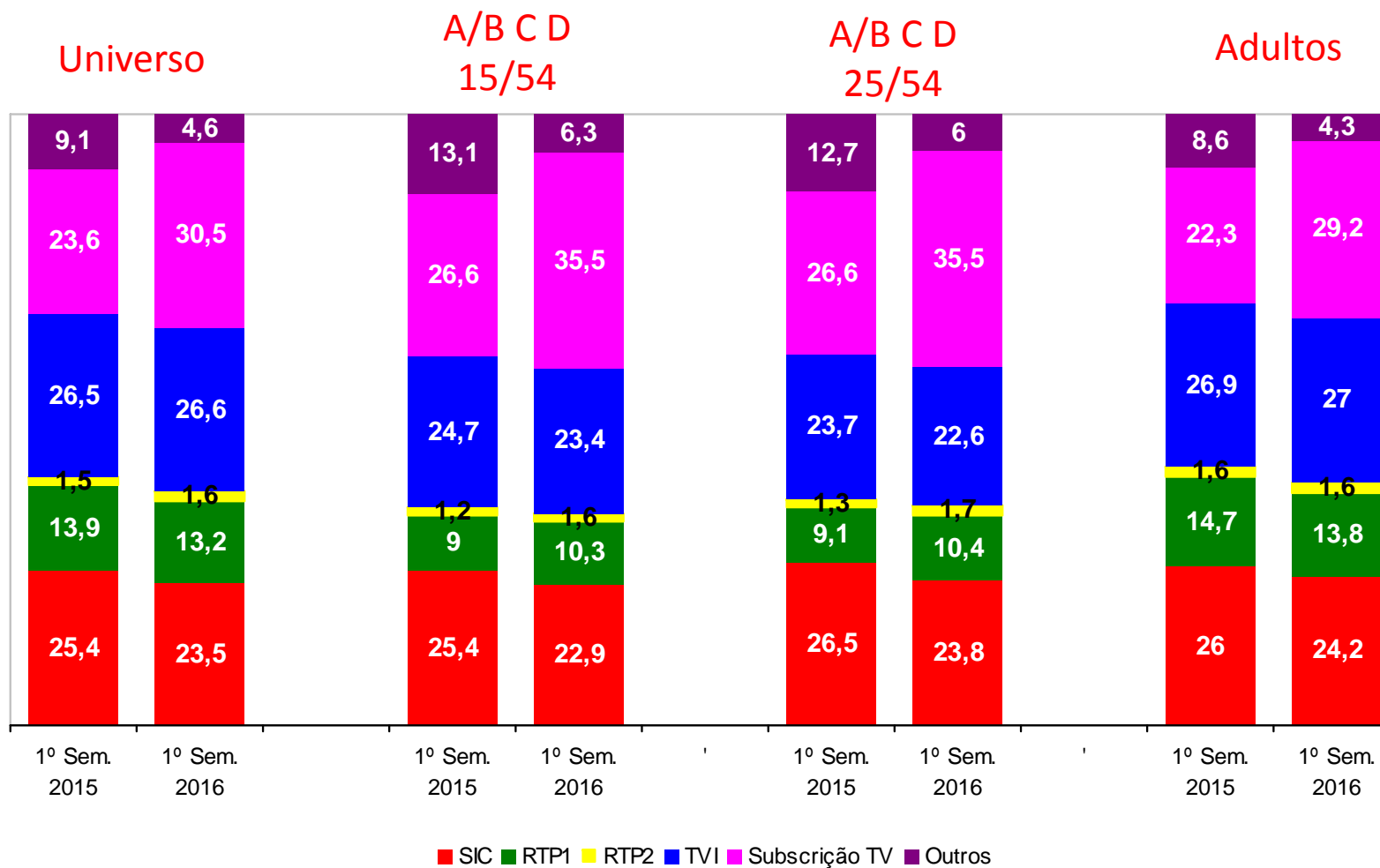
Televisão



Audiências SIC



Share Acumulado Semestre – Prime Time Dias Uteis



Audiências canais temáticos



	(%)	1º Sem 2015
1º	Hollywood	2,3
2º	SIC Notícias	1,7
3º	Disney Channel	1,5
4º	AXN	1,5
5º	TVI24	1,4
6º	FOX	1,3
7º	Disney Junior	1,1
8º	Globo	1,1
18º	SIC Mulher	0,6
20º	SIC Radical	0,6
34º	SIC K	0,3
62º	SIC Caras	0,1

Fonte: GfK, valores live

Total Canais SIC 3,20

	(%)	1º Sem 2016
1º	Hollywood	2,4
2º	SIC Notícias	2,1
3º	TVI24	2,0
4º	CMTV	1,9
5º	Panda	1,7
6º	Disney Channel	1,6
7º	AXN	1,6
8º	FOX	1,5
21º	SIC Radical	0,7
26º	SIC Mulher	0,6
44º	SIC Caras	0,3
47º	SIC K	0,2

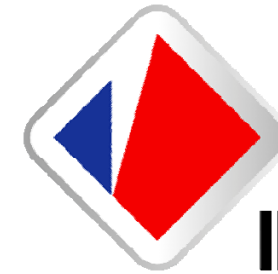
Fonte: GfK, valores consolidados

Total Canais SIC 3,80

Principais números SIC



(em M€)	1ºSem 2016	1ºSem 2015	var (%)	2T 2016	2T 2015	var (%)
Total Receitas	80,2	83,5	-4,0%	43,3	45,7	-5,1%
Publicidade	47,5	45,9	3,4%	27,7	26,6	4,0%
Subscrição Canais	21,8	25,3	-13,7%	10,7	12,6	-14,9%
Multimedia	8,4	9,9	-14,7%	3,5	5,0	-31,5%
Outras	2,4	2,4	0,4%	1,5	1,4	4,1%
Custos Operacionais	69,6	73,0	-4,6%	34,8	37,6	-7,5%
EBITDA	10,5	10,3	2,1%	8,5	8,0	5,9%
EBITDA (%)	13,1%	12,4%		19,6%	17,6%	



IMPRESA

Publishing



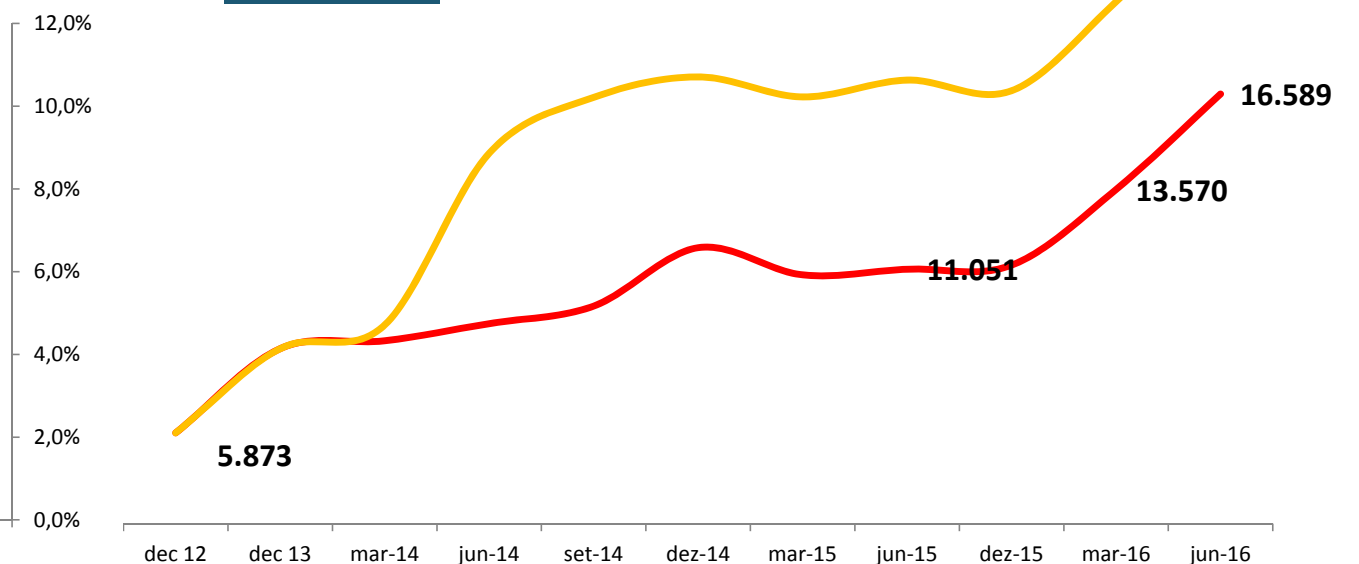
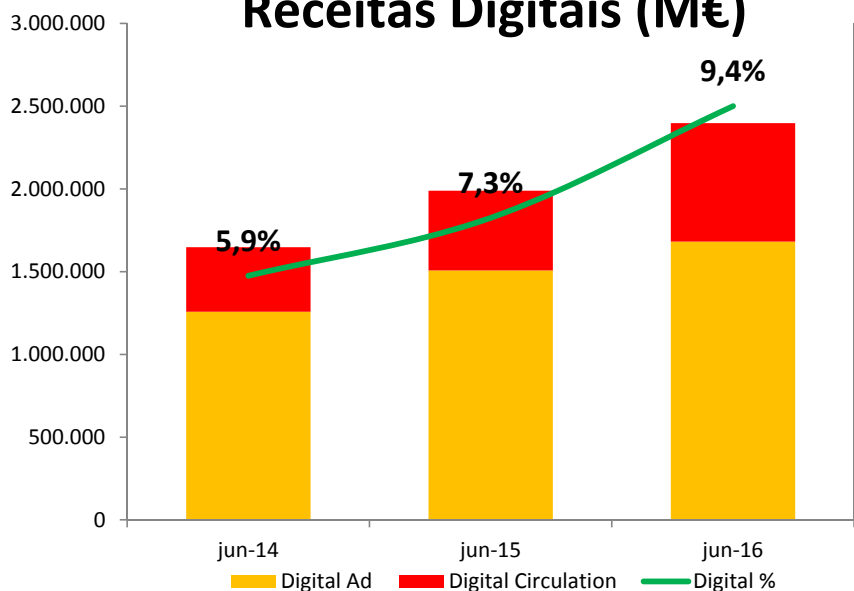
Principais números Publishing

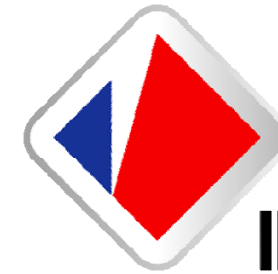


(em M€)	1ºSem 2016	1ºSem 2015	var (%)	2T 2016	2T 2015	var (%)
Total Receitas	23,9	27,3	-12,3%	13,2	15,4	-14,2%
Publicidade	10,7	12,7	-16,1%	6,5	7,8	-16,2%
Publicações	11,2	12,1	-7,5%	5,7	6,2	-8,1%
Prod Alternativos	1,14	1,38	-17,0%	0,6	1,0	-38,9%
Outras	0,9	1,1	-15,5%	0,4	0,8	-45,4%
Custos Operacionais	24,0	25,6	-6,4%	12,7	14,0	-9,3%
EBITDA	-0,1	1,1	n.a	0,5	1,3	-65,3%
EBITDA (%)	-0,4%	3,9%		3,5%	8,7%	

Crescimento Digital

Receitas Digitais (M€)





IMPRESA

Perspectivas

- Lançamento da nova grelha em Setembro, incluindo a nova novela “Amor Maior”
- Expansão da SIC Internacional para novas plataformas – na ZAP.
- Aumento dos Lucros
- Redução da Dívida



IMPRESA

Sales, 27 junho 2016