



IMPRESA

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

IMPRESA Comunicado – 3/2011, 1 Março 2011

SIC encerra Fevereiro com 22,9%

O mês de fevereiro foi marcado por uma nova alteração do painel de audiências, que teve como consequência o reforço da presença do pay-tv – cabo, iptv e satélite. Os lares com cabo passaram a representar 57,4% dos lares no painel de audiências. Com estas alterações, e sem surpresa, o conjunto dos canais do cabo registaram audiências recorde, em troca duma queda generalizada dos canais generalistas, em relação a Janeiro último.

O canal SIC atingiu uma audiência média de 22,9% em fevereiro, num mês com poucas novidades, contra os 25,3% registados em fevereiro de 2010. No “target comercial”, as audiências ficaram nos 22,8%.

Ao contrário de fevereiro, o mês de março vai ser cheio de novidades na SIC. No horário nobre, arranca dia 7 de março a comédia “A Família Mata”, todos os dias a seguir ao Jornal da Noite. Nas manhãs, a partir de dia 14 de março, começa o “Querida Júlia”, o novo programa de entretenimento diário com a Júlia Pinheiro. Nas tardes, vai arrancar um renovado “Boa Tarde”.

Audiências Diárias – Fevereiro 2011

	Fevereiro 11		Fevereiro 10		Jan-Fev 11		Jan-Fev 10	
	Share	Target*	Share	Target*	Share	Target*	Share	Target*
RTP1	22.9	15.6	24.7	18.1	23.2	16.1	24.6	17.9
2:	3.9	4.2	4.9	5.1	4.2	4.4	4.8	5.1
SIC	22.9	22.4	25.3	27.1	23.5	23.2	25.3	27.2
TVI	26.9	25.2	27.5	26.6	27.5	26.5	28.0	27.1
Cabo	21.1	29.9	16.3	21.1	19.4	27.4	16.1	21.0
Outros	2.3	n.a.	1.3	n.a.	2.2	n.a.	1.2	n.a.

Fonte: Markttest. * Audiência do “target” comercial alargado ABC1C2 15-54

A evolução nos principais blocos horários em fevereiro, em relação ao mês anterior foi a seguinte:

- Nas manhãs, a SIC desceu para 21,0%.
- No período das tardes, a SIC desceu para 22,7%.
- No “prime-time”, o mês encerrou nos 24,1%. No target comercial atingiu os 24,7%.
- No período do “late-night”, a SIC desceu para 22,3%.

Audiências Prime Time – Fevereiro 2011

	Fevereiro 11		Fevereiro 10		Jan-Fev 11		Jan-Fev 10	
	Share	Target*	Share	Target*	Share	Target*	Share	Target*
RTP1	19.8	15.6	21.4	17.0	20.1	15.9	21.3	17.7
2:	3.6	4.4	4.3	5.1	3.8	4.6	4.2	4.9
SIC	24.1	24.7	26.2	29.4	24.6	25.6	26.0	29.0
TVI	31.5	27.4	32.8	29.7	31.8	27.9	33.5	29.5
Cabo	19.1	27.9	14.1	18.8	17.8	26.0	14.3	19.0
Outros	1.9	n.a.	1.2	n.a.	1.9	n.a.	1.1	n.a.

Fonte: Markttest. * Audiência do “target” comercial alargado ABC1C2 15-54



IMPRESA

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

SIC Notícias manteve a sua liderança no cabo

Num mês em que se registou um grande crescimento do cabo, foi um bom mês para os canais SIC. A **SIC Notícias** manteve a liderança com 10,5%. A **SIC Mulher** também manteve uma boa performance, atingindo uma audiência de 4,3%, e a **SIC Radical** que regressou ao topo 10, com uma audiência de 3,3%.

Audiências no Cabo

	Fev 2011		Fev 2010
SIC Notícias	10.5%	SIC Notícias	13.5%
SportTV	7.8%	AXN	8.1%
AXN	6.1%	Panda	7.8%
FOX	5.3%	FOX	6.1%
Panda	5.1%	Hollywood	5.6%
Hollywood	4.9%	RTPN	5.0%
SIC Mulher	4.3%	SportTV	4.6%
RTPN	3.7%	Fox Life	3.6%
Disney Channel	3.4%	SIC Radical	3.1%
SIC Radical	3.3%	SIC Mulher	3.0%
Total Canais Cabo	36.0%	Total Canais Cabo	32,7%

Fonte: Marktest.

Lisboa, 1 Março 2011

José Freire
Director Investor Relations
Tel: 351 21 392 9780
E-mail: jfreire@impresa.pt
[www. impresa.pt](http://www.impresa.pt)