

## **Comunicado – IMPRESA Contas Consolidadas de 2003**

### **1. Principais Factos**

No final de 2003, a IMPRESA atingiu receitas consolidadas de 265,7 milhões de euros, o que representou um crescimento de 6% face a 2002, com destaque para a SIC que viu as suas receitas totais aumentarem 11%. Nos segmentos de jornais e revistas, o crescimento variou entre 0,4 e 2,4%, respectivamente.

O crescimento das receitas foi impulsionado pelo aumento de 8% das vendas de publicidade da SIC, pela subida de 7,1% da venda de publicações e pelo sucesso na venda de outros produtos editoriais, dos quais se destaca a edição do colecionável “Os Lusíadas”.

O esforço de redução de custos continuou em 2003, tendo os custos operacionais consolidados descido 13,4 milhões de euros, o que representou uma variação de menos 5,6% face a 2002.

O EBITDA atingiu os 43,7 milhões de euros em 2003, sem custos de reestruturação, o que representou um ganho de 133%, comparativamente a 18,8 milhões de euros registados no final em 2002. A margem EBITDA em 2003, atingiu 16,5%.

Os custos de reestruturação, no montante de 2,8 milhões de euros, resultaram das indemnizações pagas por rescisões de contratos de pessoal na SIC, no Expresso, na Edimpresa e no Jornal da Região. O número de trabalhadores ao serviço das três principais áreas de negócio, no final de 2003, cifrou-se em 1.436, o que significou uma redução de 9,4% relativamente a 2002.

Os resultados operacionais regressaram a valores positivos, no montante de 18,5 milhões de euros, contra resultados negativos de 19,7 milhões de euros registados no final de 2002.

As melhorias registadas a nível operacional permitiram uma redução substancial dos prejuízos. Assim, os resultados consolidados antes de impostos atingiram -1,6 milhões de euros em 2003, contra 40 milhões de euros negativos de 2002. Os resultados líquidos consolidados atingiram -10,2 milhões de euros, contra -27,9 milhões de euros em 2002, ou seja, uma melhoria de 63,5%.

**Tabela 1. Conta de Exploração Consolidada**

	Dez 2003	Dez 2002	Var.	4º Trimestre 2003	4º Trimestre 2002	Var
<b>Receitas Consolidadas</b>	<b>265.723.982</b>	<b>250.690.901</b>	<b>6,0%</b>	<b>81.349.117</b>	<b>75.620.439</b>	<b>7,6%</b>
Televisão	144.720.116	130.352.359	11,0%	44.083.922	40.060.913	10,0%
Jornais	50.747.750	50.544.938	0,4%	15.775.451	13.500.436	16,9%
Revistas	74.533.507	72.758.490	2,4%	22.401.630	23.017.528	-2,7%
Inter-segmentos	-4.277.392	-2.964.886	-44,3%	-911.886	-958.438	-4,9%
<b>Custos Operacionais</b>	<b>224.866.817</b>	<b>238.305.289</b>	<b>-5,6%</b>	<b>63.002.022</b>	<b>64.674.820</b>	<b>-2,6%</b>
Custos c/reestruturação	2.884.184	6.413.505	-55,0%	1.468.255	4.694.384	-68,7%
<b>EBITDA s/reestruturação</b>	<b>43.741.349</b>	<b>18.799.117</b>	<b>132,7%</b>	<b>19.815.350</b>	<b>15.640.003</b>	<b>26,7%</b>
Margem EBITDA	16,5%	7,5%		24,4%	20,7%	
<b>EBITDA Consolidado</b>	<b>40.857.165</b>	<b>12.385.612</b>	<b>229,9%</b>	<b>18.347.095</b>	<b>10.945.619</b>	<b>67,6%</b>
Margem EBITDA	15,4%	4,9%		22,6%	14,5%	
Televisão	25.804.338	-3.404.572	857,9%	13.331.810	4.214.229	216,4%
Jornais	8.416.680	4.163.905	102,1%	3.396.646	1.178.326	188,3%
Revistas	10.367.506	13.180.441	-21,3%	4.217.593	6.087.991	-30,7%
Holding Ajustamentos	-3.731.360	-1.554.162	140,1%	-2.598.954	-534.928	385,9%
Amortizações (-)	15.560.270	21.588.909	-27,9%	1.554.231	5.277.503	-70,5%
Provisões (-)	6.659.762	10.556.456	-36,9%	2.369.602	7.594.033	-68,8%
<b>EBIT</b>	<b>18.637.133</b>	<b>-19.759.753</b>	<b>194,3%</b>	<b>14.423.261</b>	<b>-1.925.917</b>	<b>848,9%</b>
Margem EBIT	7,0%	-7,9%		17,7%	-2,5%	
Res Financeiros(-)	10.024.926	11.133.585	-10,0%	3.124.811	4.795.224	-34,8%
Goodwill(-)	10.959.654	9.861.671	11,1%	2.837.861	2.543.876	11,6%
<b>Resultados Correntes</b>	<b>-2.347.447</b>	<b>-40.755.009</b>	<b>94,2%</b>	<b>8.460.589</b>	<b>-9.265.017</b>	<b>191,3%</b>
Resultados Extraordinários	733.977	331.003	121,7%	-1.205.380	1.299.565	192,8%
<b>Res. Antes Imp.e Minoritários</b>	<b>-1.613.470</b>	<b>-40.424.006</b>	<b>96,0%</b>	<b>7.255.209</b>	<b>-7.965.452</b>	<b>191,1%</b>
Imposto (IRC)(-)	5.472.432	-2.327.431	n.a	3.499.243	1.005.109	248,1%
Interesses Minoritários(-)	3.115.700	-10.131.387	n.a	3.611.853	-3.507.779	n.a
<b>Res. Líquido Consolidado</b>	<b>-10.201.602</b>	<b>-27.965.188</b>	<b>63,5%</b>	<b>144.113</b>	<b>-5.462.782</b>	<b>102,6%</b>

## 2. Análise Financeira

A IMPRESA atingiu, em 2003, receitas consolidadas de 265,7 M€, o que representou um crescimento de 6% face às contas do ano transacto.

A evolução das receitas é explicada, essencialmente, pelo crescimento de 2,1% nas vendas de publicidade, que representaram 66% do total das receitas consolidadas. As outras receitas, relacionadas com canais temáticos, SMS, produtos editoriais e marketing alternativo, tiveram um aumento de 27,6%. A venda de publicações cresceu 7,1%, representando 19,8% do total.

Apesar do crescimento das receitas, após dois anos de contracção, o ano de 2003 continuou a ser marcado por um enorme esforço de redução de custos, nomeadamente dos custos de programação de televisão e dos custos com pessoal, e por um controle apertado dos custos variáveis. De realçar, também, a descida dos preços de papel. Deste modo, os custos operacionais consolidados desceram 5,6%, o que representou numa poupança de 13,4 M€.

Esta redução dos custos, em conjunto com o crescimento das receitas, permitiu atingir um EBITDA de 40,8 M€ em 2003, enquanto que, em 2002, fora de 12,4 M€. O EBITDA foi ainda afectado pelos custos de reestruturação, que, em 2003, atingiram 2,8 M€. O EBITDA ajustado destes custos atingiu 43,7 M€, a que corresponde uma margem de 16,5%.

Os custos de reestruturação resultaram das indemnizações pagas por rescisão de contratos de pessoal na SIC, no Expresso, na Edimpresa, no Jornal da Região e na Cinforma. O número de trabalhadores ao serviço das três principais áreas de negócio, no final de 2003, cifrou-se em 1.436, o que significou uma redução de 9,9% face a 2002.

O volume de provisões, de 6,6 M€, manteve-se elevado. As provisões destinam-se, principalmente, a fazer face a potenciais custos com processos judiciais, perdas em existências e cobranças duvidosas.

No que se refere a amortizações, é de registar uma descida de 27,9%. Esta queda é reflexo do baixo nível de investimentos dos últimos 3 anos, que em 2003 atingiu 4,3 M€. Por outro lado, houve amortizações de imobilizados incorpóreos que terminaram. Finalmente, procedeu-se a uma alteração da política de amortizações de alguns equipamentos, adequando o período de amortização à sua vida útil, como é o caso dos equipamentos de exteriores da televisão e da rotativa de impressão.

Os resultados operacionais atingiram 18,5 M€ em 2003, uma evolução muito favorável em comparação com o valor negativo no montante de 19,8 M€ registado em 2002. A margem operacional atingiu 7,0%, contra -7,9% de 2002.

Os resultados financeiros foram negativos, no montante de 10 M€, o que representou uma descida de 10% em relação a 2002. Esta melhoria deveu-se à descida das taxas de juro, apesar do aumento generalizado dos spreads, e ao aumento dos ganhos cambiais, repercutindo a valorização do euro face ao dólar americano. Esta exposição à moeda

norte-americana advém de a SIC ter uma percentagem significativa dos seus custos de programação, cerca de 45%, indexados a essa moeda.

Ao passivo remunerado líquido correspondeu, no final de 2003, um valor de 149 M€, cerca de mais 1 M€ do que o valor registado no final de 2002. No entanto, durante 2003, o passivo remunerado líquido atingiu o seu pico no final de Setembro, situando-se nos 174 M€. Este aumento da dívida deveu-se à necessidade de pagamento da responsabilidade referente ao contrato “stock options” celebrado em 2000.

Ainda durante 2003, procedeu-se a um aumento de capital na IMPRESA, que, para além de fazer face às necessidades de financiamento de curto prazo, tinha como principal objectivo reforçar os capitais próprios, de modo a apresentar rácios de balanço mais saudáveis. O aumento permitiu uma injeção de capital, líquido de comissões, de 19,4 M€, reforçando, assim, o grau de autonomia financeira para 28% no final do ano.

Simultaneamente, procedeu-se à reestruturação de parte da dívida bancária da holding, com carência de reembolso de capital em 2003 e 2004, em cerca de 56% dos empréstimos de médio e longo prazo, com a transferência de um montante de 13,25 M€ para a área de jornais, mantendo-se as maturidades e reformulando-se as garantias prestadas.

Por outro lado, é de referir, como resultado, e apesar, dos processos de reestruturação que ocorreram nas empresas participadas Lusa e Vasp, a redução significativa das perdas em empresas associadas, que atingiram o montante de 835 mil euros.

A amortização anual de “goodwill” registou um valor de 10,9 M€ em 2003. De referir que a amortização do goodwill passou a ser contabilizada ao nível das amortizações incorpóreas, em vez de ser contabilizada como custo financeiro, alteração sem qualquer impacto nos resultados.

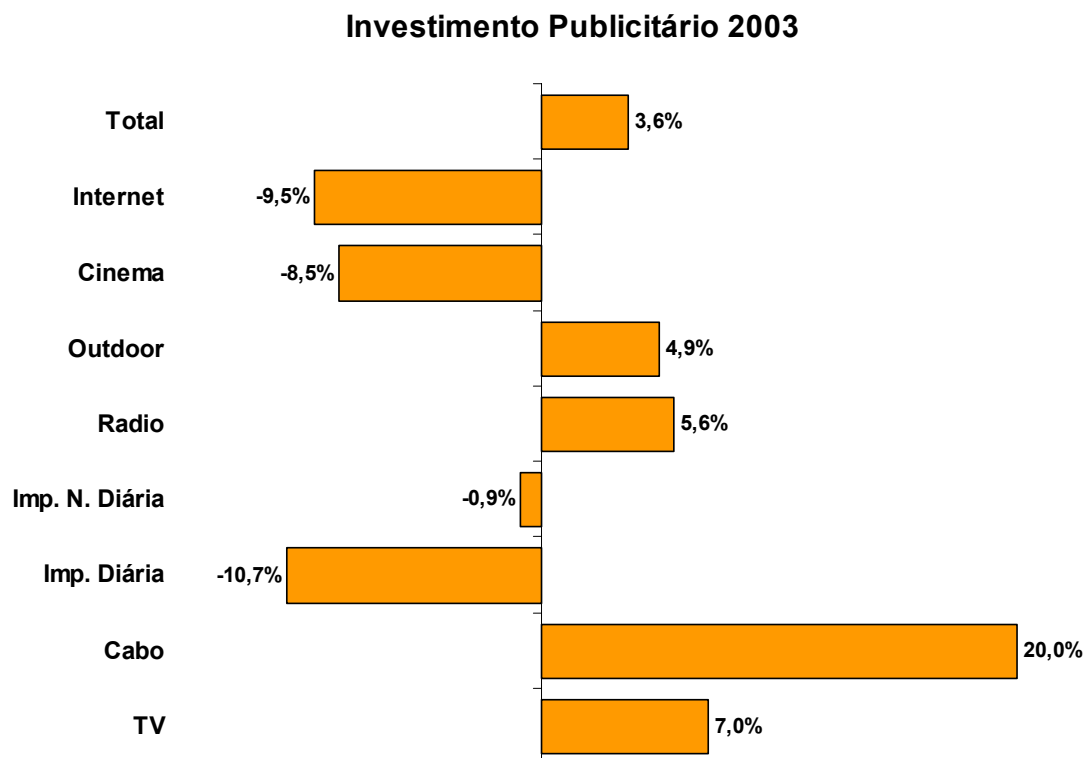
Os resultados, antes de impostos e minoritários, foram de -1,6 M€ no final de 2003, o que representou uma melhoria muito significativa em relação aos -40 M€ registados em 2002.

Em termos de impostos, a Impresa viu aumentar esta rubrica para 5,4 M€, por duas razões. Por um lado a Edimpresa passou a pagar impostos, tendo usado os prejuízos acumulados. Por outro, com a redução da taxa de IRC, de 30% para 25%, aprovada no Orçamento do Estado para 2004, foi necessário corrigir, em 2003, os impostos activos diferidos contabilizados pelas empresas. Essa correcção, no montante de 3,5 M€, prejudicou os resultados apurados no exercício.

As melhorias em termos de resultados operacionais permitiram uma redução dos prejuízos consolidados, de 27,9 M€ para 10,2 M€, o que representou uma melhoria de 63,5% face a 2002. De salientar, ainda, que os resultados líquidos ajustados da amortização do goodwill foram positivos.

### 3. Mercado Publicitário

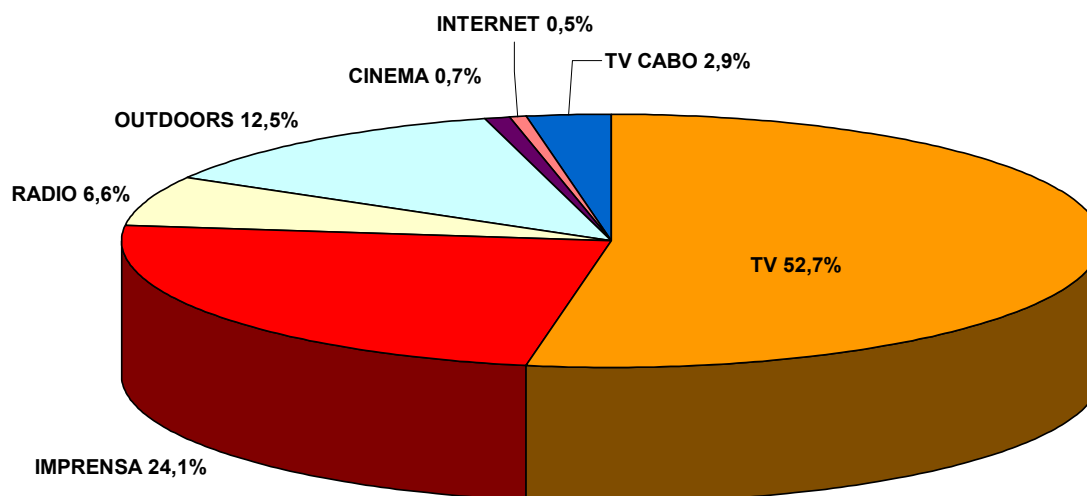
Após a descida de 9,1% verificada em 2002, o investimento publicitário recuperou em 2003, com um crescimento, de acordo com as últimas estimativas, de 3,6%. A antecipação de melhorias em termos económicos e a aproximação da realização do Campeonato da Europa de Futebol – Euro 2004, foram os principais motivos para esse crescimento.



Fonte: APAP/Deloitte/TempoOMD

A recuperação não foi uniforme. A subida na televisão “aberta” rondou os 7%, apesar do rápido crescimento dos canais por cabo, enquanto a imprensa não diária manteve o investimento publicitário do ano anterior (+0.8%) e a imprensa diária ainda apresentou uma queda da ordem dos 10,7%.

### Investimento Publicitário em 2003 por meio



Fonte: APAP/Deloitte/TempoOMD

Esta evolução permitiu à televisão generalista inverter a tendência de perda de quota no mercado publicitário, verificada nos últimos anos. Em 2003, a televisão “aberta” subiu a sua quota de mercado para 52,7%, enquanto a imprensa registou a maior perda de quota, caindo para os 24,1%.

As perspectivas para 2004 são francamente positivas. A ocorrência de 3 importantes eventos em 2004, nomeadamente, o Rock in Rio Lisboa, o Euro – 2004 e os Jogos Olímpicos, em conjunto com as melhorias previstas na situação económica, poderão garantir que o investimento publicitário em 2004 cresça a uma taxa superior à registada em 2003.

## 4. Televisão

### Receitas consolidadas

A SIC atingiu, em 2003, receitas consolidadas de 144,7 M€, o que representou um crescimento de 11% em relação a 2002. Este crescimento deve-se a uma melhoria generalizada em todas as áreas da SIC.

**Tabela 2. Receitas da SIC**

(valores em €)	2003	2002	Variação
<b>Vendas Consolidadas</b>	<b>144,720,116</b>	<b>130,352,359</b>	<b>11,0%</b>
Publicidade	109,534,726	101,457,359	8,0%
Merchandising	2,081,804	1,803,016	15,5%
SIC Internacional	1,421,962	1,196,125	18,8%
Canais Temáticos	26,246,327	21,623,632	21,5%
Outras	5,435,296	4,272,227	27,1%
<b>EBITDA Consolidado</b>	<b>25,804,338</b>	<b>-3,404,571</b>	
<b>Margem EBITDA</b>	<b>17,8%</b>	<b>-2.6%</b>	

No exercício em apreço, as receitas de publicidade atingiram os 109,5 M€, o que representa uma subida de 8% relativamente a 2002. As outras receitas cresceram 21,8%, correspondendo a 24,3% do total das receitas da SIC, com particular destaque para os crescimentos registados pelas receitas com SMS e as da SIC Serviços.

### Evolução das quotas de audiências e de investimento publicitário

A SIC liderou as audiências televisivas nacionais em 2003, o que sucede desde 1995. No total de espectadores, a estação aumentou a distância que a separa da TVI, obtendo uma média de share de 30,3%. Em 2002, a SIC superou a TVI por 0,1%, diferença que, agora, se alargou para 1,8%.

A liderança global foi atingida com o reforço das audiências nos períodos da manhã e da tarde, e, principalmente, com o reforço no período do horário nobre. A SIC registou uma subida no horário nobre ao longo do ano, embora com ênfase no segundo semestre. A diferença entre a SIC e a TVI era, em 2002, de 8,3%, tendo, no cômputo de 2003, sido reduzida a apenas 3,6%.

De realçar que a alteração do painel de audiências, devido ao ajustamento do auditório para a base populacional obtida no Censo de 2001, teve um impacto negativo na medição das audiências da SIC. O Censo de 2001 reduziu dramaticamente a participação do target



etário 4/14, o que penalizou a SIC que tem especial afinidade com esse target. Também o aumento da ponderação dos lares com cabo, na amostra da Marktest, influenciou negativamente a dimensão do auditório dos canais generalistas.

A preferência do público jovem e dos jovens adultos, pela SIC, confere à estação uma inequívoca liderança no público-alvo comercial, com significativas implicações nas receitas. A SIC conseguiu absorver o impacto da redução do share de audiências de 31,5%, em 2002, para 30,3%, em 2003, tendo logrado aumentar a sua quota de mercado de facturação líquida, no total de investimento publicitário no sector, de 42,1%, em 2002, para 42,6%, em 2003.

Esta recuperação, em termos de quota de mercado, permitiu à SIC crescer mais do que o mercado publicitário em televisão, o qual, como atrás salientámos, subiu 7% em 2003.

### **Alterações ao modelo audiovisual**

No decorrer de 2003, foi criado um grupo de trabalho, que envolveu elementos da SIC, da TVI e do próprio Governo, cujo objectivo foi encontrar a forma de atenuar os efeitos perniciosos, para os dois operadores privados, da concorrência desleal que representa o duplo financiamento, pela publicidade e pela subvenção estatal da RTP1 e RTP2.

Do trabalho deste grupo resultou um Protocolo, pelo qual ficou limitado a 6 minutos o tempo máximo de publicidade por hora na RTP 1, a partir de 1 de Setembro de 2003. Como contrapartida, os operadores privados incluem nas suas programações algumas prestações de serviço público tais como: linguagem gestual, legendagem de programas para deficientes auditivos, programas para minorias étnicas, programas de índole cultural, promoção de obras subsidiadas pelo ICAM, fornecimento de conteúdos para a RTP Internacional e RTP África e obrigatoriedade de apoio à produção independente.

Este protocolo contempla ainda a possibilidade de uma futura redução de tempo de publicidade na RTP 1 para 4,5 minutos.

### **Estratégia de Programação**

Em 2003, deu-se continuidade ao esforço de redução de custos, mas, mesmo com essa condicionante, a estratégia de programação delineada permitiu que os objectivos fossem atingidos.

No exercício de 2003, os custos globais de programação da SIC foram reduzidos em 5,9 M€, correspondendo a uma descida de 8%. No entanto, na grelha de programação do canal generalista a redução foi superior, atingindo os 7 M€. A diferença é explicada pelo arranque do canal SIC Mulher, em Março de 2003, e pelos custos incorridos com a cobertura do conflito no Iraque.

Apesar do esforço de contenção, cumpriram-se os objectivos traçados para 2003, sendo de realçar a manutenção e reforço da liderança que permitiram garantir à SIC o share anual de 30,3%, e a recuperação da competitividade no horário nobre.



Outro dado resultante das opções de programação, foi a melhoria registada no share de audiências dos targets comerciais. No target comercial alargado (A/B, C1, C2 15-54) a SIC garantiu uma confortável liderança, com 29,2%.

Como fruto da linha de programação adoptada, o público da SIC apresentou, em 2003, um perfil muito jovem, com liderança clara nas idades entre os 4 e os 44 anos. A análise com base na estratificação social mostra que a SIC foi a estação generalista com melhor share anual nas classes A/B e na classe C2 e D.

No perfil de programação, é forçoso destacar, em 2003, os seguintes pontos:

- A SIC definiu-se como a estação do humor em Portugal, reforçando a sua linha de programas populares, com destaque para "Os Malucos do Riso" e a série de comédias de situação interpretadas por Camilo de Oliveira. Mas a grande surpresa na área do humor na televisão portuguesa foi a criação do programa "Levanta-te e Ri", introduzindo no nosso país a "stand-up comedy" e revelando uma fornada de jovens talentos, como Marco Horácio, Fernando Rocha, Bruno Nogueira, Nilton e Aldo Lima. Os programas apresentados por Herman José, no seu "Herman SIC", constituíram a sala de visitas da televisão nacional, por serem o grande espaço de humor, de entrevista e de espectáculo, sem paralelo nos canais concorrentes.
- Apesar do quadro de contenção orçamental, a SIC, conseguiu montar financeiramente a operação de produção do programa "Ídolos", um projecto essencial para atrair um auditório mais jovem e de grande potencial comercial e para apelar à participação de um vasto público, pelo voto e pela opinião por SMS.
- A SIC demonstrou maior capacidade competitiva no horário nobre, devido, sobretudo, aos bons resultados obtidos por "Mulheres Apaixonadas", a novela da Globo que conseguiu, nalguns períodos da sua emissão, liderar o respectivo "time-slot".

A SIC reforçou, em 2003, a sua opção pela diversidade de programação, apresentando uma grelha onde coexistem:

- A mais variada e consistente programação infantil de um canal "aberto", com destaque para os programas "Uma Aventura", "A Minha Família é Uma Animação" e "O Sítio do Pica-Pau Amarelo";
- Os únicos documentários regulares de história natural em Portugal, "O Nosso Mundo" e "BBC Vida Selvagem";
- Os programas de auditório líderes de "day-time", a saber, "SIC 10 Horas" e "Às 2 por 3";
- Uma programação de cinema que incluiu 17 filmes no top 20 de cinema de todas as televisões nacionais; a SIC obteve, ainda, a segunda posição do Top 20 dos filmes mais vistos em televisão, com "O Senhor dos Anéis", apenas superado por 'Harry Potter' na TVI;

### **Estratégia de Informação**

A Informação da SIC marcou a agenda política e social de 2003. Os principais acontecimentos do ano foram investigados e revelados, em primeira mão, pela SIC.

O caso Felgueiras; o processo da Casa Pia; a Sociedade Portuguesa de Autores; as fraudes no Ministério da Saúde; a “cunha” e conseqüente demissão dos ministros da Educação e dos Negócios Estrangeiros; o escândalo das viagens turísticas no helicóptero dos bombeiros de Lamego; as irregularidades na Direcção Geral de Viação; a pedofilia nos Açores – foram algumas das “cachas” que colocam a SIC na primeira linha da investigação jornalística em 2003.

A Guerra do Iraque constituiu o maior evento informativo da história da SIC. Foram dez dias -240 horas - de emissão contínua, na SIC e na SIC Notícias, que serviram como teste importante à integração das duas redacções. Na cobertura da guerra, a SIC inovou também na concepção gráfica, tendo introduzido, pela primeira vez numa emissão tão longa imagens e sequências de grafismo virtual que ajudaram a compreender melhor o conflito.

Além da informação diária, produziram-se os programas "Hora Extra"; "Grande Reportagem" e "País em Directo".

A SIC foi também a única estação portuguesa a acompanhar em exclusivo o “Paris-Dakar”, tendo para o efeito produzido um programa diário. E, a exemplo do que já tinha feito no ano anterior em Moçambique, levou milhares de livros portugueses à Guiné-Bissau através da "Rota dos Livros".

No plano da organização do trabalho, de salientar a integração das redacções da SIC e da SIC Notícias. Única na televisão portuguesa, a integração das redacções irá permitir reforçar o espírito de equipa (cultura de empresa) racionalizar meios e potenciar sinergias. Por outro lado, a integração, associada às novas tecnologias adquiridas, introduz na empresa um conceito inovador de gestão do trabalho, que passa por uma maior mobilidade e flexibilidade funcional. Estas alterações são decisivas para caminhar no sentido da chamada "turbina informativa", com as vantagens óbvias que daí resultam.

As audiências da informação diária ("Primeiro Jornal", 31,8%; e "Jornal da Noite", 28,9%) estiveram em linha com as audiências médias da estação (30,3%). Por outro lado, a informação da SIC liderou no share comercial com 36,8%.

### **Venda de Conteúdos**

Na área da venda de conteúdos, além do fornecimento regular de imagens de arquivo, a produtoras nacionais e internacionais, a SIC reforçou a sua intervenção no mercado, destacando-se as seguintes operações:

- Venda da telenovela “Ganância”, para a Televisão Pública de Moçambique, após o notável sucesso da mesma em Angola.



**IMPRESA**

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

- Venda de imagens de informação diária e apoio técnico em eventos, para as principais estações de televisão e agências noticiosas do mundo. A SIC destacou-se particularmente como fornecedora de conteúdos de informação credíveis e de qualidade em eventos como a Cimeira das Lages, Processo Casa Pia, Incêndios Florestais e Cimeira do Banco Central Europeu.
- Renegociação do contrato com a TAP, relativo à emissão do "Jornal da Noite a bordo".
- Renovação do contrato com a CP, tendo sido aberto o espaço publicitário à gestão da SIC.

Para além da área de Venda de Conteúdos, a SIC responsabilizou-se pela Gestão Comercial da SIC Serviços, como fornecedor de meios técnicos para clientes externos ao Grupo SIC. A SIC Serviços é um dos principais fornecedores de empresas nacionais, como a Sport TV e RTP Meios, e de empresas internacionais, como a Telefónica (Espanha) BBC (GB) ARD (Alemanha) ERT (Grécia) e RAI (Itália).

### **Canais Temáticos**

O ano de 2003 foi marcado pelo lançamento do quarto canal temático, a SIC Mulher, que iniciou as suas emissões no final do mês de Março. No seu conjunto, os 4 canais temáticos da SIC são uma referência entre os canais de cabo, com cerca de 26,7% da audiência total do cabo. Os quatro canais representaram 18,1% das receitas totais da estação em 2003.

### **SIC Radical**

Este canal foi, pelo terceiro ano consecutivo, líder incontestado no segmento 15/24 anos, no âmbito dos canais temáticos. A nível global da audiência dos canais temáticos, a SIC Radical conseguiu uma audiência de 5,9% e o 4º lugar na lista dos canais mais vistos.

A SIC RADICAL conseguiu, nos últimos dois anos, multiplicar por 10 o nº de títulos nacionais produzidos originalmente para o canal.

As séries norte-americanas "Príncipe de Belair", "Buffy – Caçadora de Vampiros" e "Popular" foram os 3 programas mais vistos do ano, mas dos 15 mais vistos de 2003, 5 são produções nacionais – "Cabaret da Coxa", "O Homem da Conspiração", "Cine XL", "O Programa da Maria" e "Nutícias".

### **SIC Gold**

Em 2003 a SIC Gold solidifica-se como um canal de clássicos da televisão, transmitindo séries estrangeiras bem como programas originalmente produzidos para a SIC. De todos os canais temáticos da SIC, é o mais generalista, atingindo, no entanto, um público mais urbano (classes A/B e C1).

A SIC Gold encerrou o ano de 2003 com uma audiência média de 2,6%, situando-se à frente de canais como MTV, Eurosport e National Geographic



**IMPRESA**

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

### **SIC Notícias**

A SIC Notícias, no seu terceiro ano de actividade, reforçou a sua posição como o canal mais visto da TV Cabo.

O SIC Notícias acabou o ano de 2003 como 4º canal nacional, no universo total do Cabo, ultrapassando a RTP 2 e atingindo um rating de 4,4 e um share de 16%, o que revela um crescimento sustentado, em relação aos anos anteriores. Em 74 dias do ano, a SIC Notícias obteve audiências superiores a dois milhões de espectadores.

O canal Notícias continuou a dar uma excelente resposta aos acontecimentos nacionais e internacionais, manteve a sua linha de documentários internacionais e reforçou significativamente a sua programação, criando uma linha diária de programas de debate, entrevista e reportagem.

A SIC Notícias acompanhou todos os acontecimentos relevantes da actualidade nacional e internacional, o que acentua uma vocação para o serviço público, num ano de internacionalização: 2003 foi o ano de lançamento da SIC Notícias em Angola e Moçambique.

### **SIC Mulher**

A SIC lançou, em Março de 2003, um novo canal temático na TV Cabo: SIC Mulher. Lançado no dia Internacional da Mulher, o canal emite 24 horas por dia. A composição da grelha da SIC Mulher baseia-se em programação nacional e estrangeira: magazines, talk-shows, séries, sitcoms e filmes, que abrangem temas vocacionados para um público maioritariamente feminino.

Com uma forte aposta diária nas sitcoms e séries estrangeiras o SIC MULHER já conseguiu fidelizar o seu público. O perfil da estação, no final do ano de 2003, é claramente feminino (classes A/B/C1, escalão etário dos 15/24, grande Lisboa).

No período de 9 meses em que esteve no ar, a SIC Mulher atingiu uma média de 3,4% entre os canais de cabo.

### **SIC Internacional**

A SIC Internacional aumentou, no ano de 2003, as suas receitas em 18,9%, as quais atingiram os 1,5 M€. A sua presença junto das Comunidades Portuguesas espalhadas pelo mundo, bem como dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa, consolidou-se este ano, sendo de destacar:

- a celebração de um contrato de distribuição da SIC Internacional com a Associação de Redes de Cabo Suíças - Swisscable.
- a renegociação do acordo de distribuição da SIC Internacional em África com a plataforma digital Multichoice.

Actualmente a SIC Internacional está presente em França, Suíça, Luxemburgo, EUA, Canadá, Angola, Moçambique, África do Sul e Austrália e é vista por cerca de 1 milhão de telespectadores.



**IMPRESA**

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

Aproveitando o seu *know-how* e meios, a SIC Internacional deu ainda um forte contributo para o primeiro passo da internacionalização da SIC Notícias, nomeadamente, para o seu lançamento em Angola e Moçambique, através da Multichoice.

### **SIC Online**

Durante o ano de 2003, a SIC Online alargou as suas áreas de competência, tendo-se constituído como um agregador de conteúdos para a internet, teletexto, SMS's e SIC Indoor.

Após um ano de 2002 onde foram realizados cortes profundos nos custos de estrutura, as opções estratégicas para 2003 foram orientadas para o crescimento de receitas e para a consolidação da actividade da empresa. Os factos considerados mais marcantes foram:

- Lançamento do teletexto na SIC, SIC Notícias e SIC Radical;
- Estabelecimento da parceria com o portal SAPO para os conteúdos de banda larga, que resultou numa subida significativa das audiências dos sites SIC;
- Realização de diversas iniciativas SMS relacionadas com programas televisivos.

Como consequência directa, verificou-se um crescimento substancial nas receitas e uma redução também assinalável nos custos de estrutura. A SIC Online gerou um EBITDA positivo, desde Maio de 2003.

### **SIC Serviços**

No decorrer do ano de 2003, a SIC Serviços continuou o processo de reorganização, com vista a aumentar a produtividade do seu pessoal bem como, a rentabilidade da empresa.

Embora com uma estrutura mais leve, conseguiu em termos de mercado, ser competitiva a nível de custos e qualidade. Ganhou, assim, a confiança dos clientes internos do universo SIC, passando a ser responsável por uma maior quantidade de produções técnicas.

Relativamente a serviços externos, conseguiu penetrar no mercado mais ambicionado de meios móveis, através da produção de jogos de futebol para a SportTV com um reconhecido nível de qualidade. Além da SportTV, destacam-se como clientes da SIC Serviços, RTP, United Broadcast Facilities, Valentim de Carvalho, HermanZap, D&D, Telefónica e Medialuso, entre outros.

Também os operadores internacionais, designadamente BBC, RTL4, CNBC Europe, European Parliament, RAI, TVE, TV Galiza, Antena 3 e ITN, têm manifestado a sua preferência pela SIC Serviços na montagem de operações especiais.



### **SIC Indoor**

A SIC Indoor, uma joint-venture com o Grupo Sonae, que é uma proposta de publicidade totalmente inovadora e inédita em Portugal. Juntando num “canal alternativo” a informação noticiosa, o entretenimento e a publicidade em Centros Comerciais, teve o seu lançamento no ano de 2003.

A SIC Indoor é um canal de comunicação que chega aos clientes dos 12 principais shoppings da Sonae Imobiliária através de écrans de grandes dimensões, posicionados nas Praças de Alimentação, constituindo um excelente meio de comunicação com toda a comunidade frequentadora dos Centros Comerciais, visitantes e lojistas.

A actividade desta empresa está muito dependente de receitas provenientes de publicidade. Por ser um meio não convencional e ter iniciado as suas emissões regulares em Maio as receitas dos primeiros meses ficaram bastante abaixo do esperado.

### **SIC Esperança**

Também em 2003 se verificou o nascimento do projecto de solidariedade da SIC – a SIC Esperança. A SIC Esperança é um projecto através do qual pretendemos centralizar e expandir o nosso âmbito de intervenção na área da solidariedade e da cultura. Trata-se de um projecto transversal às empresas do mundo SIC e passou a ser o "chapéu" de todas as acções nesta área.

O Sorriso das Crianças foi o fio condutor das acções e campanhas de angariação de fundos que beneficiaram associações e instituições de solidariedade já existentes que trabalham em áreas relacionadas com o tema.

Durante o ano de 2003, foram veiculadas gratuitamente em todo o universo SIC cerca de noventa campanhas de cariz humanitário e/ou cultural, sob a chancela da SIC Esperança.

### **Situação económico-financeira consolidada**

O exercício de 2003 ficou marcado pelo regresso da SIC aos resultados líquidos positivos. Os programas de reduções de custos, a par da recuperação do mercado publicitário, foram fundamentais que essa meta pudesse ser atingida.

Em 2003, a SIC, em termos consolidados, conseguiu reduzir os seus custos operacionais em 10,9 M€, o que representa uma descida de 8,5%, com particular destaque para a descida dos custos de programação na SIC generalista. Por outro lado, houve um aumento dos custos, com o lançamento da SIC Mulher, com o crescimento do serviço de SMS, e com o arranque da SIC Indoor.

A evolução das receitas, conjugada com a descida dos custos, permitiu que o EBITDA atingisse os 25,8 M€, em 2003, contra os -3,4 M€, registados em 2002. O valor de 2003 foi, ainda, prejudicado em 0,8 M€ por custos de reestruturação. Deste modo, a SIC apresentou no final de 2003 uma margem EBITDA consolidada de 17,8%. No 4º trimestre, foi obtida a melhor margem EBITDA do ano, tendo-se atingido os 30,2%.

**IMPRESA**

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

Os custos de reestruturação corresponderam à redução de pessoal, que abrangeu 45 pessoas durante 2003, no conjunto das diversas áreas da SIC. As rescisões amigáveis atingiram um custo global de 3,3 M€, para o qual se utilizaram as provisões feitas no final de 2002, sendo o custo do exercício de 2003 apenas de 0,8 M€.

O volume de amortizações desceu em 2003, como reflexo do baixo nível de investimentos efectuados, mas, igualmente, devido ao fim da amortização dos custos de arranque do canal SIC Notícias e à alteração do período de vida útil do equipamento do carro de exteriores. O valor das amortizações atingiu os 10,8 M€, no final de 2003.

O resultado operacional foi positivo, com um valor de 11,5 M€, o que representa uma margem de 8%.

Após um prejuízo de 19,3 M€ em 2002, os resultados líquidos regressaram ao território positivo em 2003, tendo atingindo os 5,3 M€.

## 5. Jornais

O segmento de jornais atingiu, durante o ano de 2003, receitas consolidadas de 50,7 milhões de euros, o que significou uma subida de apenas 0,4% relativamente a 2002. A evolução das receitas foi prejudicada pela quebra do investimento publicitário, embora se tenha verificado alguma compensação através da evolução positiva das vendas de jornais e de produtos editoriais.

**Tabela 3. Indicadores dos Jornais**

(valores em €)	2003	2002	Varição (hom)
<b>Total Receitas</b>	<b>50,747,750</b>	<b>50,544,938</b>	<b>0,4%</b>
Publicidade	32,474,392	35,756,528	-9,2%
Vendas Jornais	15,016,445	13,569,530	10,7%
Outros	3,256,914	1,218,880	167,2%
<b>EBITDA Consolidado</b>	<b>8,416,680</b>	<b>4,163,905</b>	<b>202%</b>
<b>Margem</b>	<b>16,6%</b>	<b>8,2%</b>	

Na área dos jornais, as receitas de publicidade caíram 9,2%. Esta tendência foi comum a todos os jornais do Grupo, agravada pelo encerramento de 2 edições do Jornal da Região. De referir que as receitas de publicidade no 4º trimestre só desceram 2,7%, com os jornais Expresso e AutoSport a registarem crescimento positivo, o que compara favoravelmente com a queda de 14,8% registados no 1º semestre e indicia uma inversão do mercado publicitário.

As vendas de jornais tiveram um comportamento positivo, com um aumento de 10,7%, principalmente devido ao contributo dos aumentos de preços de capa nos principais jornais, o que compensou as quebras registadas nas circulações dos títulos.

**Tabela 4. Circulação dos Jornais**

	2003	2002	Varição (hom)
Expresso	137.935	141.507	-2,5%
Blitz	10.156	12.198	-16,7%
AutoSport	12.344	13.298	-7,2%
Surf Portugal	3.590	3.387	6,2%
Jornal da Região (1)	27.089	34.084	-28,4%

Fontes: APCT e IMPRESA . (1) média por edição



As outras receitas registaram um crescimento da ordem dos 167%, representando 6,4% das receitas totais. O crescimento desta área deve-se ao lançamento, com grande sucesso, de produtos editoriais por parte do Expresso, sendo de destacar “Os Lusíadas” em 10 fascículos no 4º trimestre, que atingiram vendas em torno dos 40.000 exemplares.

## **EXPRESSO**

No jornal Expresso, as receitas totais cresceram 4,4%, atingindo o montante de 44,1 M€. O aumento das receitas foi conseguido, apesar da redução registada nas receitas de publicidade, através do crescimento das receitas de circulação e do impacto positivo de várias iniciativas editoriais.

A quebra de 4,1% nas receitas de publicidade teve variações distintas. A publicidade tradicional cresceu 0,5%, enquanto a área de classificados registou uma quebra de 10,2%. Houve uma melhoria do investimento publicitário, com destaque para a segunda metade de 2003. De salientar que, no 4º trimestre, as receitas de publicidade do Expresso cresceram 6,5%, depois de crescerem 3% no 3º trimestre.

São de sublinhar as excelentes performances, em termos de receitas de publicidade, quer da revista Única quer do caderno Actual, precisamente os dois suplementos que foram objecto de uma grande remodelação editorial no decurso de 2003.

Finalmente apraz-nos registar o comportamento das receitas de publicidade na Internet, que cresceram cerca de 80% face ao ano anterior.

O decréscimo da publicidade em 2003 foi compensado, tal como no exercício anterior, pelas várias iniciativas editoriais de valor acrescentado, como suplementos e livros, que permitiram obter receitas adicionais superiores a 2 M€, contribuindo significativamente para o resultado da empresa.

Neste conjunto de iniciativas é de realçar a edição do clássico da literatura portuguesa “Os Lusíadas”, de que se venderam, entre Setembro e Dezembro, cerca de 40.000 colecções de 10 volumes cada. De referir ainda sobre esta iniciativa que o seu sucesso foi tão grande que, já em Janeiro de 2004, começou a ser vendida uma nova edição, com uma tiragem de 25.000 exemplares.

A nível da circulação, há a registar um decréscimo de cerca de 2,5%, para 137.935 exemplares, o que não parece preocupante tendo em consideração quer o comportamento global do mercado quer o aumento do preço de capa de 2,5€ para 2,9€ registado no início de 2003. De referir que as receitas originadas pelas vendas do jornal em 2003, cresceram 14%, o que foi originado na totalidade pelo referido aumento de preço.

Em 2003, o acesso à edição Internet do Expresso passou a estar condicionado ao pagamento de uma assinatura periódica. No final do ano tinham sido angariadas cerca de 2.000 assinaturas. O site do Expresso foi o 2º mais visitado entre os jornais on-line, de acordo com um estudo da Marktest.

**IMPRESA**

Sociedade Gestora de Participações Sociais, SA.

## **JORNAL DA REGIÃO**

O ano de 2003 ainda foi particularmente difícil para a Publiregiões, editora do Jornal da Região, detida em 60% pela Impresa, essencialmente pela quebra do mercado publicitário, única forma de sustentação do negócio desta sociedade.

O Jornal da Região facturou 2,28 M€, o que representou uma descida de 42,7% em relação a 2002. Esta queda foi afectada pelo fecho de 2 edições em 2003, após o encerramento de 5 edições, em 2002. Numa base comparável, para o mesmo número de edições a quebra de facturação situou-se nos 34%.

A reestruturação efectuada, permitiu cortar as perdas ao nível do EBITDA em cerca de metade, e já se traduziram em significativas melhorias na rentabilidade, tendo o Jornal da Região registado um EBITDA positivo no 4º trimestre.

Actualmente, o Jornal da Região edita 7 edições na região da Grande Lisboa, com uma tiragem média de 27.089 exemplares.

## **Outros Jornais**

No que respeita ao jornal Blitz, a facturação total, atingida em 2003, foi de 1 M€, cerca de 20% inferior ao valor registado em 2002. A quebra de receitas deveu-se essencialmente à descida do investimento publicitário, tendo as receitas de circulação tido um valor semelhante ao de 2002.

Perante a quebra de receitas e com vista à inversão desta tendência, foram tomadas várias iniciativas, nomeadamente, alterações editoriais do jornal, criação de novos produtos editoriais e início de uma política de produtos “over pricing”, que permitem gerar outras fontes de receitas. O impacto destas medidas sentir-se-á, principalmente, em 2004.

O Autosport, semanário automóvel detido em 50% pela Impresa, conseguiu em 2003 interromper o declínio que as suas receitas vinham a registar desde 2000, apesar do sector automóvel ter tido o pior ano de vendas dos últimos 14 anos.

As receitas totais subiram 5,6% atingindo os 1,4 M€. O aumento das receitas resultaram do aumento do preço de capa, que compensou a quebra da circulação e descida de 1,7% das receitas de publicidade. Contrariou-se a crise do mercado publicitário com uma maior agressividade comercial e o lançamento de vários suplementos comerciais durante o ano.

Durante 2003, a revista Surfportugal, continuou a registar ganhos na circulação, com um crescimento de 6%, passando para os 3.590 exemplares. Estes ganhos de circulação não impediram, contudo, que as receitas de publicidade tivessem diminuído, pelo que as receitas totais registaram uma quebra de 6,3%, para os 243 mil euros.

## **Evolução dos custos**

Na área dos jornais, 2003 foi um ano marcado pela continuação do esforço de reestruturação. É de realçar a descida de 8,7% dos custos operacionais nesta área, fruto das alterações editoriais, da reestruturação do Jornal da Região, da reformulação do “back-office”, do controle apertado dos custos variáveis e da descida do preço de papel.

As medidas de reestruturação resultaram numa redução de 22,2% dos efectivos desta área, nomeadamente no Jornal da Região, e na concentração da área de pré-press. Estas medidas tiveram um custo de 1,35 M€, que afectou as margens operacionais.

A evolução das receitas, conjugada com os cortes nos custos operacionais, permitiu que o EBITDA atingisse os 8,4 M€, representando uma margem de 16,6%, mais do dobro do valor atingido em 2002 (8,2%). A margem EBITDA, ajustada dos custos de reestruturação, corresponde a 19,2%. No 4º trimestre a margem EBITDA, sem custos de reestruturação, atingiu os 21,5%.

A evolução dos resultados operacionais foi ainda mais positiva, alcançando uma margem de 8,6% em 2003, contra uma margem negativa de 2,3%, em 2002.

De realçar que os resultados líquidos da área atingiram os 4,16 M€, no final de 2003.

## 6. Revistas

**Tabela 5. Indicadores Revistas**

(valores em €)	2003	2002	Varição (hom)
<b>Total Receitas</b>	<b>74.533.507</b>	<b>72.758.490</b>	<b>2,4%</b>
Receitas de Publicidade	32.635.525	33.851.484	-3,6%
Vendas Revistas	37.536.025	35.476.457	5,8%
Outros	4.361.957	3.430.549	27,2%
<b>EBITDA Consolidado</b>	<b>10.367.506</b>	<b>13.180.441</b>	<b>-21,3%</b>
<b>Margem</b>	<b>13,9%</b>	<b>18,1%</b>	

Na área de revistas, a actividade foi afectada pelo aumento da concorrência e pela conjuntura desfavorável do mercado publicitário, parcialmente compensadas pelo bom momento registado na venda de publicações. As receitas totais da Edimpresa cresceram 2,4%, em 2003, relativamente a 2002, atingindo 74,5 M€.

As receitas de publicidade desceram 3,6%, em 2003, queda esta compensada pelo aumento das receitas de circulação e outras.

As receitas de circulação cresceram 5,8%, para o que contribuíram os aumentos dos preços de capa, o relançamento de revistas existentes e os lançamentos de novas publicações, principalmente a partir do mês de Setembro. As vendas de publicações representaram 50,4% do total das receitas.

Em 2003, as outras receitas crescem 27,2%, derivado do sucesso das vendas de livros, DVD's, cassetes de vídeo e merchandising associado às várias publicações.

Prosseguiu-se o relançamento de algumas publicações, nomeadamente, Super Interessante, Turbo e Exame. Os resultados foram positivos, com as três publicações a crescerem em vendas após os respectivos relançamentos. De destacar o relançamento da Exame, em Outubro, que regressou a um formato maior e à periodicidade mensal com uma excelente aceitação pelo mercado publicitário.

É de salientar o comportamento de algumas revistas:

- a Cosmopolitan, que obteve um novo recorde de vendas, atingindo uma circulação média de 58.615 exemplares, o que representa um aumento de 1,7% em relação a 2002.
- a Exame Informática, que manteve a recuperação, crescendo 15% em relação a 2002, tendo em 2003 o 2º melhor ano em termos de circulação.

**Tabela 6. Circulação de Revistas**

	2003	2002	Varição (hom)
Exame Informática	43.427	37.775	15,0%
Cosmopolitan	58.615	57.635	1,7%
Super Interessante	53.412	52.991	0,8%
Activa	79.652	80.320	-0,8%
Visão	108.347	110.494	-1,9%
Auto Guia	13.169	13.629	-3,4%
Caras Decoração	25.139	26.219	-4,1%
Executive Digest	19.740	20.917	-5,6%
Turbo	24.971	26.600	-6,1%
Jornal de Letras	9.379	10.371	-9,6%
Exame	20.843	23.263	-10,4%
Caras	99.466	112.312	-11,4%
Casa Claudia	24.929	28.529	-12,6%
TV Mais	69.613	82.619	-15,7%
Telenovelas	124.187	154.652	-19,7%

Fontes: APCT e IMPRESA

Por outro lado, o lançamento de várias revistas no segmento “popular” e “televisão”, por parte de editoras concorrentes, penalizou as circulações e vendas de revistas da Edimpresa nesses segmentos, nomeadamente, a Caras, TV Mais e Telenovelas.

O ano de 2003 foi marcado pelo lançamento de novas publicações. Após ter lançado a revista infantil “Casa do Picapau Amarelo”, em Março de 2003, a Edimpresa lançou, em Setembro, 3 outras revistas — “Boa Mesa”, “Disney Cozinhas” e “Nintendo”. Já durante o mês de Outubro, foi lançada mais uma publicação, a “Witch”, concretizando-se, também nesse mês, a aquisição de 50% da editora da revista “Doze”, que marca a entrada no segmento desportivo.

De mencionar o aumento de outras receitas, com o crescimento dos produtos de marketing alternativo, vendidos com as várias publicações, que atingiram no final de 2003 os 3,5 M€.

O incremento das vendas de publicações, as várias promoções, os relançamentos e os lançamentos de novas publicações implicaram um aumento dos custos operacionais em cerca de 5,8% durante 2003. Estes custos foram ainda afectados por custos de reestruturação no montante de 687 mil euros.

A fraca performance por parte das receitas de publicidade, em conjunto com os aumentos de custos mencionados anteriormente, prejudicou a evolução do cash-flow operacional. Este indicador registou uma quebra de 21,3% para os 10,3 M€, o que representa uma margem EBITDA de 13,9%.

Os resultados líquidos da Edimpresa foram ainda penalizados pelos custos financeiros da aquisição de 33,33% da Edimpresa e pela respectiva amortização do goodwill. Apesar disso, os lucros atingiram os 1,66 M€, uma descida de 7,6%.

## 7. Outras Actividades

Para além dos segmentos atrás identificados, existem, no Grupo Impresa, empresas que são consolidadas pelo método da equivalência patrimonial, nomeadamente a Vasp e a Lusa.

Durante 2003, a Impresa alienou as suas participações na PremiumTV, participada pela Portusat, e na Portais Verticais. Esta última gerou uma menos valia de 383 mil euros, que tinha sido já provisionada em Março 2003, enquanto a primeira gerou uma pequena mais valia.

Em 2003, a Vasp, sociedade em que a Impresa detém 33,33% do seu capital, teve o seu primeiro ano completo de exploração pós fusão com a Deltapress. A facturação total atingiu 230,8 M€, o que representou um crescimento de 68% em relação ao ano anterior. Após ter-se procedido, em 2002, à reorganização das operações, o que veio permitir uma subida substancial das margens, o EBITDA atingiu 4 M€, em 2003, cerca de três vezes o valor de 2002.

Esta evolução permitiu o regresso da VASP aos resultados líquidos positivos, no montante de 1 M€, no final de 2003, contra perdas de 424 mil euros, em 2002.

A Lusa, onde a Impresa detém uma participação de 22,35%, continuou, em 2003, a reestruturação da sua actividade. Terminou o ano com resultados líquidos negativos de 5,2 M€, incluindo 6,7 M€ respeitantes a custos de reestruturação. A reorganização efectuada em 2003 permitirá à Lusa regressar aos resultados líquidos positivos em 2004.

A aplicação da equivalência patrimonial dos resultados destas duas participadas originou uma perda de 830 mil euros, em 2003.

A evolução registada em 2003 permite antever uma contribuição positiva destas participadas em 2004.

## **8. Perspectivas para 2004**

As perspectivas para o ano 2004 são relativamente positivas. A recuperação da economia, a preocupação das empresas em ver crescer as suas facturações, os eventos - como a realização do Euro 2004, Jogos Olímpicos e Rock in Rio Lisboa, abrem perspectivas favoráveis para o investimento publicitário em 2004, estimando-se que o crescimento possa superar os 5% inicialmente estimados. O início do ano foi extremamente forte, com as receitas publicitárias do grupo IMPRESA a 9,7% nos 2 primeiros meses de 2004.

A SIC pretende manter e reforçar a liderança global de audiências, reforçar a sua liderança do share comercial e consolidar as actividades lançadas durante 2003, nomeadamente o SIC Indoor e o canal SIC Mulher. Em simultâneo, prosseguirá uma política de redução de custos, com vista a um permanente ganho de produtividade.

No Expresso, o ano de 2004 arranca com uma remodelação de alguns cadernos, tendo em vista a recuperação do investimento publicitário, para além do ligeiro aumento do preço de capa para 3 €. Com a confirmação da recuperação do Jornal da Região e a continuação da redução dos custos fixos, vai contribuir para um aumento dos resultados e margens operacionais da área dos jornais.

Na Edimpresa para 2004, além de consolidar as publicações lançadas no ano transacto, ir-se-á continuar a apostar no crescimento das receitas geradas pelas publicações, quer por via lançamento de novas publicações, quer pela expansão do marketing alternativo ligado às várias publicações, permitindo uma melhoria dos resultados.

No conjunto das suas actividades, o grupo IMPRESA estima um crescimento de 7% das suas receitas totais para 2004, o que vai permitir aumentar as margens operacionais. O crescimento do EBITDA deverá exceder os 30%, com a margem EBITDA consolidada a atingir os 20-21%. No entanto, o principal objectivo para 2004 é o regresso aos resultados líquidos positivos no final de ano.

Lisboa, 11 de Março 2004

Pelo Conselho de Administração

José Freire  
Director Relações com Investidores

## DEMONSTRAÇÕES CONSOLIDADAS DOS RESULTADOS POR NATUREZAS PARA OS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2003 E 2002

(Montantes expressos em Euros)

CUSTOS E PERDAS				PROVEITOS E GANHOS			
	Notas	2003	2002		Notas	2003	2002
Custo das mercadorias vendidas e das matérias consumidas:				Vendas:			
Mercadorias		1.980.499	1.268.943	Mercadorias		2.272.473	69.397
Matérias		75.786.237	83.470.165	Produtos		54.273.883	50.701.353
		<u>77.766.736</u>	<u>84.739.108</u>	Prestações de serviços		205.831.914	194.619.204
					36	<u>262.378.270</u>	<u>245.389.954</u>
Fornecimentos e serviços externos		<u>75.679.200</u>	<u>81.167.078</u>	Proveitos suplementares		2.094.614	2.212.045
Custos com o pessoal:				Subsídios à exploração		-	313.399
Remunerações		54.577.012	52.085.875	Variação da produção		1.063.637	2.775.503
Encargos sociais:				Outros proveitos operacionais		<u>187.461</u>	-
Pensões	21.1	155.000	777.500			<u>265.723.982</u>	<u>250.690.901</u>
Outros		14.155.136	15.181.915		(B)		
Outros		<u>1.244.283</u>	<u>2.762.578</u>	Proveitos e ganhos financeiros		9.752.087	7.520.430
		<u>70.131.431</u>	<u>70.807.868</u>		(D)	<u>275.476.069</u>	<u>258.211.331</u>
Amortizações do imobilizado corpóreo e incorpóreo	27	26.519.924	21.588.909	Proveitos e ganhos extraordinários	45	6.006.537	12.130.852
Provisões	46	<u>6.659.762</u>	<u>10.556.456</u>				
		<u>33.179.686</u>	<u>32.145.365</u>				
Impostos		850.285	478.194				
Outros custos e perdas operacionais		<u>439.165</u>	<u>1.113.041</u>				
		<u>1.289.450</u>	<u>1.591.235</u>				
(A)		<u>258.046.503</u>	<u>270.450.654</u>				
Custos e perdas financeiros	44	<u>19.777.013</u>	<u>28.515.689</u>				
(C)		<u>277.823.516</u>	<u>298.966.343</u>				
Custos e perdas extraordinários	45	<u>5.272.560</u>	<u>11.799.846</u>				
(E)		<u>283.096.076</u>	<u>310.766.189</u>				
Imposto sobre o rendimento do exercício	38	5.472.432	(2.327.431)				
Interesses minoritários	54	<u>3.115.700</u>	<u>(10.131.387)</u>				
(G)		<u>291.684.208</u>	<u>298.307.371</u>				
Resultado consolidado líquido do exercício		<u>(10.201.602)</u>	<u>(27.965.188)</u>				
		<u>281.482.606</u>	<u>270.342.183</u>	(F)		<u>281.482.606</u>	<u>270.342.183</u>
				Resultados operacionais:	(B) - (A)	<u>7.677.479</u>	<u>(19.759.753)</u>
				Resultados financeiros:	(D-B) - (C-A)	<u>(10.024.926)</u>	<u>(20.995.259)</u>
				Resultados correntes:	(D) - (C)	<u>(2.347.447)</u>	<u>(40.755.012)</u>
				Resultados antes de impostos e interesses minoritários:	(F) - (E)	<u>(1.613.470)</u>	<u>(40.424.006)</u>
				Resultado consolidado líquido do exercício:	(F) - (G)	<u>(10.201.602)</u>	<u>(27.965.188)</u>

O anexo faz parte integrante da demonstração consolidada dos resultados por naturezas para o exercício findo em 31 de Dezembro de 2003.

IMPRESA - SOCIEDADE GESTORA DE PARTICIPAÇÕES SOCIAIS, S.A. E SUBSIDIÁRIAS

BALANÇOS CONSOLIDADOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2003 E 2002

(Montantes expressos em Euros)

Activo	Notas	2002		Capital próprio, interesses minoritários e passivo	Notas	2003	2002
		Activo líquido	Activo líquido				
<b>IMOBILIZADO:</b>							
Imobilizações incorpóreas:							
Despesas de instalação	27	2.963.102	4.391.794	Capital	52 e 53	84.000.000	72.000.000
Despesas de investigação e de desenvolvimento	27	40.421	257.199	Prémios de emissão de acções	53	97.902.257	89.982.257
Propriedade industrial e outros direitos	27	204.075	617.061	Reserva legal	53	281.051	281.051
Trespases	27	163.400.917	175.135.248	Resultados transitados	53	(76.328.764)	(46.468.813)
		<u>166.608.515</u>	<u>180.401.302</u>	Resultado consolidado líquido do exercício	53	<u>(10.201.602)</u>	<u>(27.965.188)</u>
				Total do capital próprio		<u>95.652.942</u>	<u>87.829.307</u>
Imobilizações corpóreas:				INTERESSES MINORITÁRIOS	54	<u>15.699.543</u>	<u>12.827.648</u>
Terenos e recursos naturais	27	6.692.920	6.692.920	PASSIVO:			
Edifícios e outras construções	27	27.914.988	27.997.192	Provisões para riscos e encargos	46	<u>5.645.115</u>	<u>33.629.988</u>
Equipamento básico	27	26.584.750	34.015.478	Dívidas a terceiros - médio e longo prazo:			
Equipamento de transporte	27	191.544	524.650	Dívidas a instituições de crédito	48	120.307.377	111.173.989
Ferramentas e utensílios	27	25.238	37.851	Fornecedores de imobilizado, conta corrente	47	15.846.602	17.395.409
Equipamento administrativo	27	4.776.567	5.444.426	Outros credores	50	32.500	-
Outras imobilizações corpóreas	27	249.629	430.721			<u>136.186.479</u>	<u>128.569.398</u>
Adiantamentos por conta de imobilizações corpó	27	5.511.767	5.511.767	Dívidas a terceiros - curto prazo:			
Imobilizações em curso	27	1.537.824	2.205.502	Dívidas a instituições de crédito	48	49.787.936	47.061.999
		<u>73.485.227</u>	<u>82.860.507</u>	Fornecedores, conta corrente		46.495.121	59.526.186
				Empresas do grupo		-	32.490
Investimentos financeiros:				Adiantamentos de clientes		2.184.874	2.093.174
Partes de capital em empresas associadas	27	1.382.310	3.045.236	Fornecedores de imobilizado, conta corrente	47	3.985.999	5.246.317
Partes de capital em empresas participadas	27	246.929	751.641	Estado e outros entes públicos	49	10.261.514	15.132.863
Empréstimos de financiamento	27	1.524.858	3.618.543	Outros credores	50	4.403.662	3.131.438
		<u>3.154.097</u>	<u>7.415.420</u>			<u>117.119.106</u>	<u>132.224.467</u>
<b>CIRCULANTE:</b>				ACRÉSCIMOS E DIFERIMENTOS:			
Existências:				Acréscimos de custos	51	20.137.038	20.026.123
Matérias - primas, subsidiárias e de consumo	46	37.370.530	41.470.451	Proveitos diferidos	51	10.937.754	12.694.311
Produtos e trabalhos em curso		-	283.970			<u>31.074.792</u>	<u>32.720.434</u>
Produtos acabados e intermédios	46	843.407	567.219				
Mercadorias		13.008	645				
		<u>38.226.945</u>	<u>42.322.285</u>				
Dívidas de terceiros - curto prazo:							
Cientes, conta corrente		52.105.960	40.982.068				
Cientes - títulos a receber		119.602	442.459				
Cientes de cobrança duvidosa	46	-	-				
Empresas do grupo		-	1.783.642				
Adiantamentos a fornecedores de imobilizado		294.571	131.248				
Adiantamentos a fornecedores		50.941	348.556				
Estado e outros entes públicos	49	1.166.480	1.069.493				
Outros devedores	50	15.965.167	22.753.850				
		<u>69.702.721</u>	<u>67.511.316</u>				
Títulos negociáveis:							
Outros títulos negociáveis		70.838	77.224				
Depósitos bancários e caixa:							
Depósitos bancários		20.828.709	10.200.416				
Caixa		133.102	128.244				
		<u>20.961.811</u>	<u>10.328.660</u>				
ACRÉSCIMOS E DIFERIMENTOS:							
Acréscimos de proveitos	51	4.226.057	4.468.753				
Custos diferidos	51	7.275.368	10.803.763				
Impostos diferidos activos	38	17.666.398	21.612.012				
		<u>29.167.823</u>	<u>36.884.528</u>				
Total de amortizações				Total do passivo		290.025.492	327.144.287
Total de provisões				Total do capital próprio, interesses minoritários e passivo		<u>401.377.977</u>	<u>427.801.242</u>
Total do activo		<u>401.377.977</u>	<u>427.801.242</u>				

O anexo faz parte integrante do balanço consolidado em 31 de Dezembro de 2003.

O TÉCNICO OFICIAL DE CONTAS