



Relatório Consolidado de Informação não Financeira Contas Anuais 2018

IMPRESA – SGPS, S.A.
Sociedade Aberta
Capital Social Eur 84.000.000
Rua Ribeiro Sanches, 65
1200–787 Lisboa
NIPC 502 437 464
Conservatória do Registo Comercial de Lisboa





RELATÓRIO CONSOLIDADO DE INFORMAÇÃO NÃO FINANCEIRA - 2018

(DIMENSÃO SOCIAL, AMBIENTAL E DE GOVERNO)



INDICE:

INTRODUÇÃO	5
1. DA DIMENSÃO DE COMPROMISSO E RESPONSABILIDADE SOCIAL	6
1.1. NÍVEL EXTERNO.....	6
1.1.1. SIC ESPERANÇA.....	6
1.1.2. CULTURA	11
1.1.3. INICIATIVAS INSTITUCIONAIS	12
1.1.4. RELACIONAMENTO COM AS PARTES INTERESSADAS (STAKEHOLDERS)	17
1.1.5. RELAÇÃO COM OS INVESTIDORES	31
1.1.6. ATENDIMENTO DOS ESPETADORES	32
1.1.7. VISITAS DE ESTUDO.....	33
1.2. NÍVEL INTERNO	33
1.2.1. QUESTÕES SOCIAIS E RELATIVAS A TRABALHADORES	33
1.2.2. IGUALDADE ENTRE MULHERES E HOMENS	38
1.2.3. NÃO DISCRIMINAÇÃO	41
1.2.4. RESPEITO DOS DIREITOS HUMANOS.....	42
1.2.5. COMBATE À CORRUPÇÃO E ÀS TENTATIVAS DE SUBORNO	43
1.2.6. POLÍTICA DE DIVERSIDADE DOS ÓRGÃOS DE ADMINISTRAÇÃO E FISCALIZAÇÃO	45
2. DA DIMENSÃO AMBIENTAL.....	45
2.1. POLÍTICA AMBIENTAL.....	45
2.2. CONTROLO E IMPLEMENTAÇÃO.....	46
3. DA DIMENSÃO ESTRUTURAL E DE GOVERNO.....	47



3.1. MODELO DE GOVERNO	47
3.2. INDICADORES DE ATIVIDADE	52
3.2.1. CRITÉRIOS QUALITATIVOS	52
3.2.2. CRITÉRIOS QUANTITATIVOS.....	53
3.3. RISCO	53
3.3.1. CONTROLE E GESTÃO DE RISCO	53
3.3.2. MEDIDAS DE AUTOPROTEÇÃO E FATORES DE RISCO	55



INTRODUÇÃO

O Grupo IMPRESA está consciente e assume plenamente a responsabilidade social acrescida que lhe é atribuída, pelo facto de grande parte da atividade das suas empresas se desenvolver na área da comunicação social e pelo conseqüente impacto que tem sobre a sociedade.

A IMPRESA promove, anualmente, várias iniciativas, quer a nível externo, quer interno, que transmitem os valores, que pratica e privilegia, e refletem as suas preocupações com a sustentabilidade, tais como:

- Defesa da liberdade de expressão;
- Papel dos meios de comunicação social independentes e de qualidade no funcionamento da democracia;
- Desenvolvimento de relações fortes com “*stakeholders*”, parceiros locais e a sociedade portuguesa em geral;
- Aposta no talento e capital humano;
- Preservação e defesa do ambiente.

Nesse contexto, ao longo do ano de 2018, foram várias as ações desenvolvidas pelos principais meios do Grupo, sendo as mesmas objeto de referência nas páginas seguintes.



1. DA DIMENSÃO DE COMPROMISSO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

1.1. NÍVEL EXTERNO

1.1.1 SIC ESPERANÇA

A SIC Esperança é uma Instituição Particular de Solidariedade Social (IPSS), de utilidade pública, transversal ao Grupo IMPRESA, cujo fim é sensibilizar a sociedade civil para os problemas sociais existentes em Portugal. Com esse objetivo, trabalha em parceria com empresas para o financiamento de projetos e com instituições que os levam a cabo, sob a sua supervisão, de modo a contribuir para a minimização desses problemas e para a construção de um país mais justo e menos desigual.

A SIC Esperança contou com o Grupo IMPRESA na divulgação de diversas ações de solidariedade social:

Ao longo de 2018, os canais SIC, SIC Notícias e SIC Mulher disponibilizaram gratuitamente cerca de 20 horas no espaço de serviço público. Foram divulgadas 56 campanhas de Instituições Particulares de Solidariedade Social, nomeadamente: Liga Portuguesa Contra o Cancro, Pais 21, APELA, Fundação Portuguesa de Cardiologia, Conselho Português para os Refugiados, Associação Portuguesa de Cuidados Paliativos.

Projetos

No primeiro trimestre, a SIC Esperança apresentou o Plano Estratégico para o triénio 2018/2020 assente em quatro pilares: dois direcionados para o Grupo IMPRESA e dois centrados na sua atuação junto da sociedade civil:

Objetivo estratégico 1: Coordenar o trabalho na área social do Grupo IMPRESA

Objetivo estratégico 2: Contribuir para o sentimento de pertença e coesão do Grupo IMPRESA

Objetivo estratégico 3: Dinamizar parcerias para a implementação de projetos

Objetivo estratégico 4: Contribuir para a sustentabilidade do Terceiro Setor



- Na qualidade de única Instituição Particular de Solidariedade Social de um Grupo de Comunicação Social em Portugal, a SIC Esperança ocupa um lugar privilegiado no que toca à mobilização social e à possibilidade de ser um agregador de recursos oriundos da sociedade civil. Neste sentido, definiu como áreas prioritárias de intervenção, no triénio em curso a inovação social, a sensibilização e a emergência social.
- No âmbito da parceria estabelecida com a organização do 39º Torneio de Golfe Rotário, a SIC Esperança criou uma linha de financiamento destinada à aquisição de novos equipamentos para Bancos de Ajudas Técnicas, geridos por Instituições de Solidariedade Social. Este projeto beneficiará cerca de uma centena de utentes de quatro instituições: Centro Social Paroquial de Santa Catarina, Centro Social S. Tiago de Lobão, Grupo Social de Favaios e Médicos do Mundo.
- No dia 8 de fevereiro de 2018 foram apresentados os resultados do primeiro ano do projeto Atelier Digital, uma parceria entre a SIC Esperança, o Google e o Conselho Coordenador dos Institutos Superiores Politécnicos e que consistiu numa plataforma online gratuita que teve como objetivo formar jovens portugueses em marketing digital, contribuindo, desta forma, para o desenvolvimento do empreendedorismo em Portugal. Desde o lançamento, no final de 2016, foram formados mais de 35 mil portugueses.
- Em junho de 2018, foi concluída a primeira edição do Projeto GEN10S Portugal onde foram formados, em programação Scratch, 4.749 alunos do 2º ciclo do ensino básico e cerca de 600 professores, por todo o país. Os resultados foram apresentados num evento a 21 de junho, onde estiveram presentes alunos de várias escolas participantes, que tiveram a oportunidade de desfrutar de uma tarde de atividades tecnológicas. Face ao sucesso desta edição, será lançada uma 2ª edição em 2019, com o objetivo de formar 6.000 alunos do 2º ciclo.
- Na sequência dos incêndios de junho de 2017, a SIC Esperança deu seguimento ao projeto Um Abraço a Portugal, que permitiu a reconstrução de 25 casas, nos três concelhos mais afetados, Pedrógão Grande, Castanheira de Pera e Figueiró dos Vinhos. Destas 25 intervenções, 11 foram obras de reconstrução total e 14 de reconstrução parcial.



- Na qualidade de parceiro social da edição de 2018 do Expresso/BPI Golf Cup, a SIC Esperança atribuiu a verba angariada ao projeto PIPOP – Portal de Informação Português de Oncologia Pediátrica, da Fundação Osório de Castro. Este portal surgiu em 2011, com o intuito de informar e esclarecer a população, em especial pais de crianças com cancro, sobre questões relacionadas com a oncologia pediátrica, para melhor conhecer e saber viver com a doença. O apoio do Expresso/BPI Golf Cup permitirá que este portal se mantenha ativo e que os beneficiários possam ter acesso a novos conteúdos científicos, traduzidos para a língua portuguesa, permitindo-lhes acompanhar os avanços da pesquisa científica nesta área.
- O projeto Portugal Mais Acessível, da Associação Salvador, foi o vencedor do Prémio Solidário 25 Anos SIC e consistiu no desenvolvimento de um conjunto de iniciativas com o objetivo de suscitar o debate sobre a falta de acessibilidades no nosso país.

Entre as iniciativas desenvolvidas são de destacar:

- O lançamento da aplicação + Acesso Para Todos, cujo propósito é classificar os espaços públicos ao nível das acessibilidades, gerando automaticamente reclamações para as entidades competentes em caso de incumprimento. Em apenas oito meses originaram-se 2.600 classificações e produziram-se mais de 600 reclamações;
 - A organização de diversos passeios pelas ruas de Lisboa com o objetivo de sensibilizar os proprietários de estabelecimentos e a população em geral para a importância das acessibilidades;
 - A criação de dois vídeos impactantes sobre as dificuldades do dia-a-dia das pessoas com mobilidade reduzida;
 - Diversas iniciativas que alertaram para o incumprimento da lei das acessibilidades pelo próprio Estado, como escolas (que são assembleias de voto), tribunais, departamentos de finanças, entre outros.
- Através da verba angariada com a venda de eletricidade do projeto Escola Solar 2010, a SIC Esperança apoiou o projeto Inspira o Teu Professor, da Acessível Êxito - Associação, que visa ajudar a reforçar a missão social dos professores e potenciar o reconhecimento



do seu papel. Para tal, os alunos participaram em várias ações com o objetivo de refletir sobre a importância dos professores na sua vida, sendo ainda desafiados a produzir conteúdos para valorizar a profissão e a educação. Pretendeu-se, com esta ação, motivar os professores de forma a melhorar a qualidade do ensino e o desempenho escolar dos alunos.

- Pelo 6º ano consecutivo, foi lançado um projeto de Natal, da SIC Esperança e da Porto Editora, em novembro e dezembro, em que, por cada livro infantil vendido com o autocolante Campanha de Natal Alfa & SIC Esperança, 1€ reverteu para apoiar o projeto Café com Vida, da Associação Vila Com Vida. Este projeto visa proporcionar uma resposta pós-percurso escolar a jovens com Perturbações Ligeiras do Desenvolvimento Intelectual. Num café moderno, atual e inclusivo, estes jovens encontram um emprego remunerado atendendo o público, num espaço em que o convívio entre clientes e empregados é natural e saudável.

15º Aniversário - SIC Esperança

A SIC Esperança celebrou o seu 15º aniversário no dia 6 de outubro e propôs-se assinalar a data com um plano de iniciativas, internas e externas, que serão lançadas ao longo de um ano. O programa de comemorações pretende:

- Consolidar a posição da SIC Esperança enquanto entidade de referência do 3º setor;
- Aumentar a sua notoriedade;
- Divulgar o trabalho desenvolvido nos 15 anos de existência;
- Comunicar nova imagem da marca.

Das iniciativas que constam do plano de ação, foram desenvolvidas as seguintes:

- Apresentação do novo logótipo;
- Lançamento de uma campanha comemorativa para dar a conhecer o trabalho da SIC Esperança ao longo de 15 anos de existência;
- Criação do Hino SIC Esperança que contou, na sua composição e interpretação, com a colaboração do músico José Cid e da produtora Viagens a Marte;
- Recolha e gestão de informação com o intuito de realizar um estudo de impacto social dos 15 anos do trabalho realizado pela SIC Esperança;



- Lançamento do Prémio Especial 15 Anos SIC Esperança, com o apoio da Delta Cafés, que consistiu numa linha de financiamento de 45.000€. Foram recebidas 384 candidaturas tendo sido vencedores: a Associação Crescer, com o projeto É um Restaurante, que pretende criar um restaurante em Lisboa onde só trabalharão pessoas que estiveram em situação de sem abrigo; a Unitate, com o projeto iCare, que consiste no desenvolvimento de uma APP para facilitar a gestão dos dados dos utentes, melhorando a eficácia do trabalho das IPSS; e a Santa Casa da Misericórdia de Mirandela, com o projeto ILLUMINART, que visa implementar um programa de estimulação sensorial na sua unidade de cuidados continuados, de forma a humanizá-los. Dada a qualidade dos projetos apresentados, foi ainda atribuída uma menção honrosa ao Centro Social do Soutelo, pelo projeto SOS Rio Tinto, que consiste na realização de reparações em habitações de idosos por parte de voluntários orientados por técnicos especializados;
- Emissão na SIC do Circo de Natal SIC Esperança, no dia 22 de dezembro. Mais de 100 crianças de instituições parceiras da SIC Esperança tiveram a oportunidade de assistir às gravações desta emissão. Paralelamente, e em parceria com a Força Aérea, a SIC Esperança proporcionou batismos de voo a cerca de uma centena de crianças de Instituições de Solidariedade Social.

Ações Internas

- Na sequência do projeto Um Abraço a Portugal e para assinalar o trabalho de reconstrução de habitações em Pedrógão Grande, a SIC Esperança organizou uma ação de voluntariado que juntou pela primeira vez os trabalhadores do Grupo IMPRESA de Oeiras e de Matosinhos. Com os seus esforços foi possível remodelar duas instituições de solidariedade social, a Associação de Melhoramentos, Cultura e Recreio dos Escalos Cimeiros e a Associação de Melhoramentos, Cultura e Recreio de Pesos Vale de Álvares e Tojeira, nos dias 25, 26 e 27 de maio.
- A SIC Esperança organizou a 2ª colónia de férias IMPRESA, destinada aos filhos dos trabalhadores do Grupo. Durante a semana de 9 a 14 de julho, 41 crianças e jovens dos 6 aos 15 anos usufruíram de diversas experiências dinâmicas e pedagógicas, que proporcionaram momentos de convívio e união.



- Em outubro – mês assinalado internacionalmente pela luta contra o cancro da mama – o Grupo IMPRESA acolheu, nas suas instalações de Carnaxide e de Paço de Arcos, a campanha Tempo para Viver, da Novartis, que pretendia gerar uma mensagem de esperança dirigida às mulheres com este tipo de cancro e, simultaneamente, sensibilizar a população para o tema. Através da instalação de um pequeno estúdio fotográfico, os trabalhadores do Grupo foram convidados a “dar a cara” por esta causa, tendo-se recolhido um total de 321 fotografias, em dois dias, e criando-se posteriormente um vídeo com os rostos associados.

Outras iniciativas

- Com o apoio dos meios do Grupo IMPRESA, a SIC Esperança, enquanto Instituição Particular de Solidariedade Social, promoveu uma campanha de apelo à doação para esta entidade da consignação dos 0,5% do IRS. O jornalista Bento Rodrigues deu a cara por esta campanha.
- Enquanto parceiro social do Rock In Rio, a SIC Esperança atribuiu 1.000 bilhetes a beneficiários de 38 Instituições de Solidariedade Social do país, que puderam assistir aos espetáculos dos dias 29 e 30 de junho, numa iniciativa destinada a continuar a lutar pelo acesso à cultura para todos.
- Em parceria com o programa Volante, da SIC Notícias, a SIC Esperança sinalizou duas instituições de solidariedade social que fizeram parte de um programa solidário de Natal. Cerca de meia centena de crianças recebeu a visita dos apresentadores do programa que distribuíram presentes de natal às crianças das instituições.

1.1.2. CULTURA

Os meios de comunicação social do Grupo IMPRESA continuaram a apoiar manifestações culturais em 2018, através da divulgação de conteúdos e de outras formas:

Apoio a espetáculos e outras iniciativas culturais

Na área dos espetáculos musicais e culturais, o apoio do Universo SIC totalizou 70 eventos relacionados com música, espetáculos ou cultura. Na grande maioria dos apoios, a marca SIC esteve presente nos locais dos eventos para potenciar a proximidade. De destacar, entre estes



eventos, Rock In Rio, Super Bock Super Rock, Sumol Summer Fest, Meo Sudoeste Sol da Caparica e EDP Vilar de Mouros.

Condições especiais para publicidade

A cultura e os espetáculos e outros eventos de cariz institucional beneficiaram de descontos nos preços da publicidade nas marcas do Grupo IMPRESA.

1.1.3. INICIATIVAS INSTITUCIONAIS

O Grupo IMPRESA procurou, em 2018, promover e distinguir pessoas e instituições e usar os meios ao seu dispor para chamar a atenção para os grandes temas da atualidade.

1.1.3.1. Expresso

Prémio Pessoa

Lançado em 1987, pelo Expresso, é um dos mais importantes prémios do país, atribuído anualmente a uma personalidade portuguesa com intervenção relevante na vida científica, artística ou literária.

O Júri de 2018 foi composto por Francisco Pinto Balsemão (presidente), Emídio Rui Vilar (vice-presidente), Ana Pinho, António Barreto, Clara Ferreira Alves, Diogo Lucena, Eduardo Souto Moura, José Luis Porfírio, Maria Manuel Mota, Maria de Sousa, Pedro Norton, Rui Magalhães Baião, Rui Vieira Nery e Viriato Soromenho Marques

Em 2018, o prémio, no valor de 60.000 euros, foi atribuído a Miguel Bastos Araújo, O geógrafo e investigador é hoje internacionalmente reconhecido como uma das personalidades científicas mais criativas e influentes em biogeografia, macroecologia e modelação ecológica", disse, na cerimónia de apresentação do premiado, Francisco Pinto Balsemão, acerca do investigador do Museu Nacional de Ciências Naturais, de Madrid, e também docente nas Universidades de Copenhaga e Évora.

Este prémio é realizado em parceria com a Caixa Geral de Depósitos.



Prémio Primus Inter Pares

Lançado em parceria com o Banco Santander Totta, tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento de uma cultura de rigor, de profissionalismo e de excelência na gestão de empresas, através da concessão de oportunidades privilegiadas para formação académica complementar, nacional e internacional, a três finalistas do último ano do Curso de Mestrado na sequência de uma licenciatura em Gestão de Empresas, Economia ou Engenharia pelas Universidades, Faculdades ou Institutos Universitários Portugueses, que confirmam esse grau de licenciatura e que o júri entenda distinguir em cada ano, como os mais destacados.

O prémio para os três vencedores consiste na oferta de um MBA numa *Business School* de prestígio nacional e internacional: o IESE, em Barcelona, a *IE Business School*, em Madrid, o *Lisbon MBA*, o ISCTE, o ISEG e a *Porto Business School*. O 4º e 5º classificados recebem um curso de pós-graduação.

O Júri do Prémio Primus Inter Pares é composto por Francisco Pinto Balsemão (Presidente), António Vieira Monteiro (Vice-Presidente), Estela Barbot, António Vitorino e Raquel Seabra.

O primeiro classificado do Prémio Primus Inter Pares 2017/18 foi João Ramadas, licenciado em Gestão pelo ISCTE e com um mestrado pela Católica.

Prémio Branquinho da Fonseca

Promovido em parceria com a Fundação Calouste Gulbenkian, este prémio, de carácter bienal, no valor de 5.000 euros e com garantia de publicação das obras vencedoras, tem como objetivo incentivar o aparecimento de jovens escritores de literatura infantil e juvenil.

O Júri é constituído por Ana Maria Magalhães, Rita Taborda Duarte, José António Gomes, Henrique Monteiro, representante do Jornal EXPRESSO, e Maria Helena Melim Borges, representante da FCG.

Na última edição, respeitante a 2017, o Prémio Branquinho da Fonseca foi atribuído a Fábio Monteiro, na modalidade infantil, com a obra “A construção do mundo”, e a Inês Barata Raposo, na modalidade juvenil, com a obra “Coisas que Acontecem”. A próxima edição decorrerá em 2019.



Tenho Cancro. E depois?

Tenho Cancro. E Depois? é um projeto da SIC Notícias e do EXPRESSO onde desafiámos 5 mulheres a partilhar connosco os desafios de viver com a doença.

Com o patrocínio da Novartis, lançámos ao longo de dez semanas, 5 vídeos com 5 desafios, histórias de vida de mulheres extraordinárias que vivem, todos os dias, com cancro da mama. Desafios que se traduziram em 3 debates onde chamamos os grandes stakeholders para falar sobre questões que são estruturais, mobilizando médicos, responsáveis de saúde, associações de doentes e todos os que podem fazer a diferença.

Os cinco desafios foram contados na SIC Notícias e, posteriormente, no site www.tenhocancroedepois.pt, onde interagiram 400 mil pessoas:

1. **O desafio de uma vida normal.** A falta de alternativas (consumo) para pessoas com cancro da mama. As reformadas forçadas e antecipadas. O lado (bom) e urgente de aproveitar a vida.
2. **Os desafios familiares.** A taxa de divórcio, o apoio psicológico aos maridos, o impacto nos filhos, entre outros.
3. **Os desafios de rendimento.** A dificuldade para quem trabalha a recibos verdes, o desafio de encontrar emprego no pós-tratamento, os custos implícitos a esta doença crónica, a quebra de rendimento decorrente das baixas, entre outros.
4. **Os desafios no emprego.** A pressão no local de trabalho, as quebras de produtividade e o efeito nas avaliações, a pressão para abandonar o emprego, a necessidade dos maridos terem flexibilidade de horário para acompanhar os tratamentos, entre outros.
5. **Quando a doença volta e novos tratamentos.** Até quando (idade) devemos tratar os doentes com cancro? Que tipo de medicamentos devem ser disponibilizados? O que deve mudar na proteção (seguros) a estes casos?

ESSILOR Carro do Ano | Troféu Volante de Cristal 2018/2019

O galardão anual designado por “CARRO DO ANO” visa premiar o modelo que represente, simultaneamente, um avanço tecnológico significativo no âmbito do mercado automóvel nacional



e o melhor compromisso para o automobilista português em termos de economia (preço e custos de utilização), segurança e agradabilidade de condução.

Paralelamente, mantendo a generalidade dos seus pressupostos, são galardoados os melhores produtos automóveis (versão) em segmentos distintos do mercado nacional. Estes galardões contemplam sete classes: Cidadino, Familiar, Executivo, Desportivo (inclui descapotáveis), Grande SUV, SUV Compacto e Ecológico. O vencedor de cada classe recebe o respetivo título e poderá ostentar a distinção de cada uma das sete classes mencionadas.

Referência, ainda, para o prémio Ecológico do ano. Uma distinção especial reservada a veículos com motores elétricos ou híbridos (que combinem motor elétrico e motor térmico). Em foco, nesta categoria, a eficiência energética, os consumos, as emissões e a autonomia, homologados pela marca, tendo igualmente em atenção os consumos revelados durante o teste dos jurados, assim como a autonomia real numa utilização diária.

O formato da 36ª edição reúne um júri composto por 20 jornalistas especializados, em representação da imprensa escrita, meios digitais, rádio e televisão, numa busca pela pluralidade de opiniões. Pela segunda vez, desde que existe o troféu, os três maiores canais de televisão portugueses, SIC, TVI e RTP, integram o júri.

- **Prémio Tecnologia e Inovação**

Na 36ª edição do Troféu CARRO DO ANO, a organização voltará a selecionar cinco dispositivos inovadores e tecnologicamente avançados, que consigam beneficiar diretamente a condução e o condutor, que serão apreciados e posteriormente votados pelos jurados em simultâneo com a votação final.

Global Management Challenge

Esta iniciativa portuguesa, lançada há 39 anos, numa parceria entre o Expresso e a SDG – Simuladores e Modelos de Gestão, está atualmente implementada em cerca de 40 países, distribuídos por quatro continentes. Durante o seu período de vida, já envolveu, em todo o mundo, mais de meio milhão de participantes, essencialmente estudantes universitários e quadros de empresas.



Nesta competição de estratégia e gestão, as equipas têm uma empresa para gerir. Ao longo da prova, tomam decisões sobre os destinos da mesma. No final, vence a que obtiver os melhores resultados.

Para os estudantes universitários, o Global Management Challenge funciona como uma experiência formativa complementar à formação académica. Por seu lado os quadros, ao integrarem este desafio, têm a oportunidade de refrescar e testar conhecimentos e de reforçar o trabalho em equipa e as funções de liderança.

Valorizada pelo tecido empresarial nacional, esta iniciativa conta com o patrocínio e apoio de prestigiadas empresas e instituições nacionais e internacionais. Entre elas: Accenture, EDP, Staples, Intrum, Millennium BCP, REN, Garantia Mútua, Fidelidade, TAP, IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação, IEFP – Instituto de Emprego e Formação Profissional, SIC, IT Sector e UPP Out.

O Global Management Challenge tornou-se a maior competição a nível mundial, que se desenrola em dezenas de países dos 5 continentes. Entre eles, além de Portugal, Brasil e Angola, os Camarões, o Quénia, a Costa do Marfim, em África, o Panamá, na América Latina, os Emirados Árabes Unidos (onde decorreu a final do ano passado) no Dubai, o Qatar, a Índia, a China e as Regiões Autónomas Especiais de Hong Kong e Macau, além, claro, de diversos países da Europa.

Global Investment Challenge

O Expresso e a SDG - Simuladores e Modelos de Gestão lançaram, há 6 anos, uma competição destinada a aumentar a literacia financeira, onde cada participante pode investir e testar os seus conhecimentos em Bolsa. O *Global Investment Challenge*, uma competição de inscrição gratuita, conta com o apoio da *Euronext*, utilizando a plataforma de negociação *online* do Banco Best. O vencedor é o participante que apresenta, no final, o portfólio com maior rentabilidade.

Existem duas categorias a concurso: “Geral”, onde é contabilizada a valorização global do portfólio de cada participante e “Estudantes”, onde é avaliada a valorização do portfólio de participantes estudantes. Os participantes com o nickname jota007 e Rodrigo255 foram os



vencedores respetivamente da categoria geral e de estudantes, da sexta edição do Global Investment Challenge.

Os vencedores das duas categorias recebem como prémio uma viagem a Amesterdão, que inclui uma visita à Bolsa de Valores da cidade.

1.1.3.2. PRÉMIOS EXPRESSO ECONOMIA

Em 2018, o Expresso criou novos prémios, com o apoio da Informa D&B e da Deloitte, e em parceria com a Caixa Geral de Depósitos.

A 1ª edição do Prémio Expresso Economia | Caixa Geral de Depósitos, cuja entrega decorreu no edifício sede da CDG, no dia 18 de dezembro, premiou um conjunto de empresas e empresários pelo seu mérito, arrojo e trabalho de excelência. Premiou ainda o Empresário do Ano.

A Farfetch, empresa britânica fundada pelo português José Neves, foi a vencedora dos Prémios Expresso Economia na categoria Exportações - Volume de negócios entre €50 e €100 milhões - e já aponta a novas barreiras

Foi o primeiro unicórnio (empresa valorizada em mais de mil milhões de euros) com ADN português e continua a aumentar o volume de negócios. Está sediada em Londres e conta com quatro escritórios em Portugal localizados em Matosinhos, Lisboa, Braga e Guimarães.

Paula Amorim foi distinguida como Empresária do Ano, outro prémio atribuído pelo Expresso e pela Caixa Geral de Depósitos.

1.1.4. RELACIONAMENTO COM AS PARTES INTERESSADAS (STAKEHOLDERS)

A presença do Grupo IMPRESA nos vários organismos associativos, de regulação e autorregulação, mantém-se consolidada, o que lhe permite participar, de forma ativa, em decisões que interessam à sua atividade. Tal posicionamento continuou a afirmar-se ao longo de 2018 com a intervenção em debates e propostas de alternativas a projetos de diplomas, diretivas



e/ou normas que o Governo e outras Entidades, no plano nacional e no plano europeu, apresentaram à consulta pública ou às entidades onde o Grupo IMPRESA está representado.

Durante o ano de 2018, o Grupo IMPRESA manteve e/ou reforçou a sua presença nos corpos sociais dos seguintes órgãos associativos, bem como junto de Entidades Reguladoras:

- ACEPI – Associação do Comércio Eletrónico e da Publicidade Interativa (Direção)
- AEM – Associação de Empresas Emitentes de Valores Cotados em Mercados (Presidência do Conselho Geral)
- AEP – Associação Empresarial de Portugal (Conselho Geral)
- AIP/ CE - Associação Industrial Portuguesa/Confederação Empresarial (Vice-Presidência da Direção)
- AMD – Associação de Marketing Direto (Direção)
- ANACOM - Autoridade Nacional de Comunicações (Conselho Consultivo)
- ANETIE – Associação Nacional das Empresas de Tecnologia de Informação e Eletrónica (Presidência da Assembleia Geral)
- APCT – Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (Vice-Presidência da Direção)
- APDC – Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações (Direção)
- APDSI – Associação para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade de Informação (Conselho Geral)
- API – Associação Portuguesa de Imprensa (Presidência da Direção)
- CAEM – Comissão de Análise e Estudos de Meios (Secção de Meios e Comité Técnico)
- CCPJ – Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (Secretariado Executivo)
- Comissão de Classificação dos Meios de Comunicação Social (Presidência)
- COTEC - Associação Empresarial para a Inovação (Presidência da Assembleia Geral)
- ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social (Conselho Consultivo)
- Fórum para a Competitividade (Conselho Consultivo)
- GEDIP – Associação para a Gestão Coletiva de Direitos de Autor e de Produtores Cinematográficos e Audiovisuais (Presidência da Assembleia Geral)
- ICAP – Auto Regulação Publicitária (Presidência da Assembleia Geral)
- MAPINET – Movimento Cívico Anti Pirataria na Internet (Direção)



- NP – Notícias de Portugal (Presidência do Conselho de Administração)
- OBERCOM – Observatório da Comunicação (Direção)
- PMP – Plataforma de Media Privados (Presidência do Conselho Geral)
- VISAPRESS – Cooperativa de Gestão de Conteúdos (Direção)

Em cada um destes organismos, bem como junto do Governo, Grupos Parlamentares, Comissão Europeia e membros do Parlamento Europeu, as diferentes intervenções pautaram-se, sempre, pela defesa da liberdade de informação e pela independência e sustentabilidade das empresas de comunicação social.

1.1.4.1. Junto do Governo, Grupos Parlamentares e outras Entidades

Ao longo de 2018, o Grupo IMPRESA acompanhou, de perto, a evolução das principais iniciativas do Governo e da Assembleia da República na área da Comunicação Social, com realce para:

1. Regulamento Geral de Proteção de Dados
 - Acompanhamento da sua implementação, a partir de 25 de Maio, procurando esclarecer dúvidas junto da Comissão Nacional da Proteção de Dados.
 - Participação em diversas reuniões com o Grupo de Trabalho da 1ª Comissão da Assembleia da República e membros do governo para discutir as leis complementares à aplicação do Regulamento, nomeadamente a Proposta de lei 120/XIII, Artº 24º, que versa a liberdade de expressão, informação e imprensa, incluindo o tratamento de dados para fins jornalísticos.
 - Acompanhamento das propostas de lei 125/XIII e 126/XII, relativas ao tratamento de dados pessoais para aplicação de sanções e ao tratamento de dados referentes ao sistema judicial.
2. Nova Diretiva sobre Direitos de Autor no mercado único digital e Direitos Conexos dos Editores
 - Acompanhamento das discussões a nível nacional e europeu e as votações, a 12 de Setembro, pelo Parlamento Europeu, do texto da proposta de Diretiva



que transita para o ano seguinte, entrando na fase da negociação tripartida (Parlamento, Comissão e Conselho).

3. Código da Publicidade

- Acompanhamento da evolução, no seio do Grupo de Trabalho da 6ª Comissão, das diferentes tendências sobre a comunicação comercial de produtos alimentares com elevado valor calórico para crianças e jovens.

4. Participação, com particular empenho, na oposição ao negócio da compra da Media Capital pela Altice, o qual foi inviabilizado pela Autoridade da Concorrência.

5. Desenvolvimento de ações, a todos os níveis, para conseguir que o IVA eletrónico igualasse o do papel (6%) e que esta medida já fizesse parte do Orçamento de Estado para 2019, o que foi conseguido.

6. Acompanhamento da evolução das decisões acerca dos novos canais na TDT, desde o parecer da ERC até à abertura do Concurso Público, sendo que esta parte transitou para 2019.

7. Fake News

- Estudo da legislação vigente ou em evolução em alguns países da União Europeia, com vista a criar alertas e defesas contra a intromissão desta nova ferramenta na manipulação da informação, em geral, e particularmente nas campanhas e resultados das eleições próximas.

8. Respostas às diferentes Consultas Públicas vindas da Comissão Europeia, da ERC, ANACOM ou Autoridade da Concorrência e acompanhou-se, o exercício das suas funções regulatórias, fiscalizadoras e sancionatórias, bem como as Deliberações, Recomendações, Regulamentos, Estudos e Relatórios destas Entidades.

A IMPRESA participou na discussão de todos os temas do universo dos seus interesses, quer diretamente, quer através das organizações, entidades e instituições a que está ligada.



1.1.4.2. Nos diferentes organismos:

ANACOM - Autoridade Nacional de Comunicações

Na sequência da reivindicação da SIC, iniciada no ano anterior, para a ANACOM reavaliar o preço do serviço prestado pela MEO na plataforma TDT com base no espaço efetivamente ocupado por cada serviço de programas de televisão, ao longo de 2018 reforçou-se essa exigência. E, aquando do conhecimento dos preços a atribuir aos canais do Estado e aos dois privados, a SIC denunciou a existência de uma clara violação do princípio da não discriminação, favorecendo de um modo anticoncorrencial o operador de serviço público, em detrimento dos operadores privados na plataforma TDT.

Finalmente, em 22 de Novembro, a ANACOM decidiu determinar à MEO a aplicação do preço anual de 885,1 mil euros por Mbps, em cumprimento dos princípios e requisitos estabelecidos nos nº 3, 4 e 6 do artigo 4º da lei nº 33/2016 e nos números 18.2., 18.3. e 18.7 do DUF TDT, a que corresponde uma redução, em 15,16%, dos preços anuais por Mbps praticados aos operadores de televisão pela prestação do serviço de transporte e difusão do sinal de TDT.

APCT - Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação

Ao longo do ano, verificou-se uma aposta mais generalizada nas edições digitais, especialmente por parte da imprensa regional, à medida que, nas edições impressas, se iam registando aumentos no custo do papel, a par com perdas de vendas. Tornou-se, assim, necessário promover mais esclarecimentos quanto à aplicação do Regulamento Complementar para Edições Digitais. Ao mesmo tempo, iniciou-se uma renovação do site, de modo a tornar mais completa a informação e mais fácil a consulta. Substituíram-se, também, equipamentos que estavam a ficar obsoletos.

Por efeitos da crise que se acentuou, o ano de 2018 ficou marcado pela perda de 14 associados, assim distribuídos: 6 da imprensa regional, 3 por falência (nas áreas de puericultura e ciências ocultas), 2 do mercado automóvel e 3 revistas de baixa circulação ligadas a negócios diversos.



Em contrapartida só entraram 2 revistas, ambas orientadas para a saúde. Perante esta situação, houve necessidade de proceder à redução do quadro de pessoal, por forma a manter o equilíbrio do exercício.

Continuaram as auditorias bimestrais e anuais com seleções apuradas, quer no papel, que no digital.

Mantiveram-se os contactos com congéneres estrangeiros.

CAEM - Comissão de Análise e Estudos de Meios

Foi um ano de intensas reuniões, tanto a nível da Direção, como da Secção de Meios e do Comité Técnico Consultivo da Televisão. Tal se justificou face à proximidade da renovação ou prorrogação do contrato com a GFK.

Foi, por isso, necessário:

- Elaborar novas especificações técnicas para a medição de audiências da televisão.
- Discutir e atualizar universos do painel com base nas estimativas do INE para as variáveis idade e géneros e, no Establishment Survey, para a variável posse de televisão por subscrição.

A par de tudo isto, a CAEM manteve o desempenho das outras funções que lhe estão atribuídas:

- Monitorização contínua do sistema de medição de audiências de televisão em direto e diferido;
- Monitorização do BAREME RÁDIO;
- Monitorização do BAREME IMPRENSA;
- Monitorização do NETSCOPE e NETPANEL da Markest;
- Monitorização do estudo Multimeios da Media Monitor referente aos Investimentos Publicitários na Internet.



CCPJ - Comissão da Carteira Profissional de Jornalista

Participação em diversas reuniões com o Governo e a Assembleia da República (1ª e 6ª Comissões), bem como com gabinetes dos Partidos com assento na AR, para discutir e defender os interesses da comunicação social e da liberdade de imprensa em diversos campos:

- Regulamento Geral de Proteção de Dados – Projeto de Lei de enquadramento 120/XIII –, especialmente do artigo 24º, sobre tratamento de dados para fins jornalísticos, assegurando a liberdade de informação sem restrições securitárias.
- Alterações ao Código da Publicidade – Projeto de Lei do PS, PAN e PEV – no que respeita à comunicação comercial de alimentos e bebidas com alto valor energético, dirigida a menores de 16 anos.
As restrições apresentadas na primeira proposta provocariam graves quebras na faturação.
- Para além das várias intervenções sobre estes temas, que se arrastaram ao longo do ano sem conclusão, a CCPJ tomou posição pública sempre que estiveram em debate matérias que exigiam a sua interpretação do Estatuto do Jornalista ou do Regulamento da Carteira Profissional.

Entre primeiras emissões e renovações, foram avaliados e processados 4.610 títulos, distribuídos por carteira profissional, título provisório de estagiário, cartão de correspondente, colaborador e equiparado.

Para além das reuniões semanais do Secretariado Executivo, o Plenário, órgão alargado da CCPJ, reuniu seis vezes, durante o ano, para debater da sua competência.

A CCPJ esteve presente em várias conferências e/ou debates, alguns da iniciativa da imprensa regional, participando no esclarecimento de dúvidas levantadas por editores e jornalistas.

A CCPJ fez parte da Fundação da Rede Lusófona pela dualidade da informação, constituída por representantes da sociedade civil, media e jornalistas, universidades do espaço lusófono, entidades reguladoras, ordens e institutos que têm por objeto a criação de espaços de discussão, formação e produção de conteúdos científicos e cívicos.



ICAP – Auto Regulação Publicitária

As grandes linhas do Plano de Atividade para 2018 assentaram nos seguintes eixos:

- Sensibilização da Indústria
- Demonstração de Resultados
- Afirmação da Eficácia
- Cooperação com entidades Públicas e Privadas

Dos trabalhos desenvolvidos constam:

- Discussão e entrada em vigor do “Código de Auto Regulação em Matéria de Comunicação Comercial de Alimentos e Bebidas Dirigido a Crianças” – implementação do Pre-Clearance (pareceres prévios vinculativos – 21 empresas aderentes)
- “Plano de Comunicação” incluindo imprensa regional + Digital + Publicidade Exterior + Rádio
- Flash’s de notícias ligadas à ARP (19)
- ARP – SICAD – Reunião tripartida ARP/SICAD/DGC
- Divulgação e presença Ações de Formação Taylor Made:
 - ✓ Apuramento de uma Ação Formação vs P&G
 - ✓ Apuramento de Banco de Formadores
- AIC (cosméticos) – Discussão para a aprovação do “Código de Cosméticos - publicidade
- Contactos com Assembleia da República – Consultas Públicas; Código Alimentos Crianças
- ICAS – Internacional Council for Ad Self-Regulation Video – tradução e adaptação do filme para português
- Ambush Marketing – em sintonia com a Faculdade de Direito – Universidade Nova
- Plano de Angariação associados – Bullets vs. Investimento publicitário
- Gordura/Açúcar e Sal - Ações
- Apetrechamento do JE – Júri de Ética da ARP
- Regulamento Proteção Dados Pessoais – Política de Privacidade
- Abordagem Santander Consumer e Assinatura de Acordo Financeiro – prevê-se Pre-Clearance para cerca de 500 peças publicitárias



MAPINET - Movimento Cívico Antipirataria na Internet

Pedidos de Remoção

- O ano de 2018 registou significativo aumento de pedidos de remoções de links, tendo atingido um total de 1.716.246.967, distribuídos por Filmes, Séries, Streaming, Software, Livros, Revistas, Jornais, Playstation (1,2,3), Wii, Nintendo, PC, Xbox, Música e outros.
São poderosos e de grande agilidade, como se sabe, os meios de que a pirataria dispõe. Pelo contrário, faltam medidas punitivas e meios eficazes para a combater.
Apesar de tudo, conseguiu-se remover 5.678.325 links distribuídos pelos suportes referidos.
- Quanto a websites, foram bloqueados 783, sendo que, na área da imprensa, foram bloqueados cinco e re-bloqueado um. Dos cinco bloqueados, três desapareceram em definitivo. Com eles desapareceram centenas de links de Revistas e Jornais completos ou artigos.
- No que diz respeito a websites, que disseminam conteúdos de televisão, foram bloqueados 110 e re-bloqueados 15, tendo desaparecido 11.
- A temática dos re-bloqueios que se efetuam, obrigatoriamente, no final de um ano de bloqueio, permite afirmar que, em média, cerca de 60% a 70% dos websites bloqueados desaparecem ou mudam de nome. Apesar de os números conseguidos estarem a grande distância do pretendido, Portugal continua a ser apontado como um caso de sucesso europeu na luta contra a pirataria.
- No que respeita ao bloqueio de vídeos no YOUTUBE foram carregados cerca de 1053 ficheiros de referência que permitiram o bloqueio de 10.956 conteúdos carregados por utilizadores sem direitos para tal.
- Ainda no ano 2018, foi assinada com a IGAC uma extensão ao Memorando de Entendimento que vai permitir, nesta primeira fase, o bloqueio de jogos de futebol, em streaming, para no futuro também ser aplicado a eventos transmitidos em direto.



OBERCOM - Observatório da Comunicação

Em 2018, o OberCom, para além do lançamento do habitual Anuário da Comunicação, de largo espectro informativo, continuou a desenvolver estudos no quadro da investigação em comunicação e media, os quais permitiram explorar novas áreas e proceder à consolidação do conhecimento no campo dos *media* e da comunicação em Portugal, com diferentes formatos e diferentes objetivos e estruturas.

- **Projeto OberCom - Recolha Estatística Nacional no Setor da Comunicação**

Relativamente ao *Relatório Anual Média e Comunicação*, pretendeu-se que em 2017 esta publicação apresentasse informação estatística sobre os diferentes setores analisados pelo OberCom. Este relatório é publicado *on-line* no sítio da Internet do OberCom, em ficheiros PDF disponíveis para *download*, por setor e atualizados ao longo do ano sempre que tal seja possível.

- **Projeto OberCom – Digital News Report**

Desde 2014 o OberCom tem colaborado com o Oxford Reuters Institute, sendo a entidade parceira para a realização do inquérito anual "Digital News" em Portugal financiado pelo Reuters Institute e apoiado.

O *Reuters Digital News Report 2017 (ReutersDNR 2018)* foi o sétimo relatório anual do *Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ)* e o quarto relatório a contar com informação sobre Portugal. Enquanto parceiro estratégico, o OberCom colaborou com o *RISJ* na conceção do questionário para Portugal bem como na análise e interpretação final dos dados.

- **Literacias na Sociedade dos Ecrãs**

Este relatório explora as dinâmicas de utilização de recursos mediáticos em Portugal através da definição de perfis de literacia mediática.

A questão da utilização crítica de media e de conteúdos mediáticos é um eixo fundamental de perceção neste quadro de análise e revela a complexidade da cristalização de práticas em torno das relações comunicacionais de grande espectro da sociedade portuguesa.



- **As Fake News numa Sociedade pós-verdade**

Contextualização, potenciais soluções e análises

O documento *Fake News numa Sociedade pós-verdade* foi produzido para dar resposta a uma série de questões levantadas pelo clima político internacional, tais como as eleições presidenciais Americanas, o Brexit ou o que viriam a ser as eleições presidenciais brasileiras que culminaram com a eleição de Jair Bolsonaro.

Um dos primeiros estudos públicos realizados em Portugal no contexto dos estudos em comunicação, inaugura um debate conceptual sobre temas tais como a confiança em notícias.

As conclusões obtidas revelam que os portugueses estão muito preocupados com a legitimidade dos conteúdos noticiosos em ambientes digitais, dado que coincide com índices estruturalmente altos de confiança em conteúdos noticiosos. A elevada confiança dos portugueses em notícias justifica-se, em parte, pela sua preocupação com a legitimidade dos conteúdos noticiosos, dado que é relevante num contexto em que a comunicação social está no epicentro do debate sobre a saúde das democracias globais.

PMP - Plataforma de Média Privados

Durante o exercício de 2018, a PMP desenvolveu a sua ação, centrada em quatro eixos fundamentais:

- Representação dos interesses coletivos da Plataforma junto dos órgãos de soberania (Governo e Assembleia da República) e da sociedade.
- Gestão do Projeto Nónio (sistema unificado de recolha e qualificação de audiências digitais).
- Resposta às consultas públicas, nacionais e europeias, relevantes para o setor.
- Acompanhamento ativo dos desenvolvimentos legislativos mais relevantes para os media.

Principais áreas de atuação desenvolvidas pela PMP:



- **Projeto Nónio**

O projeto Nónio conheceu desenvolvimentos muito significativos, mormente a partir do segundo semestre de 2018. Após a conclusão do contrato DNI-Google (31 de dezembro de 2018), prevê-se um alargamento progressivo do espetro de ação do Nónio, com o objetivo de atingir 1 milhão de utilizadores registados, ao longo do primeiro trimestre de 2019, e de 2 milhões, no horizonte de um ano.

- **Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD)**

Os trabalhos parlamentares de transposição do novo RGPD foram objeto de seguimento e participação ativa da PMP em comissão especializada.

- **Diretiva sobre Direitos de Autor**

Idêntica ação se registou junto das instituições europeias, no acompanhamento do processo de produção da futura Diretiva sobre Direitos de Autor.

- **IVA Digital**

A PMP, juntamente com outras associações setoriais, prosseguiu na defesa da redução do IVA digital para taxa reduzida, tendo a medida ficado consagrada no OE 2019

Complementarmente, a PMP desenvolveu ainda as seguintes atividades:

- Participação em grupos de trabalho sobre temas de interesse para os media.
- Participação em fóruns relacionados com a inovação e a economia digital.
- Participação em Conferências sobre os Media.

VISAPRESS - Cooperativa de Gestão de Conteúdos

- **No cumprimento do Plano de Atividades, destacamos as seguintes ações:**

✓ Distribuição das verbas provenientes do licenciamento para a utilização de conteúdos publicados nos jornais e revistas pertencentes a cooperadores da VISAPRESS e, simultaneamente, distribuição aos Cooperadores da remuneração equitativa da cópia privadas, relativa ao ano de 2017.



- ✓ Realização de mais de duas dezenas de reuniões com entidade públicas e privadas, convidando-as a licenciarem-se para a utilização legal que fazem dos conteúdos de imprensa escrita pertencente aos Editores representados na VISAPRESS.
- ✓ Envio de cerca de uma centena de e-mails para entidades que estavam a disponibilizar nas suas páginas de internet conteúdos sem autorização, configurando-se de alguma forma como prestação de serviços de clipping, solicitando que obtenham o respetivo licenciamento junto da VISAPRESS.
- ✓ Participação em diversas reuniões internacionais sobre o tema do licenciamento para acesso aos conteúdos publicados na imprensa escrita.
- ✓ Campanha de informação e sensibilização do público em geral para a problemática da gestão coletiva de direitos de autor na imprensa escrita. Esta divulgação foi efetuada em dois canais privados de televisão por cabo, numa estação de rádio nacional e em jornais, com tiragem nacional e regional.
- ✓ Participação em diversas reuniões no Ministério da Cultura, na Assembleia da Republica e no Parlamento Europeu com o propósito de esclarecer a posição da VISAPRESS, relativamente aos direitos de autor dos Publishers em Portugal. Aproveitando estes fóruns para fazer o enquadramento e analisar o impacto que a proposta de Diretiva Europeia irá ter na remuneração dos direitos dos Editores.
- ✓ Renovação da totalidade das licenças existentes e celebração de três novos contratos, passando a estar representados, no portfólio da VISAPRESS, 25 entidades para a utilização primária e secundária dos conteúdos publicados na imprensa escrita.
- **Ação judicial que decorre no TPI (Tribunal da Propriedade Intelectual)**

No ano de 2018, não se registaram significativos avanços no processo que decorre neste tribunal contra as empresas de clipping, CISION e MANCHETE. O Tribunal agendou o início do julgamento para os dias 13 a 15 de novembro, que acabou por não se realizar, tendo sido marcadas novas datas para 2019.



AMD – ASSOCIAÇÃO DE MARKETING DIRETO

- **Proteção de Dados**

O impacto do início da aplicação do RGPD (25 maio), pela importância para o setor e implicações diretas junto dos Associados, exigiu uma dedicação prioritária em ordem a evitar qualquer incumprimento por parte dos nossos sócios.

Durante a discussão da proposta de lei complementar do Regulamento, a AMD manteve diversos contactos com representantes do Governo e com os Grupos Parlamentares.

- **Ameaças à Publicidade**

Permanecendo a ameaça às restrições à publicidade dirigida a crianças/menores, no que concerne a alimentos e bebidas com elevado teor de sal e açúcar, respetivamente, a AMD foi acompanhando e participando em diversas iniciativas, no âmbito da discussão do diploma, em sede de um GT junto da 6ª Comissão da AR.

- **Anacom**

A discussão, no seio da Europa, do novo Regulamento sobre a Privacidade nas Comunicações Eletrónicas – mais severo do que o RGPD – foi tema de nova reunião com a ANACOM.

- **Cooperação**

Foi mantida uma permanente intercooperação com a API e APAN, na defesa de aspetos comuns aos nossos Associados.

Para além de toda esta atividade, a AMD proporcionou aos seus associados uma constante informação sobre leis, decisões, estudos, recomendações, debates nas áreas dos seus interesses.



1.1.4.3. Curso de Pós Graduação em Jornalismo Multiplataforma

Em parceria com a Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, e com a colaboração da Rádio Renascença, promoveu-se a sétima edição do curso, com aulas teóricas e estágios profissionais nas diferentes redações. Frequentado por 20 alunos, foi mais um êxito, à semelhança dos anteriores, devendo relevar-se a grande qualidade da maioria dos alunos, o que fez deste curso o melhor de todos em resultados.

Procedeu-se à atualização e arrumação de algumas matérias, bem como à escolha de novos Professores. Atingiu-se, no final deste curso, o número total de 137 alunos ao longo de sete anos, com muito bom aproveitamento, tendo parte deles encontrado colocação.

1.1.4.4. Outras ações

As grandes preocupações do ano foram a defesa dos Direitos de Autor e Direitos Conexos dos Editores no mercado único digital e o combate à pirataria, que dispõe de meios cada vez mais sofisticados e de grande mobilidade, assim como aos grandes agregadores que continuam a usurpar conteúdos editoriais e, à conta destes a desviar publicidade dos meios clássicos e digitais.

No contexto destas duas frentes desenvolvem-se contactos e interage-se com Associações das áreas do audiovisual, da distribuição, da gestão coletiva de direitos, de editores e produtores, todos convergentes na defesa dos mesmos direitos.

1.1.5. RELAÇÃO COM OS INVESTIDORES

A IMPRESA tem uma Direção de Relações com Investidores, de modo a assegurar o relacionamento institucional e informativo com o vasto universo de acionistas, potenciais investidores e analistas, bem como com a bolsa de valores do mercado onde as ações da IMPRESA se encontram admitidas à negociação e respetivas entidades reguladoras e de supervisão, CMVM e Euronext.



A Direção de Relações com Investidores da IMPRESA desempenha, assim, um papel de relevo para a prossecução desse objetivo, permitindo manter um adequado relacionamento com acionistas, analistas financeiros e potenciais investidores na IMPRESA, nomeadamente através da participação em conferências específicas e realização de road-shows pelas principais praças bolsistas.

A função primordial desta Direção consiste em atuar como interlocutor entre o Conselho de Administração da IMPRESA e os investidores e os mercados financeiros em geral, sendo responsável, no âmbito da sua atividade normal, por todas as informações disponibilizadas pelo Grupo IMPRESA quer no que se refere à divulgação de factos relevantes e outras comunicações ao mercado, quer no que respeita à publicação das demonstrações financeiras periódicas, trimestrais, semestrais e anuais.

Para o desempenho das suas funções, esta Direção mantém um fluxo de comunicação constante com investidores e analistas financeiros em Portugal e no estrangeiro, disponibilizando toda a informação e esclarecimentos necessários para, com observância das disposições legais e regulamentares aplicáveis, satisfazer as solicitações que lhe são dirigidas por estas entidades.

Todos os pedidos de informação (efetuados por telefone, mail ou correio) foram imediatamente respondidos, não havendo quaisquer pedidos pendentes, quer do exercício de 2018, quer de anos anteriores.

Durante 2018, a Direção de Relações com Investidores levou a cabo as seguintes iniciativas:

- 2 “*Roadshows*” cobrindo Lisboa e Madrid, com realização de 13 reuniões com investidores;
- Reuniões, na IMPRESA, com 6 investidores e analistas;
- 4 Conferências telefónicas, relacionadas com a publicação de resultados trimestrais;
- 1 Apresentação pública, referente aos resultados anuais de 2017.

1.1.6. ATENDIMENTO DOS ESPETADORES

Em 2018, foram recebidos 33.041 contactos, número muito semelhante a 2017 (33.801). Cerca de 68% destes contactos chegaram via e-mail e respeitaram a pedidos de informação (61,8%),



sugestões de temas para reportagem (24%), críticas (11,2%), elogios (1,3%) e outros assuntos diversos (1,7%). Em 88% dos casos, a temática foi o canal SIC generalista. Todos os assuntos receberam a devida atenção, pois para além da sua utilidade, permitem melhorar a relação da SIC com os espetadores.

1.1.7. VISITAS DE ESTUDO

Em 2018, organizámos 22 visitas (praticamente metade das 41 recebidas no ano anterior, face à interrupção devido à mudança para o Edifício IMPRESA), com um total de 569 visitantes (média de 26 pessoas por visita).

Escolas dos vários ciclos, incluindo o ensino profissional, centros de estudos e/ou de tempos livres, IPSS, são os frequentadores mais assíduos. Pontualmente, existem visitas de Faculdades ou de empresas. Os pedidos chegam maioritariamente dos distritos de Lisboa e Setúbal. Na região Norte, privilegia-se a visita às instalações de Matosinhos.

1.2. NÍVEL INTERNO

1.2.1. QUESTÕES SOCIAIS E RELATIVAS A TRABALHADORES

Sendo o Capital Humano a mais importante fonte de vantagem competitiva do Grupo IMPRESA, torna-se impreterível a sua valorização em termos de competências, conhecimentos, capacidades e experiências individuais. O Grupo IMPRESA acredita que a valorização do desenvolvimento do Capital Humano impulsionará, em grande medida, o sucesso da execução do Plano Estratégico do Grupo elaborado para o triénio 2017-2019.

Formação

A formação no Grupo IMPRESA representa uma prática de gestão por excelência que apresenta como premissa a capacitação do capital humano e a obtenção de vantagem competitiva face ao mercado envolvente.



Em 2018, o Grupo IMPRESA continuou a compatibilizar o cumprimento dos seus objetivos estratégicos com as expectativas e o desenvolvimento individual dos seus ativos, de modo a manter e melhorar um essencial clima de satisfação, produtividade e motivação.

Para isso, o Grupo IMPRESA procura proporcionar/incentivar aos seus trabalhadores o desenvolvimento das suas competências, não só através da possibilidade de frequência de ações de formação externas, como também pela partilha de conhecimentos, experiências e vivências.

O quadro seguinte apresenta os dados mais relevantes de 2018 e respetiva comparação com o ano de 2017:

Quadro: Formação 2017/2018 (a)

Área	Número de ações			Trabalhadores abrangidos			Horas de formação		
	2017	2018	Variação	2017	2018	Variação	2017	2018	Variação
Publishing	42	36	-16,67%	272	154	-76,62%	2995	2123,5	-41,04%
Televisão	51	46	-10,87%	395	313	-26,20%	4474	3364,55	-32,97%
New Business	13	16	18,75%	34	30	-13,33%	875	572,5	-52,84%
Transversais	42	27	-55,56%	57	61	6,56%	954	1247	23,50%
Total Grupo Impresa	148	125	-18%	758	558	-36%	9298	7308	-27%

Fonte: IMPRESA

(a) No ano de 2017, o Grupo IMPRESA tinha no seu portfólio um conjunto de 12 marcas que foram alienadas no início de 2018, o que contribuiu para que os números de trabalhadores, de ações e de horas de formação registados em 2018 fossem inferiores a 2017

São de salientar as seguintes ações:

- Formação na área digital, nas vertentes comercial e marketing, nomeadamente através de ações de CRM, Social Media Marketing, Digital Transformation – Reinventar as empresas na era digital, Instagram Marketing.
- Formação via E-learning em diversas áreas.
- Formação interna sobre Captação e Edição de Imagem, Elvis, Fluxos de Informação e Conteúdos Digitais, Noções Básicas de Economia.



- Formação académica: Pós-Graduação em Gestão e Coordenação Pedagógica da Formação, Mestrado em Gestão de Recursos Humanos e Consultadoria Organizacional, 17º Executive MBA e Doutoramento em Ciências da Comunicação.

Gestão do Desempenho

A Gestão do Desempenho Anual do Grupo IMPRESA representa um instrumento fundamental na promoção de uma cultura meritocrática, alicerçada no desenvolvimento de todos os trabalhadores e na melhoria da qualidade dos diferentes serviços que são prestados.

Pretende, portanto, apoiar os trabalhadores na reflexão sobre a sua própria performance e no impacto desta na IMPRESA, tornando os trabalhadores elementos ativos, em conjunto com as respetivas chefias, no processo avaliativo.

A Gestão do Desempenho Anual referente ao ano de 2018, que engloba a Autoavaliação, a Avaliação-Chefia e a Avaliação Global da Chefia, será realizada no primeiro trimestre de 2019.

Iniciativas

- Em 2018, o Grupo IMPRESA manteve o seu objetivo de trabalhar para uma maior motivação, envolvimento e enriquecimento dos trabalhadores e a construção de uma vantagem competitiva sustentável, atribuindo um conjunto de benefícios a todos os trabalhadores do Grupo IMPRESA, que acrescem aos previstos no Código do Trabalho:
 - Atribuição do gozo do dia aniversário, desde que o mesmo coincida com um dia de trabalho;
 - Passatempos regulares com oferta de convites para espetáculos (teatro, concertos, conferências, jogos de futebol, telemóveis, etc.);
 - Disponibilização de lugares de estacionamento exclusivos para trabalhadoras grávidas;
 - Atribuição de regimes de horários flexíveis a trabalhadores com responsabilidades familiares;



- Distribuição de presentes de Natal a todos os trabalhadores e respetivos filhos com idades até aos 12 anos;
 - Campanha de vacinação contra a gripe;
 - Organização regular de iniciativas de *sampling*, distribuição de produtos ou venda com condições vantajosas, nas instalações de Carnaxide, Paço de Arcos e Matosinhos;
 - Disponibilização aos trabalhadores e, desde o presente ano, aos familiares diretos, o acesso a produtos e serviços a um preço mais baixo do que o de tabela, através do estabelecimento de protocolos com entidades que prestam serviços em áreas como a banca, comunicações, serviços infantis, estética, ginásios, atividades de lazer, saúde, seguros e viaturas.
- O Grupo IMPRESA acredita que a adoção de políticas que promovam uma maior conciliação entre a vida profissional e familiar representa um dos elementos chave para proporcionar aos trabalhadores uma melhor qualidade de vida e, conseqüentemente, uma maior motivação, compromisso e produtividade. Neste sentido, a cultura organizacional do Grupo IMPRESA é pautada por políticas, iniciativas e práticas que cumprem o objetivo de se conciliar a vida pessoal e a vida profissional dos trabalhadores. São exemplos: Ateliês IMPRESA, Colónia de férias IMPRESA, Presentes de Natal, Cheque-creche, Lembrança de nascimento e uma Política de Benefícios (parcerias com outras entidades e protocolos estabelecidos que podem proporcionar condições vantajosas não só aos trabalhadores como aos familiares diretos).
 - Utilização de ferramentas de gestão do capital humano: sistema de gestão de desempenho por competências; avaliação *bottom up* e consequentes planos de ação (a implementar); acolhimento de novos trabalhadores.
 - Realização anual do Encontro de Quadros de forma a promover o *networking* interno, alinhar a cultura e valores do Grupo IMPRESA e monitorizar o cumprimento do Plano Estratégico do Grupo IMPRESA, onde são realizadas atividades de promoção de sinergias de equipa e apresentação de palestras de variadas temáticas.



- Utilização da iNet, o canal de comunicação interna. Na iNet são colocados todos os benefícios atribuídos, a realização de ações internas, comunicados internos (mobilidade, nomeações e comunicações do CEO). São, de igual modo, disponibilizadas outras informações como aniversários, protocolos e parcerias estabelecidas e um campo destinado a histórias/curiosidades dos trabalhadores e da empresa, designado de “Sabia que”.
- Utilização do iPortal, contribuindo para o aceleração, a simplificação e a desmaterialização dos processos mais administrativos de recursos humanos, tais como consulta de recibos de vencimento e de declarações de IRS, horas formativas, registo de faltas, gestão de férias e atualização de dados pessoais.
- Implementação do projeto estratégico de transformação organizacional “Juntos somos futuro”, no âmbito da mudança de instalações, concluída em janeiro de 2019. O projeto assumiu como pretensões o apoio aos trabalhadores nesta fase de mudança e, particularmente, a aposta na otimização do potencial de cada área, com vista a reforçar a liderança e posicionamento de mercado do Grupo. Apresentou, portanto, um objetivo tático, numa perspetiva de apoio às equipas em todo processo, e um objetivo estratégico com a construção da Cultura IMPRESA.
- No âmbito do projecto “Juntos somos futuro” foi lançado um canal de comunicação interno para sistematizar toda a informação sobre o projeto, comunicar de forma clara, objetiva e oportunamente as fases da mudança, sensibilizar os trabalhadores sobre a necessidade de mudança, esclarecer dúvidas sobre o processo e impulsionar o *engagement*.
- Também no decurso do mesmo projecto procedeu-se à dinamização de iniciativas que promovam uma maior interação entre os trabalhadores e que fomentem o sentimento de pertença, através da criação de momentos de convívio e de partilha, como a inauguração do novo refeitório do Edifício IMPRESA, o Magusto IMPRESA e visitas à obra de ampliação do Edifício.
- Aposta num plano formativo que vá ao encontro das necessidades formativas sentidas pelos trabalhadores do Grupo IMPRESA e respetivas chefias. Esta análise é elaborada



no âmbito do sistema de gestão do desempenho onde consta, como campo obrigatório, a indicação de ações de formação a frequentar. Após esse preenchimento é feita uma análise por parte da Direção de Recursos Humanos, que com a Administração do Grupo IMPRESA inicia o processo formativo anual de forma a potenciar o talento dos trabalhadores em articulação com o Plano Estratégico do Grupo IMPRESA.

- Realização de um questionário interno sobre segurança, higiene e saúde no trabalho.

Ética Profissional

Para além do cumprimento das normas legislativas (Lei de Imprensa, Lei da Televisão, Estatuto do Jornalista, Código Deontológico, etc.) os grandes meios do Grupo – SIC e Expresso – têm os seus Códigos de Conduta Jornalística próprios, que os sites adotam e adaptam à sua especificidade. Estes Códigos de Conduta não se confundem com Livros de Estilo ou meras normas ortográficas; são fruto de aprofundadas discussões e resultam numa extensão das principais normas éticas, deontológicas e legais aplicadas ao exercício da profissão.

Isenção e rigor, reserva da privacidade, repúdio à censura, respeito pela dignidade das pessoas, proteção das fontes, evitar imagens de crianças e jovens em situações extremas e todos os outros princípios do Código Deontológico e do Estatuto do Jornalista fazem parte da formação dos candidatos á integração nas redações do Grupo.

1.2.2. IGUALDADE ENTRE MULHERES E HOMENS

O Grupo IMPRESA, consciente de que a igualdade entre mulheres e homens integra um dos temas centrais das empresas orientadas pela responsabilidade social, prevê o desenvolvimento de medidas e ações que promovam condições de inserção profissional e de desenvolvimento de carreiras em igualdade de circunstâncias para homens e mulheres:

Em 2018, o Grupo IMPRESA estabeleceu e desenvolveu medidas de promoção da igualdade e da equidade de género e da não discriminação entre mulheres e homens:

- Definição e implementação de um Plano de Igualdade que desenvolva medidas de promoção da igualdade e da equidade de género e da não discriminação entre mulheres e homens, com o apoio da Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género;



- Envolvimento da Administração no diagnóstico em matéria da igualdade entre homens e mulheres, bem como na elaboração e discussão dos planos anuais de promoção de igualdade, onde serão definidas as ações a desenvolver, incluindo a respetiva implementação, monitorização e avaliação;
- Sensibilização *top-down* das políticas de igualdade, bem como das medidas a implementar e os objetivos a alcançar;
- Garantir que, no Manual de Normas e Procedimentos do Grupo IMPRESA, a igualdade de género e a não discriminação entre mulheres e homens está explicitada;
- Os critérios e procedimentos de recrutamento e seleção, seja recrutamento interno, externo ou em regime de *outsourcing*, deverão apresentar como fio condutor o princípio da meritocracia bem como o princípio da igualdade e da não discriminação em função do género;
- Ministar formação em igualdade de género, numa fase inicial direcionado para a Comissão Executiva, Direção de Recursos Humanos e “Equipa de Igualdade”, sendo que de forma gradual abranger-se-ão as diferentes chefias e trabalhadores;
- Garantir a todos os trabalhadores iguais oportunidades na frequência de ações de formação;
- Criar procedimentos e instrumentos que sejam facilitadores da apresentação formal de queixa em caso de assédio sexual e/ou moral;
- Incentivar e sensibilizar para a partilha da licença de parentalidade por parte do pai, bem como a partilha do exercício dos direitos de assistência à família;
- Assegurar que o Plano Anual de Formação tem como princípio a igualdade e a não discriminação entre mulheres e homens;
- Cumprir com o princípio de igualdade de retribuição para trabalho igual em natureza, quantidade e qualidade;
- Avaliar o desempenho com base em critérios objetivos de modo a proporcionar uma avaliação justa e rigorosa, isenta de qualquer conexão às características femininas ou masculinas;



- Assegurar a promoção e progressão na carreira baseadas em critérios objetivos de performance individual, estando isentas de discriminação de género;
- Estabelecer protocolos com outras entidades prestadoras de serviços, próximas das instalações do Grupo IMPRESA;
- Celebrar protocolos com outras entidades prestadoras de serviços de apoio para filhas/os dos trabalhadores do Grupo IMPRESA;
- Disponibilizar serviços de saúde ao agregado familiar dos trabalhadores;
- Divulgar a todos os trabalhadores a informação relativa aos seus direitos e deveres, em matéria de igualdade e não discriminação em função do género, maternidade e paternidade;
- Garantir uma efetiva igualdade de tratamento e de oportunidades de género, através do cumprimento dos princípios da igualdade na contratação, progressão de carreira e remuneração.

Distribuição por género	
Número de trabalhadoras	413
Número de trabalhadores	488

No Grupo IMPRESA, os critérios de recrutamento e seleção, seja interno, externo ou em regime de *outsourcing*, apresentam como fio condutor o princípio da meritocracia bem como o princípio da igualdade e da não discriminação em função do género. A análise é feita única e exclusivamente através das *hard e soft skills* necessárias do perfil a recrutar, de forma a fazer o *fit* com a cultura do Grupo IMPRESA e da área de negócio e não em critérios de género.

Nível remuneratório por género	
Salário médio mensal das trabalhadoras	2.027,53 €
Salário médio mensal dos trabalhadores	2.674,68 €

Apesar da diferença salarial média mensal entre géneros, esta não reflete qualquer discriminação já que a política remuneratória do Grupo IMPRESA baseia-se na avaliação das



componentes das funções desempenhadas pelos trabalhadores, com base em critérios objetivos designadamente, mérito, produtividade, assiduidade ou antiguidade, comuns a homens e mulheres.

Licenças de maternidade e parentais	
Licenças de maternidade	9
Licenças de parentalidade	20

O Grupo IMPRESA promove a conciliação entre as três esferas (pessoal, familiar e profissional) e defende que mulheres e homens, quando decidem ser pais, deverão sê-lo de forma partilhada, equilibrada e responsável.

1.2.3. NÃO DISCRIMINAÇÃO

No Grupo IMPRESA a diversidade dos seus trabalhadores é percecionada como um fator de vantagem competitiva. É respeitada e valorizada a individualidade e a diversidade que cada trabalhador oferece ao Grupo IMPRESA, pelo que se promove a criação de um ambiente de trabalho livre de discriminação.

Defende-se que cada trabalhador tem direito a igualdade de oportunidades e de tratamento no que se refere ao acesso ao emprego, à formação e promoção ou carreira profissionais e às condições de trabalho, não podendo ser privilegiado, beneficiado, prejudicado, privado de qualquer direito ou isento de qualquer dever em razão, nomeadamente, de ascendência, idade, género, orientação sexual, estado civil, situação familiar, situação económica, origem ou condição social, capacidade de trabalho reduzida, deficiência, doença crónica, nacionalidade, origem étnica, convicções políticas ou ideológicas e filiação sindical.

O Grupo IMPRESA não tolera qualquer forma de discriminação, direta ou indireta:

- É inválido o ato de retaliação que prejudique o trabalhador em consequência de rejeição ou submissão a ato discriminatório;



- Constitui discriminação a mera ordem ou instrução que tenha por finalidade prejudicar alguém em razão de um fator de discriminação;
- Presume-se abusivo o despedimento ou outra sanção aplicada alegadamente para punir uma infração, quando tenha lugar até um ano após reclamação ou outra forma de exercício de direitos relativos a igualdade e não discriminação;
- A entidade empregadora não pode, em circunstância alguma, exigir a candidata a emprego ou a trabalhadora a realização ou apresentação de testes ou exames de gravidez. O médico responsável pelos testes e exames médicos só pode comunicar à entidade empregadora se o trabalhador está ou não apto para desempenhar a atividade;
- Cabe a quem alega discriminação indicar o trabalhador ou trabalhadores em relação a quem se considera discriminado. Aplica-se designadamente em caso de invocação de qualquer prática discriminatória no acesso ao trabalho ou à formação profissional ou nas condições de trabalho, nomeadamente por motivo de dispensa para consulta pré-natal, proteção da segurança e saúde de trabalhadora grávida, puérpera ou lactante, licenças por parentalidade ou faltas para assistência a menores.

O Grupo IMPRESA pretende, com base no respeito mútuo, cumprir todas as leis em matéria de igualdade de oportunidades e de condições de desenvolvimento para todos os trabalhadores sem distinção ou discriminação. Assim sendo, o trabalhador que sinta que o seu ambiente de trabalho não respeita os princípios da igualdade deverá relatar as suas preocupações e denunciar eventuais infrações à Direção de Recursos Humanos, conforme expresso no Manual de Normas.

1.2.4. RESPEITO DOS DIREITOS HUMANOS

O respeito pelos direitos humanos e dos trabalhadores é uma condição *sine qua non* do Grupo IMPRESA, sendo o ponto orientador em todas as suas relações com os seus investidores, parceiros, fornecedores, clientes, consumidores e trabalhadores.



No âmbito da Política de Direitos Humanos, o Grupo IMPRESA arroga-se o compromisso de honrar os Direitos Humanos reconhecidos internacionalmente, assumindo assim os seguintes compromissos:

- Respeitar a Declaração Universal dos Direitos Humanos, as Convenções da Organização Internacional do Trabalho, o Pacto Global das Nações Unidas;
- Não empregar mão-de-obra infantil ou forçada;
- Respeitar a liberdade de associação sindical e reconhecer o direito à negociação coletiva;
- Impossibilitar a discriminação injustificada em função da ascendência, idade, género, orientação sexual, estado civil, situação familiar, situação económica, origem ou condição social, capacidade de trabalho reduzida, deficiência, doença crónica, nacionalidade, origem étnica, convicções políticas ou ideológicas e filiação sindical;
- Assegurar a segurança, saúde e bem-estar a todas/os as/os trabalhadoras/es, através do desenvolvimento de sistemas de gestão da saúde e segurança ocupacional;
- Promover condições de trabalho devidas e não tolerar atos de violência psicológica e de coação moral.

O Grupo IMPRESA pretende que a Política de Direitos Humanos esteja alinhada com outras políticas internas, tais como, Código de Ética e Conduta, Política de Saúde, Segurança e Ambiente e Política de Compras.

1.2.5. COMBATE À CORRUPÇÃO E ÀS TENTATIVAS DE SUBORNO

No Grupo IMPRESA são consideradas proibidas todas as práticas de corrupção e tentativas de suborno. Sendo a transparência, a cooperação e o respeito princípios basilares do Grupo IMPRESA, as práticas de combate à corrupção encontram-se devidamente regulamentadas, havendo medidas disciplinares a considerar aquando do desvio ao cumprimento das normas gerais de conduta estabelecidas na Política de Combate à Corrupção.



No âmbito desta Política, existe o compromisso de implementar procedimentos operacionais que visem o seu combate em todas as formas, tais como:

- É proscribida a aceitação, pelos jornalistas, de ofertas cujo valor ultrapasse 10% do salário mínimo nacional. Destas ofertas deve ser dado conhecimento à Direção. As prendas devem ser devolvidas ao expedidor, acompanhadas de uma carta cortês e justificativa;
- Espaço publicitário ou promocional deve ser claramente assinalado, evitando qualquer ambiguidade para o leitor. Numa notícia, o nome de empresas, hotéis, marcas comerciais, instituições privadas ou públicas, ou de outra natureza, podem ser incluídas se constituírem elemento útil para a informação;
- Não deve dar-se tratamento noticioso preferencial a anunciantes ou grupos de interesses especiais;
- Aceitação de convites para viagens – seja em comitivas oficiais, seja de entidades privadas – está sujeita à autorização prévia da direção e ao reconhecimento do seu interesse jornalístico;
- Qualquer serviço apoiado por terceiros só pode ser publicado se acompanhado da respetiva menção em local bem visível;
- Também na política de compras do Grupo IMPRESA existe um alinhamento dos nossos fornecedores e parceiros com os princípios de transparência e da concorrência leal, assumindo condutas transparentes relativas à aquisição de bens e serviços, por exemplo:
- Os fornecedores e/ou prestadores de serviços do Grupo IMPRESA (ou sujeitos ao seu escrutínio) devem ser colocados em concorrência no mínimo de 3 em 3 anos. Este critério deve ser aplicado por todos os departamentos do Grupo;
- A seleção de fornecedores deverá contemplar no mínimo 3 fornecedores e os respetivos orçamentos devem acompanhar a ficha de necessidade;
- É sempre feita uma avaliação do fornecedor numa perspetiva consolidada;
- Todos os contratos de fornecimentos e prestação de serviços devem ser submetidos à validação do Departamento Jurídico do Grupo IMPRESA, que materializa a sua aprovação num documento para o efeito.



1.2.6. POLÍTICA DE DIVERSIDADE DOS ÓRGÃOS DE ADMINISTRAÇÃO E FISCALIZAÇÃO

À data de entrada em vigor do DL 89/2017 de 28 de julho, que veio estabelecer a obrigatoriedade de apresentação da política de diversidade aplicada pela sociedade relativamente aos seus órgãos de administração e de fiscalização, os órgãos de administração e fiscalização da IMPRESA encontravam-se em período de mandato, 2015-2018, pelo que a definição formal de uma política de diversidade apenas será aplicável a partir da nomeação de novos órgãos de administração e fiscalização.

A IMPRESA não definiu, ainda, uma política de diversidade formal, no sentido em que não consta em qualquer documento nem há procedimentos definidos para a sua implementação. Contudo, a diversidade integra-se naturalmente na cultura organizacional da IMPRESA e a prova disso mesmo é a vasta e diversa experiência profissional dos Administradores (como comprovam as biografias constantes do relatório de governo societário), o facto de existir uma mulher há 11 anos no Conselho de Administração e a idade dos seus membros, procurando-se atingir um equilíbrio entre a senioridade e a juventude, como comprova as nomeações mais recentes de João Nuno Lopes Castro e Francisco Pedro Presas Pinto de Balsemão.

2. DA DIMENSÃO AMBIENTAL

2.1. POLÍTICA AMBIENTAL

Durante 2018, prosseguiu-se a implementação das políticas de redução de consumíveis, nomeadamente, papel, energia e água e de recuperação e tratamento de resíduos. As declarações oficiais para o Siliamb passaram a ser asseguradas pela empresa Safetykleen.

Verificaram-se resultados satisfatórios na defesa do meio ambiente, graças ao desenvolvimento da informatização e à tomada de decisões, das quais se destacam:

- Continuação da digitalização da informação empresarial, quer na Intranet, quer noutros suportes informáticos;



- Diminuição no número de cassetes utilizadas na produção e arquivo televisivo; efetivamente, só foram utilizadas cassetes vídeo recicladas internamente;
- Continuação da operação de redução de impressoras, todas elas equipadas com sistemas de digitalização;
- Controlo da utilização de gases fluorados.
- Início da recolha seletiva de plásticos em contentores próprios.

2.2. CONTROLO E IMPLEMENTAÇÃO

Controlo de consumos de água potável

- Continuação da colocação de reguladores ou torneiras automáticas nas casas de banho;
- Verificação regular, incluída no plano de manutenção, de fugas de água em todos os autoclismos existentes;
- Nas instalações de Paço de Arcos, utilização exclusiva da água do furo para regas, lavagens ou obras.

Controlo de consumos de energia elétrica

- Exame mensal detalhado dos consumos de energia elétrica e decisões imediatas para redução de consumos;
- Prosseguiram as ações de:
 - Controlo do número de lâmpadas acesas nas zonas públicas e “*open spaces*”;
 - Continuação da instalação de interruptores de iluminação em salas de reunião e gabinetes;
 - Gestão dos horários de iluminação automáticos;
 - Controlo das temperaturas mínimas e máximas nos sistemas de ar condicionado;
 - Redução do número de horas de ar condicionado;
 - Utilização de pilhas recarregáveis nas redações;
 - Troca de lâmpadas incandescentes por iluminação de baixo consumo;
 - Sensibilização dos realizadores e iluminadores de programas para um menor consumo de iluminação.



Controlo de consumos relativos à edição de jornal e de revistas

- Compra de 100% do papel para impressão a empresas papelarias ambientalmente certificadas;
- Continuação da redução do número de exemplares de jornais e revistas, comprados a outros editores, e sua substituição por compra de assinaturas em formato digital sempre que possível.

Resíduos

- Manutenção e incentivo à política de separação e reciclagem de resíduos, com contentores de recolha seletiva (papel/ cartão, plástico e vidro);
- Resíduos como pilhas, baterias, cassetes, lâmpadas e outros, são enviadas para entidades certificadas no seu tratamento;
- Recuperação, pela Ponto Verde, dos resíduos de embalagens plásticas;
- Os resíduos gerados nas instalações do Grupo IMPRESA são anualmente registados no SIRAPA (Sistema Integrado de Registo da Agência Portuguesa do Ambiente), de acesso restrito às organizações que têm responsabilidades ambientais cometidas por lei.

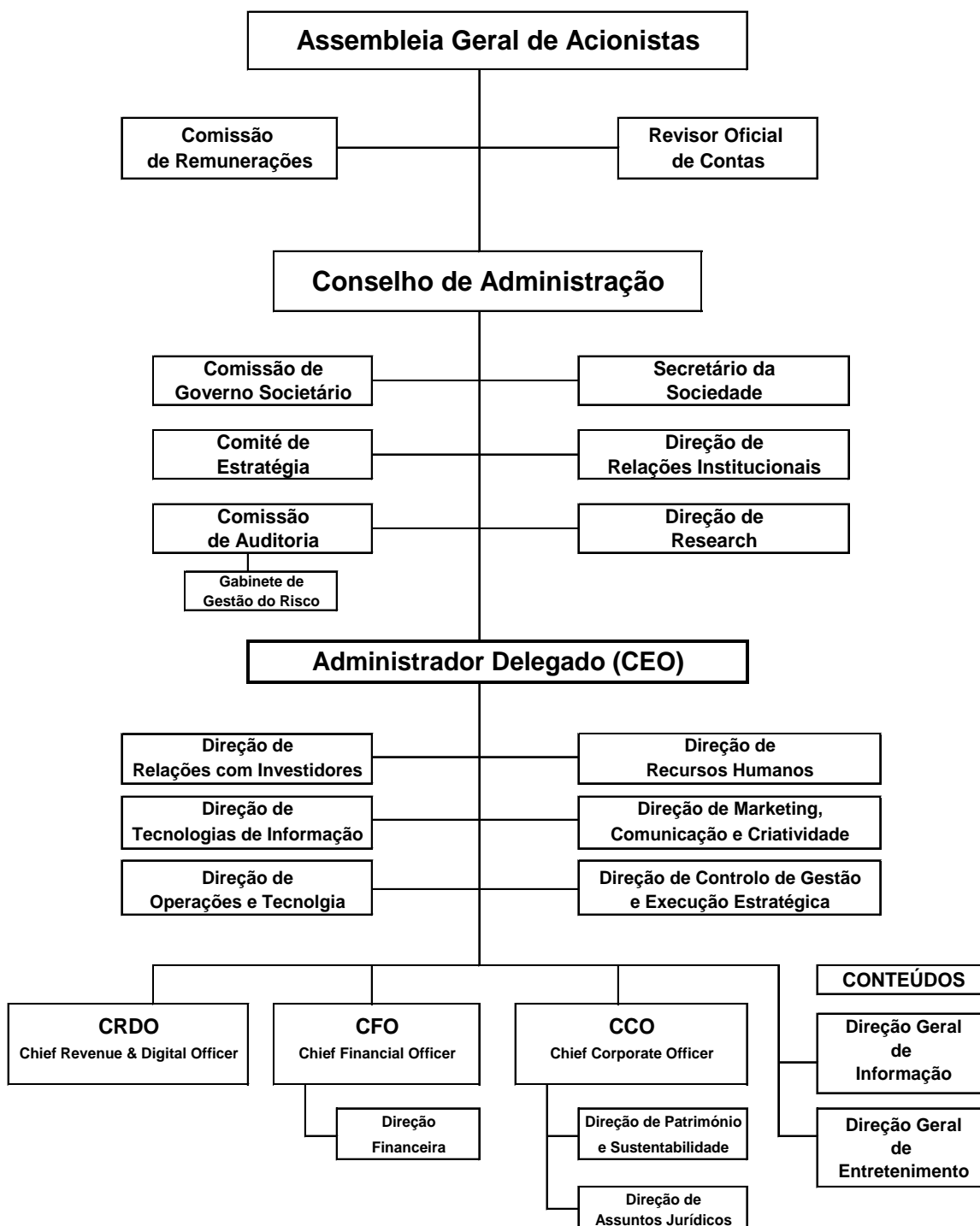
3. DA DIMENSÃO ESTRUTURAL E DE GOVERNO

3.1. MODELO DE GOVERNO

O modelo de governo adotado é o previsto na alínea b) do nº1 do Art. 278º do Código das Sociedades Comerciais, isto é, com um Conselho de Administração, compreendendo uma Comissão de Auditoria, e um Revisor Oficial de Contas.



ORGANOGRAMA FUNCIONAL DO GRUPO IMPRESA





As designações dos membros dos órgãos de administração e de fiscalização no início de cada mandato são da competência da Assembleia Geral.

Em reunião do Conselho de Administração de 23 de julho de 2012, foi criada a figura do Administrador Delegado (CEO) com a responsabilidade em todos os pelouros, figura esta que se mantém no mandato atual 2015/2018.

Ao Presidente do Conselho de Administração (PCA) compete:

- Coordenar as relações do Conselho de Administração com o Administrador Delegado (CEO);
- Presidir às reuniões do Conselho de Administração (mensais), às reuniões com o CEO (semanais), ao encontro anual de quadros e a quaisquer reuniões ad hoc nas quais esteja presente;
- Presidir ao Comité de Estratégia, aprovar a proposta de Plano Estratégico do Grupo e submetê-la ao Conselho de Administração, bem como propostas de alteração do Plano a submeter ao Conselho, e coordenar a respetiva implementação, avaliação e revisão;
- Presidir ao Comité Supra Editorial e aprovar propostas respeitantes à estratégia editorial das várias marcas do Grupo e submetê-las ao Conselho de Administração;
- Representar institucionalmente o Grupo, coordenar as relações institucionais do Grupo (nomeadamente com UE, Governo, Assembleia da República, Reguladores, Associações do Setor, etc.) e com os acionistas;
- Coordenar a Direção de Relações Institucionais e a Direção de Research, cujos Diretores reportam diretamente ao PCA.

No âmbito da definição de objetivos estratégicos de alto nível, o PCA é auxiliado pelo Comité de Estratégia, ao qual preside, e que integra o CEO, o Chief Revenue & Digital Officer (CR&DO), o Chief Financial Officer (CFO), o Chief Corporate Officer (CCO) e dois administradores não executivos. Cabe ao Comité de Estratégia auxiliar o PCA, designadamente, na preparação da proposta de Plano Estratégico do Grupo, na avaliação da aplicação do Plano e na sua revisão anual.



Ao Administrador Delegado (CEO) compete:

- Coordenar a gestão operacional do Grupo;
- Coordenar as áreas de Sistemas, Operações e Tecnologia, de Recursos Humanos, Comunicação Externa e de Investor Relations, cujos responsáveis lhe reportam diretamente;
- Nomear e destituir os COO (CR&DO, CFO e CCO), os quais lhe reportam diretamente;
- Orientar individualmente os COO nas principais políticas e decisões das respetivas áreas;
- Presidir às Reuniões de Coordenação Operacional do Grupo;
- Presidir às reuniões com cada COO e de quadros de 1ª linha, bem como a outras reuniões ad hoc a que não assista o PCA;
- Presidir às apresentações de contas do Grupo.

No Plano das relações entre PCA e CEO, o PCA monitoriza e partilha com o CEO as grandes tendências externas do negócio, e orienta e aconselha o CEO, em particular, nas decisões de maior impacto estratégico.

No que respeita à informação financeira, o CEO, em articulação com a Comissão de Auditoria e o CFO, acompanha a sua elaboração e divulgação, no sentido de garantir uma imagem verdadeira e apropriada da mesma, a par de uma fiel exposição sobre a evolução dos negócios e, ainda, de obviar o acesso indevido de terceiros à informação relevante.

Criadas no seio do Conselho de Administração, existem as seguintes Comissões: Comissão de Auditoria, Comissão de Governo Societário e Comité de Estratégia.

À Comissão de Auditoria compete:

- Informar o órgão de administração dos resultados da revisão legal das contas e explicar o modo como esta contribui para a integridade do processo de preparação e divulgação de informação financeira, bem como o papel que desempenhou nesse processo;
- Acompanhar o processo de preparação e divulgação de informação financeira e apresentar recomendações ou propostas para garantir a sua integridade;
- Fiscalizar a eficácia dos sistemas de controlo de qualidade interno e de gestão do risco;



- Acompanhar a revisão legal das contas anuais individuais e consolidadas, nomeadamente a sua execução, tendo em conta as eventuais constatações e conclusões da Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM);
- Verificar e acompanhar a independência do Revisor Oficial de Contas e, em especial, verificar a adequação e aprovar a prestação de outros serviços, para além dos serviços de auditoria;
- Selecionar o Revisor Oficial de Contas a propor à assembleia geral para eleição e recomendar justificadamente a preferência por um deles;
- Cumprir as demais atribuições que lhe sejam cometidas por lei.

Ainda no âmbito das competências da Comissão de Auditoria, foi criado, em 2007, um sistema de comunicação interna de irregularidades (whistle-blowing), com vista à sua prevenção e sanção, evitando danos agravados pela continuidade da prática irregular.

Este sistema garante a confidencialidade das participações e, bem assim, o anonimato da sua autoria, a quem comunique indícios da prática de irregularidades.

Garante, ainda, que os trabalhadores das sociedades do Grupo IMPRESA não serão prejudicados nos seus direitos pelo facto de comunicarem indícios da prática de irregularidades.

À Comissão de Governo de Governo Societário compete:

- Assistir e apoiar o Conselho de Administração no desempenho da sua função de supervisão da atividade social em matéria de governo societário e regras de conduta, nomeadamente, (i) no aperfeiçoamento do modelo de governo e de supervisão da sociedade, da respetiva estrutura organizativa e dos princípios e práticas de governo por que aquela se regerá, e (ii) na elaboração e implementação de normas de conduta, destinadas a impor a observância das disposições aplicáveis e de rigorosos princípios éticos e deontológicos, no desempenho das funções atribuídas aos membros dos órgãos sociais e trabalhadores da Sociedade.
- Estudar, propor e recomendar a adoção pelo Conselho de Administração das políticas, regras e procedimentos necessários ao cumprimento do disposto no presente Regulamento, nas disposições legais, regulamentares e estatutárias aplicáveis, bem



como nas recomendações, padrões e melhores práticas, nas matérias referidas na alínea anterior;

- Desempenhar quaisquer outras competências ou responsabilidades que o Conselho de Administração venha a delegar na Comissão de Governo Societário.

A Comissão de Governo Societário deverá, ainda, proceder à avaliação de desempenho do CEO e colaborar na elaboração do Relatório Anual sobre o Governo da Sociedade nas matérias da sua competência.

Ao Comité de Estratégia compete:

- Auxiliar o PCA na preparação da proposta de Plano Estratégico do Grupo (a 3 anos), a qual é aprovada pelo PCA e, por este, submetida ao Conselho de Administração.
- Auxiliar o PCA na avaliação da aplicação do Plano e na revisão anual do mesmo, formulando eventuais propostas de alteração que, uma vez aprovadas pelo PCA, serão, por este, submetidas ao Conselho de Administração.

No âmbito das sociedades participadas SIC e IMPRESA PUBLISHING observa-se o seguinte:

- a) A Presidência e a Vice-presidência do Conselho de Administração são exercidas pelo PCA e Vice-PCA da IMPRESA, respetivamente;
- b) São designados como administradores, para além do PCA, do Vice-PCA, do CEO e do CCO da IMPRESA, os dois responsáveis por unidades operacionais (CR&DO e CFO);
- c) A gestão corrente está confiada a uma Comissão Executiva, integrada pelos mencionados dois responsáveis operacionais e presidida pelo CEO da IMPRESA.

3.2. INDICADORES DE ATIVIDADE

3.2.1. CRITÉRIOS QUALITATIVOS

A Comissão de Governo Societário definiu os seis critérios para a avaliação de desempenho da atividade: “Comunicação, Impacto e Influência”; “Da Visão aos Resultados”, “Gestão e



Desenvolvimento de Equipas”; “Orientação para os Clientes e/ou Públicos-Alvo”; “Espírito de Equipa e de Grupo” e “Melhores Práticas, Inovação e Mudança”.

3.2.2. CRITÉRIOS QUANTITATIVOS

A Comissão de Remunerações, no seguimento das melhores práticas do mercado, deliberou a aplicação de um modelo de remuneração variável plurianual, que tem como base os critérios cumulativos de atingimento, definidos anualmente: “Avaliação Positiva de Desempenho”; “Atingimento de Valor Consolidado de Dívida Bancária Líquida” e “Atingimento de Valor Consolidado de EBITDA”.

3.3. RISCO

3.3.1. CONTROLE E GESTÃO DE RISCO

Na IMPRESA existem os seguintes órgãos com responsabilidade no acompanhamento e implementação do controlo interno e gestão do risco:

- Gabinete de Gestão de Risco, que acompanha e monitoriza os diferentes eventos de segurança potenciadores de riscos para as diferentes empresas do Grupo. Cabe, ainda, a este Gabinete formalizar os objetivos estratégicos definidos em matéria de assunção de riscos, identificar os riscos e eventos potenciadores de riscos inerentes à atividade desenvolvida, analisar o impacto de cada risco identificado e gerir e monitorizar os riscos identificados. O Gabinete de Gestão de Risco reúne periodicamente com a Comissão de Auditoria, divulgando e propondo medidas necessárias à avaliação do sistema de gestão de riscos implementado.
- Direção de Património, Risco e Sustentabilidade, que supervisiona a contratação de seguros ao nível do Grupo, por forma a conseguir as soluções mais adequadas para a cobertura dos riscos seguráveis.
- Direção Financeira, que desenvolve os seguintes aspetos do controlo de riscos:



- Negociação, contratação e gestão de financiamentos bancários para fazer face às necessidades financeiras do Grupo;
 - Negociação e contratação de instrumentos financeiros adequados, com o objetivo de diminuir a exposição aos riscos de taxa de juro e taxa de câmbio.
 - Definição de políticas de concessão de crédito, com limites de crédito por cliente e prazos de cobrança.
- Direção de Assuntos Jurídicos, que, ao nível das subsidiárias operacionais, supervisiona a aplicação da legislação em vigor, em particular a regulamentação específica aplicável ao setor da comunicação social, no sentido de minimizar os riscos associados ao seu eventual incumprimento.
 - Direção de Relações Institucionais.

Estes órgãos analisam:

- Riscos económicos (atividade e instalações): Riscos relacionados, principalmente, com situações que afetem a exploração corrente das empresas, nomeadamente, incêndios, quebras de produção dos jornais e revistas, cortes de emissão da atividade televisiva, falhas dos sistemas informáticos.
- Riscos financeiros (risco de crédito, de liquidez, de câmbio e de taxa de juro):
 - O risco de crédito está essencialmente relacionado com as contas a receber resultantes da venda de publicidade. Para reduzir o risco de crédito, a IMPRESA tem definidas políticas de concessão de crédito, com limites de crédito por cliente e prazos de cobrança, e políticas de descontos financeiros de antecipação ou pronto pagamento.
 - O risco de liquidez pode ocorrer se as fontes de financiamento, como sejam os fluxos de caixa operacionais, de desinvestimento, de linhas de crédito e os fluxos de caixa obtidos de operações de financiamento, não satisfizerem as necessidades de financiamento, como sejam as saídas de caixa para atividades operacionais e de financiamento, os investimentos, a remuneração dos acionistas e o reembolso de dívida.



- O risco de câmbio está essencialmente relacionado com a aquisição de programas de televisão.
- O risco da taxa de juro está essencialmente relacionado com os juros suportados com a contratação de financiamentos com taxas de juro variáveis, por conseguinte expostos às alterações nas taxas de juro de mercado.
- Riscos Jurídicos: Riscos relacionados com o cumprimento da legislação em vigor aplicável ao setor da comunicação social.

É preocupação da Administração do Grupo IMPRESA a adoção de uma política de gestão de riscos que vise minimizar as consequências eventuais sobre o negócio, sobre as pessoas e sobre os ativos do Grupo, por efeito de qualquer ameaça intencional ou não intencional.

Ainda a nível das subsidiárias operacionais, estão equacionados e implementados planos para situações exógenas que afetem a exploração corrente das empresas, nomeadamente, incêndios, quebras de produção, cortes de emissão, falhas dos sistemas informáticos, etc., com o objetivo de salvaguarda de bens e pessoas e de garantir, tanto quanto possível, a continuidade da produção dos jornais e revistas (Expresso e área de Novas Soluções de Media), da atividade de televisão e dos conteúdos digitais.

3.3.2. MEDIDAS DE AUTOPROTEÇÃO E FATORES DE RISCO

Em 2018 os planos de “segurança” e as “medidas de autoproteção” foram revistos conforme planeamento anual.

Foi elaborado o projeto prévio das “Medidas de Autoproteção” para as instalações da IMPRESA em Paço de Arcos tendo já em conta o projeto de ampliação. O projeto de segurança das novas instalações foi enviado e aprovado pela ANPC. As “Medidas de autoproteção” foram enviadas para a ANPC, aguardando-se a sua aprovação.

Continuaram a ser desenvolvidos os “Planos de Segurança Interna”, de acordo com as recomendações da ANPC para as instalações do Parque Holanda (PH) e Matosinhos.



Procedeu-se, em conjunto com a Direção de Recursos Humanos, à nomeação e formação de novos Delegados de Segurança das instalações de Paço de Arcos, Carnaxide 119, Parque Holanda e Matosinhos, bem como à distribuição do respetivo material identificativo e do manual de procedimentos.

Manteve-se o nível de “risco fraco” nas instalações de Paço de Arcos e Matosinhos e manteve-se uma situação de “risco médio” nas instalações da SIC 119 e instalações da SIC – PH.

Riscos relativos a instalações e infraestruturas

- Seguidos e controlados os “fatores de risco”, no âmbito do processo de transformação do edifício de Paço de Arcos, para funcionamento em 24/7. Foram emitidos alertas para os riscos assumidos e sugeridas alterações aos processos de investimento e projetos de especialidade para as novas zonas ampliadas.
- No que respeita às infraestruturas técnicas, as recomendações foram respeitadas e os investimentos necessários autorizados e instalados, tendo sido aumentada a capacidade de fornecimento de energia elétrica, ar condicionado e segurança necessária para o funcionamento contínuo 24/7. O exame de risco levou a uma revisão em alta do investimento proposto.
- Procedeu-se, regularmente, aos exames habituais de controlo de qualidade do ar interno, em todos os estabelecimentos. Procedeu-se, como habitual, ao controlo de legionela ativa.
- Nível de “risco fraco” em todas as instalações do Grupo.

Risco de interrupção nas comunicações

- Acessos ao exterior
- Ligações em fibra securizada
- Manteve-se o nível de “risco fraco”
- Comunicação inter-edifícios
- Ligações em fibra securizada
- Manteve-se o nível de “risco fraco”



- Distribuição de sinais de televisão
- Duplos caminhos de fibra, redundância na codificação asseguradas pelos operadores clientes
- Transmissão de canais via Paço de Arcos sem problemas.
- Manteve-se o nível de “risco fraco”

- Sistema de mail
- Sistema securizado pelo serviço 360 da Microsoft.

Riscos na execução, impressão de jornais e revistas

- Foram, como habitualmente, revistos os planos alternativos de impressão dos jornais e revistas do Grupo, caso se verifique uma avaria ou um colapso financeiro que provoque interrupção imprevista e prolongada nas gráficas onde são habitualmente impressos.
- Estão garantidos *stocks* de papel, de forma a permitir, face a qualquer interrupção imprevista do fornecimento destes materiais, que são de origem estrangeira, a continuidade da impressão. Manteve-se o nível de “risco fraco”.
- No que respeita aos sistemas de edição e fotografia, manteve-se o nível de “risco fraco”.

Risco de interrupção de emissão dos canais de televisão SIC

- Estão previstas diversas alternativas de emergência às emissões dos canais SIC que garantam a continuidade das mesmas, no caso de interrupção motivada por avarias de vários sistemas. Considera-se que os responsáveis pelos Serviços de Informação, Continuidade, Informática e Técnica estão preparados e dispõem de meios para agir em situação de emergência.
- Em 2018 o funcionamento da “continuidade de emissão” encontrava-se em pleno nas instalações de Paço de Arcos, assegurando um *backup* ativo às emissões e diminuindo o risco de interrupções prolongadas.
- Nível de “risco fraco”.



Utilização indevida de dados sensíveis dos clientes

- Manteve-se a política de responsabilidade do Grupo IMPRESA de respeitar as obrigações legais e as recomendações da CNPD, de acordo com o Regulamento Geral de Proteção de Dados – RGPD.
- Controlo sistemático de que as políticas de utilização, *cookies* e garantias de sigilo são explícitas e devidamente transmitidas aos clientes.
- Foi mantido o nível de “risco fraco”.

Conservação do património – conteúdos em papel e digitais

- Manteve-se a política de responsabilidade do Grupo IMPRESA, que consiste em conservar os conteúdos produzidos para as edições em papel, TV e suporte digital.
- Foram cumpridos planos de digitalização, indexação e conservação de conteúdos.
- Foi mantido o nível de “risco fraco” na perda de conteúdos produzidos pela IMPRESA.

Seguros

- Mantêm-se as apólices que asseguram à IMPRESA meios financeiros para fazer frente a situações de emergência, surgidas por motivos de desastres ou eventos dramáticos alheios a sua vontade.
- Foi mantido o nível de “risco fraco” relativo às coberturas existentes.



Lisboa, 28 de fevereiro de 2019

O Conselho de Administração,

Francisco José Pereira Pinto de Balsemão

Francisco Maria Supico Pinto Balsemão

Francisco Pedro Presas Pinto de Balsemão

Alexandre de Azeredo Vaz Pinto

António Soares Pinto Barbosa

Maria Luísa Coutinho Ferreira Leite de Castro Anacoreta Correia

José Manuel Archer Galvão Teles

João Nuno Lopes de Castro