



Intervista con Álvaro Portela, CEO di Sonae Sierra

D - Qual è il suo giudizio sul 2006 di Sonae Sierra?

Álvaro Portela - Il 2006 è stato un ottimo anno per Sonae Sierra. Nonostante le vendite al dettaglio nei Paesi in cui operiamo abbiano segnato il passo, la verità è che i risultati di Sonae Sierra hanno superato le nostre aspettative, con un incremento del 23% dei ricavi netti, uno del 20% dell'EBITDA e un aumento del valore netto delle attività dei nostri centri commerciali pari al 18%, che consideriamo eccellente.

Sono risultati ottenuti grazie al duro lavoro, alla passione e alla professionalità del team di Sonae Sierra, che aggiungono valore ai nostri asset, siano essi i nuovi centri commerciali e d'intrattenimento che abbiamo inaugurato, o quelli già esistenti nel nostro portfolio.

In breve, dirò che il 2006 ci ha consentito di avvicinarci sensibilmente al nostro obiettivo: portare il valore netto delle attività di Sonae Sierra a 2 miliardi di euro.

D - Sonae Sierra, nella sua strategia di crescita, ha continuato a privilegiare le partnership...

R - È vero. Uno degli obiettivi principali da noi perseguiti nel 2006 è stato il rafforzamento della nostra base finanziaria attraverso partnership con società prestigiose, capaci di aggiungere valore allo sviluppo strategico della nostra Società.

All'inizio dell'anno, Grosvenor ha rilevato un ulteriore 17,04% del nostro capitale azionario, portando la propria quota al 50%, pari a quella posseduta da Sonae SGPS. Questa mossa non solo rafforza la nostra posizione sul mercato, ma è - io credo - un riflesso diretto della fiducia e rispetto reciproci esistenti tra i nostri azionisti, nonché un'espressione del loro incondizionato impegno per la crescita della Società.

Rilevante è stata anche la partnership tra le nostre attività in Brasile e Developers Diversified Realty, con la risultante iniezione di circa 600 milioni di R\$ nell'arco dei prossimi tre anni in Sonae Sierra Brazil. Il nuovo partner è uno dei più grandi e importanti creatori di centri commerciali e d'intrattenimento del mercato nord-americano e, pertanto, credo che in Brasile si siano create le condizioni per accelerare la nostra crescita nel mercato e lottare per la leadership di settore.

D - Quali sono stati gli investimenti più importanti realizzati nel 2006?

R - I nostri due investimenti più importanti nel corso dell'anno sono stati quelli in Grecia - dove, dopo una procedura d'asta molto combattuta, ci siamo aggiudicati i diritti d'uso della Galatsi Olympic Hall per i prossimi 40 anni - e in Germania, dove ci siamo assicurati l'acquisizione del centro commerciale Münster Arkaden.

Il complesso Athens Star Dome - una joint venture da 69 milioni di euro con Acropole Charagionis - diventerà il nostro secondo centro commerciale e d'intrattenimento in Grecia, dopo il successo dell'inaugurazione del Mediterranean Cosmos a Salonicco.



L'esserci assicurati il Münster Arkaden è solo uno degli incoraggianti progressi realizzati in Germania. Abbiamo anche acquisito un sito ben posizionato a Weiterstadt, vicino a Francoforte, dove abbiamo già iniziato a costruire un grande centro commerciale e d'intrattenimento; inoltre stiamo facendo buoni progressi anche con il nostro centro Alexa di Berlino.

D - Quali altri risultati ottenuti da Sonae Sierra nel 2006 le piacerebbe evidenziare?

R - Naturalmente, sono orgoglioso di sottolineare come le nostre attività, creatività e professionalità continuano a essere premiate dal mercato e da prestigiose istituzioni, che nel 2006 ci hanno nuovamente tributato un considerevole numero di riconoscimenti.

Per esempio, abbiamo avuto il piacere di essere nominati migliore società portoghese operante in Spagna dalla Camera di Commercio e Industria di Spagna e Portogallo; inoltre il centro commerciale e d'intrattenimento Luz del Tajo, di Toledo, è stato considerato il migliore del Paese dall'Associazione Spagnola dei Centri Commerciali.

Ma è stato fonte di soddisfazione anche il fatto che il nostro Personæ Project, che punta a fare della nostra Società quella con i più elevati requisiti e pratiche in materia di salute, sicurezza e responsabilità sociale dell'intero settore, abbia vinto l'ECO Award 2006 nella categoria "Responsabilità sociale d'impresa - Utenza interna". Alla cerimonia di presentazione dell'edizione 2006, che ha avuto luogo a San Paolo, ha presenziato l'ex vicepresidente degli Stati Uniti Al Gore.

D - La strategia di espansione internazionale di Sonae Sierra's è limitata ai Paesi in cui la Società è già presente o punta a nuovi mercati?

R - Abbiamo sempre affermato che la nostra strategia di espansione mira a consolidare la nostra posizione nei mercati in cui già operiamo, con l'obiettivo di raggiungere una posizione di leadership, ma non sottovalutiamo la possibilità di entrare in nuovi mercati, qualora si presentino delle opportunità interessanti.

Questa strategia rimane valida, e al momento abbiamo in corso di realizzazione, a diversi stadi di sviluppo, 14 centri commerciali e d'intrattenimento nei diversi mercati in cui operiamo, che garantiscono, nel breve periodo, una crescita significativa del nostro portfolio.

Attualmente siamo presenti in Portogallo, Spagna, Italia, Germania, Grecia e Brasile, ma siamo sempre alla ricerca di nuove opportunità, in particolare in Europa centrale. Tuttavia, le nostre procedure di studio e valutazione dei nuovi mercati sono molto rigorose e, anche se siamo interessati ad aumentare il nostro raggio d'azione, ci muoviamo solo dopo esserci assicurati che le circostanze siano favorevoli per noi e i nostri investitori.

D - Quali sono gli obiettivi di Sonae Sierra nel lungo periodo?

R - L'ambizione di Sonae Sierra è diventare una delle Società leader nel settore dei centri commerciali e d'intrattenimento. Abbiamo una strategia di investimento di lungo periodo e intendiamo posizionarci in una delle tre posizioni di vertice in ogni mercato in cui siamo presenti.

Siamo consapevoli che potremo raggiungere tali obiettivi in futuro solo se sapremo consolidare le nostre attività presenti. Credo fermamente che, se continueremo a sviluppare il nostro know-how, mantenendo elevati livelli di innovazione e professionalità in ogni cosa che facciamo, raggiungeremo tutti i nostri obiettivi.