



**SONAE SIERRA**

## *Entrevista ao CEO da Sonae Sierra, Álvaro Portela*

**P - Como é que analisa o ano de 2006 para a Sonae Sierra?**

**Álvaro Portela** - O ano 2006 foi muito bom para a Sonae Sierra. Apesar de se ter vivido uma situação difícil na generalidade do sector do comércio nos países onde operamos, a verdade é que a Sonae Sierra alcançou resultados que superaram as nossas expectativas, com crescimentos de 23% nos resultados líquidos, 20% no EBITDA e de 18% no NAV dos nossos centros comerciais e de lazer, valores que consideramos excelentes.

A equipa de colaboradores da Sonae Sierra está pois de parabéns, pois do seu esforço e profissionalismo resultou uma valorização importante dos activos da Empresa, seja dos novos centros comerciais e de lazer entretanto inaugurados, seja daqueles que já integravam o nosso portfólio.

Em síntese, direi que o ano de 2006 nos permitiu avançar com confiança no sentido da concretização do nosso objectivo de tornar a Sonae Sierra uma Empresa com € 2 mil milhões de NAV.

**P - Verifica-se que a Sonae Sierra continuou a privilegiar a constituição de parcerias na sua estratégia de crescimento...**

**R -** É verdade. Um dos objectivos centrais ao longo de 2006 foi o reforço da nossa capacidade financeira através da constituição de parcerias com entidades prestigiadas e capazes de acrescentarem mais-valias relevantes ao desenvolvimento estratégico da Empresa.

Recordo que, logo no início do ano, o nosso parceiro Grosvenor adquiriu mais 17,04% do capital da Empresa, ficando a deter os mesmos 50% do que a Sonae SGPS. Esta situação não só reforçou a posição da Sonae Sierra no mercado, mas reflecte, segundo creio, o respeito e confiança existentes entre os dois parceiros, para além de traduzir o empenhamento total dos nossos dois accionistas no crescimento da Empresa.

Relevante foi também a parceria estabelecida com a Developers Diversified Realty para a nossa operação no Brasil, da qual resultou desde logo o compromisso de em conjunto investirmos R\$ 600 milhões no reforço da actividade da Sonae Sierra Brazil nos próximos três anos. Sendo o novo parceiro um dos maiores e mais prestigiados operadores do mercado norte-americano de centros comerciais e de lazer, penso que estão criadas as condições para um crescimento acelerado da nossa actividade no mercado brasileiro e para lutarmos pela liderança desta indústria também no Brasil.

PRESS RELEASE



**P - Quais foram os investimentos mais importantes realizados ao longo de 2006?**

R - Os dois mais importantes foram na Grécia, na sequência da vitória no competitivo concurso para a concessão da utilização do Galatsi Olympic Hall nos próximos 40 anos, e na Alemanha, onde garantimos a aquisição do centro comercial Munster Arkaden.

A adaptação do pavilhão olímpico em Atenas num centro comercial e de lazer representa um investimento de € 69 milhões, a realizar em parceria com a Acrópole Charagionis, e dará lugar ao segundo centro comercial e de lazer desenvolvido pela Sonae Sierra na Grécia, depois do sucesso do Mediterranean Cosmos, em Salónica.

Na Alemanha, para além da já referida aquisição do centro comercial e de lazer Munster Arkaden, uma unidade de grande qualidade, importa recordar que adquirimos também um terreno com excelente localização em Weiterstadt, perto de Frankfurt, onde já teve início a construção de um novo centro comercial regional, isto para além de avançarem a bom ritmo o projecto Alexa, em Berlin.

**P - Que outros aspectos salienta no desempenho da Sonae Sierra em 2006?**

P - Permito-me sublinhar, com natural orgulho, o facto de a nossa actividade, a nossa criatividade e o nosso profissionalismo continuarem a merecer a distinção do mercado e de entidades creíveis, as quais voltaram a atribuir-nos, em 2006, um valioso conjunto de prémios.

Refiro, a título de exemplo, que a Sonae Sierra foi considerada a melhor empresa portuguesa a operar no mercado espanhol, distinção atribuída pela Câmara de Comércio e Indústria Luso-Espanhola, ou que o nosso centro comercial e de lazer "Luz del Tajo", em Toledo, foi considerado o melhor de Espanha pela Associação Espanhola de Centros Comerciais.

Muito relevante foi ainda o Prémio ECO 2006 na categoria Responsabilidade Social Empresarial atribuído no Brasil ao nosso Programa Personae, que visa dotar a Sonae Sierra com as mais exigentes práticas ao nível da segurança, saúde e responsabilidade social, prémio este entregue pela Câmara de Comércio Americana no decorrer de uma cerimónia realizada em São Paulo e que contou com a presença do ex-Vice-Presidente dos EUA, Al Gore.

**P - A estratégia de expansão internacional da Sonae Sierra está confinada aos países onde já marca presença, ou prevê a abertura a novos mercados?**

R - Dissemos sempre que a nossa estratégia de expansão passa por consolidar a nossa posição nos mercados onde marcamos presença, procurando alcançar uma posição de liderança nos mesmos, mas sem descurar a possibilidade de entrar em novos mercados quando surgirem oportunidades interessantes.

Esta estratégia mantém-se válida e importa sublinhar que temos, neste momento, 14 novos centros comerciais e de lazer em diferentes fases de desenvolvimento nos nossos diversos mercados, o que desde logo nos assegura no curto-médio prazo, um significativo crescimento do nosso portfólio.

Estamos actualmente a operar em Portugal, Espanha, Itália, Alemanha, Grécia e Brasil, mas estamos atentos às novas oportunidades que se abrem, nomeadamente na Europa Central. De qualquer forma, o nosso processo de estudo e avaliação de novos mercados é muito exigente e, embora estejamos interessados em aumentar o nosso âmbito geográfico, só avançamos depois de termos concluído que as circunstâncias são favoráveis para nós e para os nossos investidores.



**P- Quais são os objectivos da Sonae Sierra a longo prazo?**

R - A Sonae Sierra ambiciona ser uma das empresas líder do sector de centros comerciais e de lazer. Temos uma estratégia de investimento com uma perspectiva de longo prazo e pretendemos estar numa das três primeiras posições do ranking em todos os mercados onde já marcamos presença.

Mas sabemos que só atingiremos esses objectivos no futuro se formos capazes de consolidar os nossos negócios no presente. Acredito que se continuarmos a desenvolver o nosso "know-how", mantendo elevados níveis de inovação e profissionalismo em tudo aquilo que fazemos, alcançaremos todos os nossos objectivos.