



SONAE SIERRA

07 de marzo de 2007

Entrevista a Álvaro Portela, CEO Sonae Sierra

- ¿Qué balance hace de Sonae Sierra en el 2006?

Álvaro Portela- 2006 ha sido muy buen año para Sonae Sierra. A pesar de la pobre actuación de las ventas en los países donde nosotros operamos, la verdad es que los resultados de Sonae Sierra han sobrepasado nuestras expectativas, con un incremento del 23% en nuestra red total de beneficios, un incremento del 20% en EBITDA, y un aumento en nuestros centros comerciales NAV del 18%, lo que es excelente.

Estos resultados son consecuencia del trabajo duro y la profesionalidad del equipo de Sonae Sierra, lo que añade valor a nuestros activos, a los nuevos centros comerciales y de ocio que hemos inaugurado, y el resto que tenemos en perspectiva.

En conclusión, diré que 2006 nos ha permitido hacer un buen progreso hacia nuestra meta de convertir a Sonae Sierra una empresa con 2 mil millones de € de NAV.

- Sonae Sierra continua con su estrategia de crecimiento, con un enfoque a las alianzas...

Eso es verdad. Uno de nuestros principales objetivos a lo largo de 2006 fue el fortalecimiento de nuestra base financiera a través del establecimiento de acuerdos con prestigiosas compañías, capaces de añadir valor al desarrollo estratégico de Sonae Sierra.

A principios de año, Grosvenor adquirió un 17.04% adicional de nuestro capital, lo cual incrementa su holding al 50%, el mismo porcentaje que Sonae SGPS. No solo hace que esto refuerce nuestra posición en el mercado, sino que también es una reflexión directa de la mutua confianza y respeto que existe entre nosotros y nuestros accionistas, y una muestra de su total convencimiento sobre el crecimiento de la compañía.

También fue relevante el acuerdo establecido en Brasil con Developers Diversified Realty, con el resultado de una inversión de R\$ 600 millones, en los próximos tres años en Sonae Sierra Brasil. El nuevo socio es uno de los más grandes y más prestigiosos promotores de centros comerciales y de ocio en el mercado norteamericano. Por lo tanto creo que hemos creado las bases para alcanzar un crecimiento acelerado en el mercado brasileño, y también la lucha por el liderazgo de esta industria en Brasil.

- ¿Cuáles fueron las inversiones más importantes hechas en 2006?

Las dos inversiones más importantes del año se han hecho en Grecia, donde siguiendo un proceso de oferta muy competitivo, nosotros ganamos los derechos de uso del Galatsi Olympic Hall por los próximos 40 años- y en Alemania, donde hemos conseguido la adquisición del centro comercial Münster Arkaden.

El desarrollo del Athens Star Dome- unos 69 millones de euros compartidos con la empresa Acropole Charagionis- se convertirá en nuestro segundo centro comercial y de ocio en Grecia, después de la exitosa inauguración del Mediterranean Cosmos en Thessaloniki.

En Alemania, además del centro comercial Münster Arkaden, también adquirimos un terreno excelentemente bien ubicado en Weiterstadt, cerca de Frankfurt, donde ya comenzamos la construcción de un gran centro comercial y de ocio; además estamos haciendo excelentes progresos en el centro comercial Alexa en Berlín.

PRESS RELEASE



- ¿Qué otros aspectos del desempeño de Sonae Sierra durante el 2006 son destacables?

Evidentemente, estamos orgullosos del hecho de que nuestra actividad, creatividad y profesionalidad continúen ganando distinciones en el mercado y premios de instituciones reconocidas.

En España, obtuvimos dos importantes reconocimientos, el primero otorgado por la Cámara Hispano Portuguesa de Comercio, quien dio a Sonae Sierra el reconocimiento como la mejor empresa portuguesa establecida en España. Así como, el premio a Luz del Tajo en Toledo como 'Mejor Centro Comercial Grande' otorgado por la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC).

A nivel internacional, se otorgó al proyecto PERSONAE en Brasil, el premio norteamericano ECO 2006, en la categoría de "Proyectos de Responsabilidad Corporativa-Público Interno", organizado por la Cámara de Comercio Americana, lo que significa que Sonae Sierra es la compañía del sector más avanzada en términos de Salud, Seguridad y Responsabilidad Corporativa.

- ¿La estrategia de expansión internacional de Sonae Sierra está limitada a los países en los que ya opera, o se encuentra abierta a nuevos mercados?

Nuestra estrategia se centra en la consolidación de los mercados en los que ya operamos, buscando el liderazgo en cada uno de ellos, sin embargo no descartamos la posibilidad de entrar a nuevos países, si se presentan oportunidades interesantes.

La estrategia sigue siendo válida, de momento estamos en diferentes etapas en el desarrollo de 14 nuevos centros comerciales y de ocio, en varios mercados en los que operamos, lo que asegura el crecimiento de la cartera a corto plazo.

Actualmente operamos en Portugal, España, Italia, Alemania, Grecia y Brasil, pero siempre estamos buscando nuevas oportunidades, sobre todo en Europa Central. Cabe destacar, que nuestros estudios y procesos de evaluación de nuevos mercados son muy exhaustivos, y aunque estamos interesados en extendernos geográficamente, solamente nos instalamos en un nuevo país si estamos seguros de que las circunstancias son favorables para nosotros y nuestros socios.

- ¿Cuáles son los objetivos de Sonae Sierra a largo plazo?

La ambición de Sonae Sierra es convertirse en una de las compañías líder en el sector de los centros comerciales y de ocio. Tenemos una estrategia de inversión a largo plazo, y esperamos ser uno de las tres primeras compañías en el sector en cada mercado en el que operamos.

Somos conscientes de que solamente vamos a conseguir estos objetivos en el futuro, si logramos consolidar nuestro negocio en el presente. Estoy convencido de que si continuamos con el desarrollo de nuestro 'know-how', manteniendo los altos estándares de innovación y profesionalidad en todo lo que hacemos, alcanzaremos nuestros objetivos.

Para más información o imágenes:

Victoria Bartolomé / Sofía Labastida

Llorente & Cuenca.

91 563 77 22

www.sonaesierra.es