

NOTA DE PRENSA

Madrid - España · 22 febrero 2022

www.sonaesierra.com

Sonae Sierra lanza nuevo posicionamiento, en línea con su nueva estrategia

Open mind
Greater value



- “Open mind, greater value” es el nuevo posicionamiento de Sierra, que refleja la ambición de expandir su negocio a nuevas áreas, en línea con su nueva estrategia.
- Esta nueva identidad se enmarca en el propósito de contribuir activamente en la regeneración urbana y en la creación de las ciudades del futuro, apostando por el desarrollo de activos inmobiliarios de uso mixto, la prestación de servicios y la gestión de fondos de inversión.

Sonae Sierra presenta una nueva imagen y posicionamiento, que ilustran el nuevo ciclo estratégico de la empresa.

"Nuestra nueva estrategia de negocio incluye una ambición renovada de crecimiento y exige a la empresa una mayor apertura al mercado, con un posicionamiento más amplio y flexible. "Open mind", es precisamente eso. Con esta apertura, queremos generar un mayor valor económico, medioambiental y social ("Greater value"), a través de la creación, el desarrollo y la gestión de espacios para las ciudades del futuro, con una mejor calidad de vida y más sostenibles para las personas y las comunidades" afirma **Inês Drummond Borges, Chief Transformation Officer de Sierra**.

Además de transmitir un renovado enfoque en la creación de valor, con la apertura a negocios más diversos, esta evolución pondrá en valor aspectos que siempre han diferenciado a la compañía en el mercado. Entre estos, destaca la capacidad de crear relaciones de colaboración a largo plazo con inversores, organizaciones y profesionales de referencia. El valor de la perspectiva local combinada con las buenas prácticas de un player internacional, el pragmatismo y el know-how para hacer que las cosas sucedan y el foco en la sostenibilidad, son otros aspectos del capital de marca que este nuevo posicionamiento va a reforzar. La nueva imagen está alineada con la renovación de la identidad de Sonae.

Un nuevo ciclo, una nueva estrategia

Este reposicionamiento de marca refleja la nueva estrategia de negocio de Sierra, recientemente divulgada, que se basa en cuatro pilares.

El primero es la expansión de su negocio de gestión de fondos de inversión mediante la creación de vehículos adaptados a los objetivos de rentabilidad y sostenibilidad de los distintos tipos de inversores.

El segundo, el desarrollo de proyectos urbanos sostenibles y diferenciadores, que integren de una forma coherente, diferentes usos inmobiliarios, como residencial, oficinas, ocio y comercial.

El tercero, el refuerzo de la oferta integrada de servicios inmobiliarios en el contexto de las nuevas experiencias proyectadas para las ciudades, a través de Reify., unidad de negocio de Sierra enfocada en ofrecer soluciones multidisciplinares para la creación, renovación y mejora de espacios.

El cuarto pilar consiste en la preparación para el futuro de la cartera de centros comerciales bajo gestión, a través de la creación de experiencias diferenciadoras y multicanal, aportando valor añadido tanto para los consumidores como para los comerciantes y socios.

Este nuevo ciclo también va acompañado de un refuerzo de la estrategia de sostenibilidad de Sierra, que siempre ha sido un elemento diferenciador para la compañía.