

PRESS RELEASE /

Maia, 22 de Novembro de 2011

Crescimento de quota de mercado, reforço da internacionalização e apoio às famílias com preços baixos

SONAE ESTABILIZA VOLUME DE NEGÓCIOS EM 4,15 MIL MILHÕES DE EUROS E GANHA QUOTA DE MERCADO

1. PRINCIPAIS DESTAQUES DOS PRIMEIROS NOVE MESES DE 2011:

- Aumento das quotas de mercado nas principais áreas de negócio, com manutenção de sólidos referenciais de rentabilidade;
- Reforço da internacionalização com abertura de 37 lojas no estrangeiro, incluindo franchising, e entrada na Turquia, Egito e Cazaquistão, superando as 125 lojas fora de Portugal;
- Volume de Negócios consolidado atinge 4,15 mil milhões de euros, em linha com o ano anterior;
- EBITDA atinge 481 milhões de euros, com a margem EBITDA recorrente de 11,3%, em linha com o período homólogo;
- Resultado líquido atribuível aos accionistas ascende a 84 milhões;
- Investimento total ascende a 235 milhões de euros e endividamento líquido reduzido em 178 milhões de euros;
- Apoios totais à Comunidade ascendem a 6,8 milhões de euros, beneficiando 1.727 instituições;

A propósito destes resultados, Paulo Azevedo, CEO da Sonae afirma: “Os primeiros nove meses de 2011 ficaram marcados pelo anúncio de várias medidas de austeridade na Península Ibérica, que se reflectiram já num recuo significativo do consumo privado, particularmente pronunciado nos segmentos não-alimentares. Neste contexto adverso, a Sonae reforçou o compromisso de estar ao lado do consumidor, procurando apresentar sempre as propostas de valor mais atractivas, nomeadamente através do reforço da nossa oferta de marca própria.

Os ganhos de quota de mercado em Portugal, conseguidos através do posicionamento distintivo das nossas insígnias e da capacidade de resposta às alterações dos hábitos de consumo, aliado ao crescente contributo dos nossos negócios internacionais possibilitaram, neste período, a manutenção do volume de negócios consolidado.

Desde o início do ano a nossa área de retalho especializado incrementou a sua presença em Espanha e entrou na Turquia, Egito e Cazaquistão, sendo que hoje temos mais de 125 lojas no exterior, ou seja, 23% das lojas de retalho especializado da Sonae já estão situadas fora de Portugal. Também a área de centros comerciais está a reforçar o seu portefólio de activos e contratos em mercados maduros e emergentes, como é o caso do Brasil.

Face à retracção do rendimento disponível das famílias esperamos, durante o 4º trimestre, alguma deterioração das vendas no universo comparável de lojas em Portugal. Mantemo-nos, no entanto, confiantes que continuaremos a atingir ganhos de quota nos mercados onde actuamos, a fortalecer a estrutura de capitais e a implementar as orientações estratégicas que definimos, nomeadamente com o prosseguir do caminho da internacionalização, embora a um ritmo mais lento do que tínhamos ambicionado.”

Sobre a Sonae

A Sonae é uma empresa de Retalho, com duas grandes parcerias nas áreas de Telecomunicações, Media e Informação e Sistemas de Informação (Sonaecom) e Centros Comerciais (Sonae Sierra). No final de 2010, a Sonae empregava 43.268 colaboradores (é o maior empregador privado português). Em 2010 atingiu um volume de negócios de cerca de 5,8 mil milhões. A empresa tem como objectivos estratégicos ganhar dimensão internacional nos negócios em que opera, diversificar os estilos de investimento e potenciar a base de activos em Portugal, explorando novas oportunidades de negócio como forma de criar opções de investimento futuro.



Para mais informações contacte

RITA BARROCAS
External Communication Manager / Sonae
T. +351 22 010 4745 // M. +351 93 5012118 // E. rbarrocas@sonae.pt

DIOGO SIMÃO
Director / BAN Corporate & Media Relations
M. +351 93 652 86 39 // E. ds@ban.pt

www.sonae.pt

2. RETRIBUIR À COMUNIDADE

- **ENVOLVIMENTO COM A COMUNIDADE**

A Sonae prosseguiu a sua missão de desenvolvimento sustentável durante os primeiros nove meses de 2011, continuando a gerar valor económico e social para todos os seus stakeholders. A Sonae distribuiu **apoios totais no valor de 6,8 milhões de euros**, que beneficiaram 1.727 instituições de solidariedade social e associações que auxiliam comunidades e famílias.

- **PROXIMIDADE DOS CONSUMIDORES**

A conjuntura económica e social contribuiu para um reforço das iniciativas da Sonae no apoio às famílias, garantindo uma elevada qualidade da oferta disponibilizada aos seus clientes, na prática dos preços mais baixos. Este empenho foi reconhecido por entidades independentes, que elegeram o Continente como a cadeia de retalho alimentar com os melhores preços em Portugal, bem como pelos portugueses, que contribuíram para ganhos de quota de mercado da generalidade das insígnias da Sonae e para o reforço da liderança do Continente no retalho alimentar em Portugal. Nos primeiros nove meses de 2011, a Sonae concedeu 220 milhões de euros de descontos em cartão e talão, o que se traduz numa poupança efectiva para os quase três milhões de clientes com cartão do Continente.

- **APOIO À PRODUÇÃO NACIONAL**

O compromisso da Sonae com a produção nacional traduziu-se na realização de compras no valor de cerca de 508 milhões de euros na área de perecíveis e mercearia a fornecedores nacionais, um valor que representa quase 80% da totalidade das compras efectuadas nesta área. O valor de compras a membros do Clube de Produtores ascendeu a 129,1 milhões de euros nos primeiros nove meses do ano, um valor que representa um aumento de 3,5% face ao mesmo período do ano anterior. Em termos de quantidades adquiridas, verificou-se um aumento de 1,7% para 96 mil toneladas.

- **EMPREGO E FORMAÇÃO**

Nos primeiros nove meses de 2011, a Sonae manteve-se como o maior empregador nacional, com mais de 40 mil colaboradores, e reforçou a percentagem de colaboradores com contrato por termo indeterminado, que passaram a representar cerca de 76% do total. A aposta na formação traduziu-se, neste período, em 956 mil horas, nas mais diversas áreas.

3. ANÁLISE OPERACIONAL E FINANCEIRA

Num enquadramento de fraca dinâmica económica nos principais mercados onde actua e apesar do anúncio de novas medidas de austeridade em Portugal, fortemente penalizadores das atitudes de consumo das famílias, o **volume de negócios** da Sonae nos 9M11 manteve-se estável em 4,15 mil milhões de euros. Neste contexto desafiante, a sustentação do volume de negócios consolidado só foi possível graças a ganhos de quota de mercado nas principais áreas de negócio, no conjunto dos nove meses.

Com efeito, no retalho alimentar as vendas aumentaram 2% para 2.421 M€, valor que incorpora uma evolução de cerca de +1% nas vendas no universo comparável de lojas, apesar da continuação dos efeitos de “trading down” levado a cabo pelos consumidores em Portugal. Esta evolução positiva foi possibilitada pelo aumento de mais de 1% de volumes vendidos em loja e permitiu reforçar a liderança de mercado (+0,9 p.p. de quota), com um forte contributo do seu portfólio de marcas próprias e primeiros preços – actualmente com uma representatividade de cerca de 30% nas vendas das categorias relevantes. No retalho especializado, apesar da forte quebra do mercado, a Sonae SR registou um desempenho superior ao mercado, atingindo novos ganhos de quota nos seus principais formatos, indicadores de comportamentos de vendas melhores do que a média de mercado.

A Sonae manteve sólidos referenciais de rentabilidade, com o **EBITDA** consolidado a atingir os 481 M€ e o EBITDA recorrente a ascender a 471 M€, representando 11,3% do volume de negócios global. Este valor foi naturalmente impactado pelo investimento na internacionalização da Sonae SR, mas também pelo efeito da retração do consumo nos mercados ibéricos, que se continua a sentir principalmente ao nível das categorias não-alimentares. As medidas de eficiência e de optimização da estrutura de custos permitiram, no entanto, a sustentação das margens EBITDA a um nível semelhante às do período homólogo.

Nos 9M11, o resultado directo totalizou 134 M€, 5% abaixo do valor registado no período homólogo, em função essencialmente da evolução do EBIT. No mesmo período, o resultado indirecto, relativo ao portfólio de centros comerciais da Sonae Sierra, foi de -12 M€, uma melhoria significativa face ao valor registado nos 9M10. O **resultado líquido total** do período cresceu 4% para 122 M€ (+4%), sendo a parte atribuível ao Grupo de cerca de 84 M€.

O **investimento total** da Sonae ascendeu a 235 M€, tendo sido essencialmente alocado ao desenvolvimento das operações internacionais e à remodelação e manutenção dos activos em Portugal. Na área do retalho, a Sonae procedeu à abertura selectiva de novas lojas de retalho em Portugal, incluindo 1 loja Continente Modelo e 9 novas lojas Sonae SR, com expectativas de retorno muito positivas. A Sonae prosseguiu com a expansão internacional, através do alargamento da presença da rede de lojas próprias da Sonae SR no mercado espanhol, com a inauguração de 32 mil novos m2 de área de venda e atingindo as 115 lojas próprias naquele país. Foram ainda abertas duas novas lojas próprias na Turquia (através da insígnia Zippy) e lojas Zippy em regime de franchising em Espanha (Canárias), Egípto e Cazaquistão, elevando o número de lojas da Sonae no exterior para 126 no final do terceiro trimestre de 2011. A Sonae Sierra continuou na prossecução dos novos projectos de desenvolvimento situados em Itália (Le Terrazze), na Alemanha (Solingen) e no Brasil (Uberlândia, Londrina e Goiânia), representando um total de mais de 230 mil m2 de área bruta locável e com aberturas previstas para o período de 2012 a 2014, e a Sonacom efectuou o reforço selectivo de cobertura e capacidade da rede da Optimus, enquanto activo estratégico, de forma a manter a sua elevada qualidade.

A geração de **cash flow** dos negócios continua a aumentar, tal como evidenciado pelo aumento de 17%, ou 34 M€, no nível de (EBITDA Recorrente – Capex) registado nos primeiros nove meses de 2011.

A 30 de Setembro, o **endividamento total líquido** totalizava 2.958 M€, o que representou uma redução de 178M€ face aos 9M10. A empresa continua a fortalecer a sua estrutura financeira, com o endividamento a diminuir de forma sustentada e a representar, no final de Setembro de 2011, 60% do capital investido, o nível mais conservador desde 2007.

Demonstração de resultados consolidados			
Milhões de Euros	9M10	9M11	Var
Volume de negócios (excluindo gasolineras)¹	4.156	4.153	0%
Volume de negócios ¹	4.231	4.172	-1%
EBITDA recorrente	480	471	-2%
Margem de EBITDA recorrente	11,30%	11,30%	-0,1 p.p
EBITDA	493	481	-2%
Margem de EBITDA	11,60%	11,50%	-0,1 p.p
EBIT	260	230	-12%
Resultados financeiros	-78	-78	-1%
Outros resultados	0	0	-
EBT	183	151	-17%
Impostos	-42	-17	59%
Resultado líquido directo	141	134	-5%
... atribuível aos accionistas	113	92	-18%
Resultado líquido indirecto	-24	-12	49%
... atribuível aos accionistas	-15	-8	44%
Resultado líquido total	117	122	4%
... atribuível aos accionistas	98	84	-14%

¹ O universo de análise exclui as vendas respeitantes aos postos de combustível (na medida em que a empresa transferiu a exploração de 8 postos para terceiros no 2ºT de 2010), e incorpora a re-expressão do volume de negócios de 2010 da Geostar tendo em consideração a análise das práticas do sector.