COMUNICADO

MAIA, 25 DE AGOSTO DE 2009

Volume de Negócios da Sonae cresce 7% no semestre para €2.608 Milhões. Cash-flow operacional atinge €272 Milhões representando subida de 12%.

"Crescimento e aumento da rentabilidade".

Este compromisso assumido pela Sonae foi mais uma vez cumprido, apesar do ambiente de mercado adverso, facto demonstrado pelos resultados agora anunciados. Nas contas do primeiro semestre de 2009, a empresa subiu o volume de negócios em 7% para os €2.608 Milhões face a €2.437 Milhões no período homólogo; o cash-flow operacional (EBITDA) cresceu 12%, para €272 Milhões, face a €244 Milhões no primeiro semestre de 2008.

"A Sonae apresentou um crescimento bastante significativo no primeiro semestre, em especial se tivermos em conta a conjuntura macroeconómica actual, difícil e desafiante", afirma Paulo Azevedo. Para o Presidente Executivo da Sonae, "os resultados são muito positivos, na medida em que combinam forte crescimento do volume de negócios com melhoria do EBITDA e reforçam o nosso compromisso de crescimento e aumento da rentabilidade dos negócios".

"O desempenho do retalho alimentar foi excelente e os resultados do semestre reflectem isso mesmo. As melhorias na eficiência operacional interna, a expansão de área de vendas e, em especial, o crescimento numa base comparável (*like-for-like*) de 3% nas vendas, além de tornarem possíveis estes resultados e o reforço da liderança do mercado, são uma demonstração clara da força da proposta de valor da Sonae no retalho", sublinha Paulo Azevedo.

"É de salientar também a resiliência da nossa divisão de retalho especializado, que registou uma melhoria acentuada no volume de negócios e reforçou a sua presença em Espanha. Os primeiros sinais de desempenho das operações neste mercado são positivos, dando-nos confiança no potencial de crescimento da Sonae através desta estratégia" adianta o CEO da Sonae.

SONAE 50 ANOS À FRENTE.

www.sonae.pt

Para mais informações, por favor contacte:

Miguel Rangel
Head of Institutional Relations, Brand and Communication | Sonae
tlf. +351 220 104 705 · +351 936 390 053 · mrangel@sonae.pt

Miguel Moreira Rato
Managing Partner, M Public Relations
tlf. +351 934 719 944 · mmr@mpublicrelations.pt

O desempenho das demais sub-holdings, no semestre, foi igualmente positivo.

No que respeita aos centros comerciais, Paulo Azevedo salienta “o esforço de controlo de custos durante o semestre que permitiu melhorar o resultado directo nesta área de negócio. Em Portugal, os centros comerciais mantiveram taxas de ocupação elevadas (97%) e registaram aumentos das rendas cobradas de 1% numa base comparável. Apesar disto, os nossos resultados indirectos reflectiram o aumento das taxas de capitalização na Europa usadas na avaliação dos centros comerciais. Este aumento conduziu a uma desvalorização destes activos e ao reconhecimento de um custo de €87 milhões (apenas contabilístico), líquido de impostos.

O negócio das telecomunicações, relembra ainda o responsável máximo da Sonae, “também apresentou um bom desempenho no período, com um aumento sustentado do seu nível de receitas e uma melhoria significativa do EBITDA – esta última a reflectir iniciativas de redução de custos operacionais e investimentos em rede, marca e serviço ao cliente, levadas a cabo em 2008”.

Eventos ocorridos no semestre e posteriormente

‘Continente Mobile’, abertura da MegaModalfa em Lisboa, refinanciamento da dívida de médio e longo prazo da unidade de retalho (garantindo os fundos necessários à prossecução da estratégia definida para esta área), abertura do shopping de Manauara no Brasil e o roll-up da posição de parceiros para a holding de seguros são alguns dos eventos merecedores de destaque no primeiro semestre de 2009 e meses seguintes e que comprovam os objectivos estratégicos da Sonae de “internacionalização”, “exploração da nossa base de activos em Portugal” e “diversificação do estilo de investimento”.

“Mantemo-nos cautelosos quanto à evolução futura da economia e dos mercados onde operamos, particularmente no âmbito da intensidade concorrencial no retalho e telecomunicações. Apesar desta postura, e tendo em conta resiliência dos *cash-flows* gerados pela maioria dos nossos negócios, estamos confiantes na capacidade de mantermos a nossa política de remuneração accionista”, conclui Paulo Azevedo.

COMUNICADO

Principais indicadores financeiros

DESTAQUES GLOBAIS DO SEMESTRE

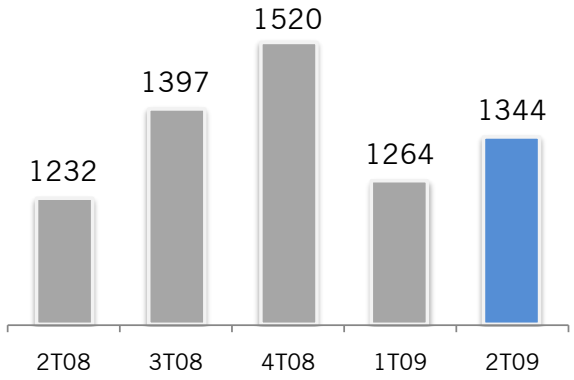
- **Volume de negócios aumentou 7%, devido sobretudo ao crescimento do retalho alimentar e especializado;**
- **EBITDA cresceu 12%; numa base recorrente, cresceu 16% para os €272 milhões, reflectindo o forte desempenho do retalho alimentar e telecomunicações;**
- **Melhoria da margem operacional em 0,4pp; numa base recorrente, aumentou 0,7pp alcançando 10,4% do volume de negócios;**
- **Resultado líquido directo (atribuível ao grupo) aumentou para os €29 milhões;**
- **Resultados indirectos reflectiram o aumento das taxas de capitalização usadas na avaliação dos centros comerciais, embora a evoluírem a um ritmo decrescente.**

Demonstração de resultados consolidados (1)
Milhões de euros

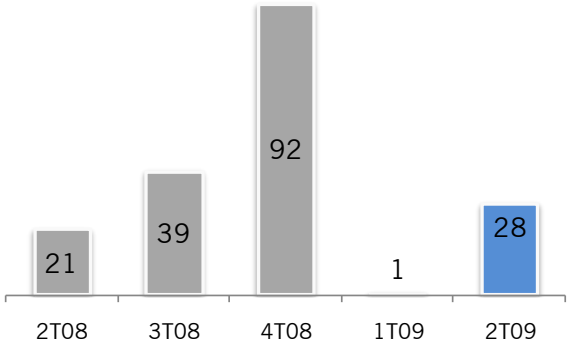
	2T08	2T09	Δ 08/09	1S08	1S09	Δ 08/09
Resultados directos						
Volume de negócios	1.232	**1.344**	9,1%	2.437	**2.608**	7,0%
EBITDA	139	**155**	11,6%	244	**272**	11,5%
Margem EBITDA	11,3%	**11,5%**	0,3pp	10,0%	**10,4%**	0,4pp
Provisões e imparidades (2)	-11	-7	36,5%	-9	-13	-46,9%
Depreciações e amortizações	-69	-74	-6,5%	-133	-145	-9,1%
EBIT	59	**74**	26,2%	102	**114**	11,4%
Resultados financeiros	-38	-32	16,4%	-78	-72	6,9%
Resultados relativos a empresas associadas	0	-1	-103,2%	1	1	7,5%
Resultados relativos a investimentos	1	3	156,3%	1	4	-
EBT	21	**45**	109,1%	27	**47**	75,9%
Impostos	-1	-12	-	1	-11	-
Resultado líquido directo	21	33	59,0%	28	37	32,1%
Atribuível ao grupo	21	**28**	38,1%	28	**29**	1,7%
Atribuível a interesses minoritários	0	5	-	-1	8	-
Resultados indirectos dos Centros Comerciais						
VCPID (3)	-23	-41	-75,0%	-24	-108	-
Resultados relativos a investimentos	1	0	-100,0%	7	0	-100,0%
Impostos	1	8	-	-1	21	-
Resultado líquido indirecto	-21	-33	-54,4%	-18	-87	-
Atribuível ao grupo	-9	**-21**	-146,0%	-4	**-57**	-
Atribuível a interesses minoritários	-13	-12	5,8%	-14	-30	-119,6%
Resultado líquido						
Resultado líquido	-1	0	88,5%	10	-50	-
Atribuível ao grupo	12	**7**	-38,0%	24	**-28**	-
Atribuível a interesses minoritários	-13	-8	40,6%	-14	-22	-55,1%

(1) Valores trimestrais não auditados; (2) inclui reversão de imparidades e goodwill negativo; (3) Valor criado em propriedades de investimento e em desenvolvimento.

Volume de negócios – evolução trimestral



Resultado líquido directo (grupo) – evolução trimestral



DESTAQUES POR ÁREA DE NEGÓCIO

RETALHO ALIMENTAR:

Vol. Negócios cresceu 8%, o que reflecte (i) forte crescimento *like-for-like* em todos os formatos, (ii) crescimento orgânico com a abertura de 37 mil m2 de área (80 lojas), (iii) desempenho robusto de marcas próprias e perecíveis e (iv) sucesso de iniciativas comerciais (ex: cartão de fidelização).

EBITDA cresceu 25%, o que representa uma margem sobre vendas de 5% face aos 4% no 1S08 (+0,7%), beneficiando do melhor desempenho do negócio e de programas internos de eficiência, mas também do reconhecimento, no 1S08, dos custos de integração das lojas Carrefour.

CAPEX foi de €64 milhões (11 milhões acima do valor no 1S08) e foi dirigido para: abertura de novas lojas (7 mil m2), renovação do parque de lojas (intervenção em 70 mil m2), trabalhos de preparação de futuras aberturas (ex: Modelo de Leça do Balio, Mem-Martins, Sesimbra e Ovar) e melhoria contínua da infra-estrutura logística.

RETALHO ESPECIALIZADO:

Aumento de 25% no vol. negócios devido à forte expansão (+ 81 mil m2 de área) nos últimos 12 meses. As vendas *like-for-like* caíram 3% no semestre, no entanto aumentaram 2% no segundo trimestre de 2009 quando comparado com o primeiro trimestre de 2009. De salientar o reforço da liderança no sector de electrónica em Portugal. As operações em Espanha representam mais de 10% das vendas no semestre.

EBITDA reflecte o investimento forte no crescimento orgânico tanto em Portugal e em Espanha. Em Portugal, os aumentos foram impulsionados em especial por benefícios de escala nos formatos de têxteis e, em Espanha, os formatos Worten, SportZone e Zippy equivalem já a 39 mil m2 de área.

CAPEX atingiu €56 milhões (+€26 milhões face ao 1S08), reflectindo as 24 novas lojas em Portugal, entre as quais a nova MegaModalfa em Lisboa; o investimento contínuo de manutenção e renovação do parque de lojas (intervenção em 30 mil m2); o reforço da presença em Espanha, com o lançamento das duas primeiras Zippy (Madrid e Múrcia) e a abertura de 6 mil m2 nas insígnias Sportzone e Worten – e respectivos custos de reconversão.

IMOBILIÁRIO DE RETALHO

EBITDA de €57 milhões o que, excluindo o ganho de €9 milhões pela venda do activo em Florianópolis em 2008, isto significa um aumento de 19% e que reflecte a maior carteira de activos em resultado da expansão orgânica do retalho em Portugal.

CAPEX alcançou os €62 milhões, reflectindo a aquisição adicional de área de venda de retalho, bem como despesas de investimento por conta de aberturas futuras.

CENTROS COMERCIAIS:

Vol. negócios caiu 4 %, reflectindo sobretudo a consolidação do Fundo Sierra Portugal em 42% face a 100% no 1S08. Numa base comparável, aumentou 1% devido à manutenção de uma elevada taxa de ocupação (94%); do crescimento *like-for-like* de rendas fixas marginalmente positivo e à contribuição de 4 novos centros abertos em 2008 face a 1 em 2009.

EBITDA diminuiu 5 %, principalmente devido à referida consolidação do Fundo Sierra Portugal em 42%. Numa base comparável, o EBITDA aumentou 2%, beneficiando das medidas de eficência e controlo de custos implementadas.

CAPEX reflectiu a conclusão do centro comercial em Manauara, Brasil, aberto em Abril, do progresso e desenvolvimento de projectos em *pipe-line*, nomeadamente o Loop5 (previsto para 2009) e Leiria (previsto para 2010), e da expansão do Guimarães Shopping (previsto para 2009).

TELECOMUNICAÇÕES:

Vol. negócios aumentou 1%, decorrente de um aumento sustentado dos seus clientes móveis, beneficiando do forte investimento realizado em 2008 (rede, marca e serviço ao cliente).

EBITDA apresentou uma subida significativa de 33%, impulsionada pela área de Software e Sistemas de Informação e pelos negócios móveis, resultante da redução nos custos de interconexão e de acções de marketing e vendas, e que compensou uma diminuição nas receitas do *roaming*.

CAPEX incluiu sobretudo investimentos na rede móvel, embora de uma magnitude inferior ao verificado no 1S08.