COMUNICADO

MAIA, 20 DE MAIO DE 2009

Aumento de 5% no volume de negócios para 1,26 mil M.E. e de 11% no EBITDA para 118 M.E.

A Sonae regista um significativo crescimento no volume de negócios e EBITDA e uma melhoria de rentabilidade.

Destaques:

- **Volume de negócios aumentou 5%, explicado sobretudo por um crescimento dos formatos de Retalho de base Alimentar e Retalho Especializado;**
- **EBITDA cresceu 11%; numa base recorrente, cresceu 22% para os 118 milhões de euros;**
- **Melhoria da margem operacional em 0,5pp; numa base recorrente, aumentou 1,3pp alcançando 9,3% do volume de negócios;**
- **Resultado líquido directo (atribuível ao grupo) explicado por um aumento em amortizações, como resultado do plano de investimentos de 2008;**
- **Avaliação trimestral dos centros comerciais reconhecida, pela primeira vez, no trimestre de abertura do ano, reflectindo-se num resultado indirecto negativo (atribuível ao grupo) de 36 milhões de euros.**

Para Paulo Azevedo, Presidente Executivo da Sonae, "o primeiro trimestre do ano confirmou a resiliência do nosso portfólio de negócios às difíceis condições macroeconómicas e à redução do índice de confiança dos consumidores. O volume de negócios aumentou 5% e o EBITDA 11%. Encontramo-nos particularmente satisfeitos pelas melhorias de desempenho alcançadas durante os últimos trimestres e pelo aumento de quota de mercado e de rentabilidade em algumas das nossas unidades".

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 Retalho de base Alimentar aumentou o volume de negócios em 5%, influenciado por: (i) um desempenho positivo dos perecíveis, resultado da requalificação e clara segmentação da oferta; (ii) forte investimento no desenvolvimento do programa de marcas próprias; (iii) iniciativas comerciais inovadoras decorrentes de um maior conhecimento do consumidor, associado à utilização do cartão de cliente.

O crescimento das vendas numa base comparável foram significativas (+1%), tendo em conta: (i) o calendário anual, com a Páscoa a não beneficiar o trimestre (ao contrário do 1T08); e (ii) a prevalência de um fenómeno de "trading down", com o aumento do peso dos produtos de marca própria a influenciar o preço médio das vendas.

A aposta da Sonae é muito clara e passa por levar aos consumidores portugueses a melhor proposta de valor do mercado materializada numa política comercial e promocional bastante completa e diversificada nomeadamente: (i) campanhas promocionais com recurso ao cartão Continente e Modelo; (ii) sucesso das sugestões de receitas para refeições a 4€; (iii) implementação de preços fixos em produtos essenciais numa altura em que existem fortes condicionalismos ao consumo das famílias. Estes efeitos conjugados conduziram, adicionalmente, a um muito positivo aumento nas quotas de mercado relativas ao 1T09, facto que não pode ser desligado da evidente confiança que os consumidores depositam nas nossas marcas.

No que se refere ao Retalho Especializado, registou-se um aumento de 16% do volume de negócios, resultante do crescimento orgânico dos últimos 12 meses, com a abertura de 76 lojas em Portugal e Espanha. Neste âmbito destaca-se a manutenção da expansão internacional dos formatos Worten e Sport Zone, nomeadamente no mercado espanhol.

Nas Telecomunicações verificaram-se melhorias de desempenho assistindo-se, no período em análise, a um crescimento significativo dos clientes móveis (+10%) e a uma melhoria de 4,5pp no EBITDA.

No que respeita aos Centros Comerciais, o valor decorrente da avaliação das propriedades detidas na Europa reduziu-se com impactos ao nível dos resultados indirectos.

Os fortes resultados da Sonae demonstram claramente a sua resiliência face à crise financeira e económica e a capacidade de apresentar um bom desempenho em tempos difíceis. Conscientes do actual cenário macroeconómico e dos constrangimentos existentes no mercado financeiro, a Sonae está confiante no alcance dos seus objectivos de crescimento e criação de valor, guiado pelos

objectivos estratégicos apresentados de internacionalização, diversificação do estilo de investimento e alavancagem da base de activos em Portugal.

Paulo Azevedo afirma: "Continuo convicto que a Sonae sairá desta recessão como uma empresa mais forte e com um potencial de crescimento futuro mais robusto. O portfólio de negócios que desenvolvemos, líderes nos seus mercados, não é imune às dificuldades de mercado vividas actualmente mas provou a sua solidez e resiliência, comprovando que as nossas garantias quanto à capacidade de gestão eficaz em período de recessão económica não são vãs. Esperamos continuar a cumprir com este compromisso e a manter a confiança dos investidores".

Principais Indicadores Financeiros

Demonstração de resultados consolidados
Milhões de euros

	1T08	1T09	Δ 08/09	4T08	Δ 08/09
Resultados directos					
Volume de negócios	1.204	**1.264**	4,9%	1.520	-16,8%
EBITDA	106	**118**	11,3%	203	-42,0%
Margem EBITDA	8,8%	**9,3%**	0,5pp	13,3%	-4pp
Provisões e imparidades	1	-7	-	1	-
Depreciações e amortizações	-64	-71	-11,9%	-72	1,0%
EBIT	43	**40**	-8,7%	132	-69,9%
Resultados financeiros	-39	-40	-2,4%	-54	25,7%
Resultados relativos a empresas associadas	2	2	34,3%	13	-82,9%
Resultados relativos a investimentos	0	1	-	3	-63,0%
EBT	5	**3**	-53,3%	93	-97,2%
Impostos	2	1	-29,3%	5	-78,5%
Resultado líquido directo	7	4	-48,1%	98	-96,3%
Atribuível ao grupo	8	**1**	-93,5%	92	**-99,4%**
Atribuível a interesses minoritários	-1	3	-	6	-49,5%
Resultados indirectos dos Centros Comerciais					
VCPID (1)	-1	-67	-	-111	39,5%
Resultados relativos a investimentos	6	0	-100%	3	-100,0%
Impostos	-2	13	-	11	20,3%
Resultado líquido indirecto	4	-54	-	-97	44,4%
Atribuível ao grupo	4	**-36**	-	-65	**44,2%**
Atribuível a interesses minoritários	-1	-18	-	-32	44,9%
Resultado líquido					
Resultado líquido	11	-50	-	1	-
Atribuível ao grupo	12	**-36**	-	27	-
Atribuível a interesses minoritários	-2	-15	-	-26	44%

(1) Valor criado em propriedades de investimento e em desenvolvimento.

Destaques por área de negócio

RETALHO DE BASE ALIMENTAR:

- Aumento do volume de negócios em 5%, influenciado por: (i) o forte investimento em marca própria; (ii) um desempenho positivo dos perecíveis, resultado de requalificação e melhoria da oferta; e (iii) iniciativas comerciais lançadas e o maior conhecimento do consumidor, decorrente da utilização do cartão de cliente;
- O crescimento das vendas numa base comparável foram significativas (+1%), tendo em conta: i) o calendário anual, com a Páscoa a não beneficiar o trimestre (ao contrário do 1T08); e (ii) a prevalência de um fenómeno de "trading down", com o aumento do peso dos produtos de marca própria a influenciar o preço médio das vendas;
- Aumento do EBITDA para 22 milhões de euros, sendo este aumento significativo da rentabilidade operacional explicado pelo já mencionado desempenho do volume de negócios e pela contínua implementação de programas de eficiência ao nível das operações;
- CAPEX direccionado à renovação do parque de lojas, à conversão do ex-Modelo de Santarém em Continente, e à melhoria contínua da infra-estrutura logística.

RETALHO ESPECIALIZADO:

- Aumento em 16% do volume de negócios, resultado do crescimento orgânico dos últimos 12 meses, com a abertura de 76 lojas em Portugal e Espanha;
- As vendas numa base comparável diminuíram em 9% (face ao forte aumento de +7% no 1T08), decorrente do desempenho dos formatos de electrónica;
- Crescimento significativo de EBITDA em Portugal, alcançando os 4 milhões de euros no 1T09. A rentabilidade global da unidade foi negativamente impactada em 4 milhões de euros pelo esforço de investimento associado à entrada da SportZone e Worten no mercado Espanhol. Durante o trimestre, estes custos de lançamento incluíram a reconversão das recentemente adquiridas lojas de electrónica de consumo para o conceito e marca Worten, com os consumidores a aceitarem bem as mudanças implementadas;
- CAPEX foi alocado ao forte plano de expansão em curso, com a abertura de 6 lojas no trimestre, a conversão das lojas de electrónica de consumo, em Espanha, para o conceito da Worten, e aos trabalhos de preparação de futuras aberturas.

CENTROS COMERCIAIS:

- Volume de negócios reduziu 5%, reflectindo sobretudo a consolidação do Fundo Sierra Portugal em 42% face a 100% no 1T08. Numa base comparável, o volume de negócios foi semelhante ao do 1T08, explicado pelo crescimento de 2% das rendas fixas, numa base comparável, e pelo contributo dos 4 centros comerciais abertos em 2008;
- O EBITDA reduziu 7%, devido à previamente referida consolidação do Fundo Sierra Portugal em 42% e às maiores provisões para rendas reconhecidas no trimestre. Numa base comparável, o EBITDA diminuiu ligeiramente em 0.7%;
- CAPEX reflectiu o desenvolvimento dos projectos em carteira (nomeadamente Manauara, Loop5 e Leiria). No entanto, o ritmo de desenvolvimento de centros comerciais, no trimestre, foi inferior ao verificado no trimestre homólogo, encontrando-se dependente de financiamento disponível no mercado.

TELECOMUNICAÇÕES:

- Volume de negócios aumentou 1%, decorrente de um aumento sustentado dos seus clientes móveis, um claro sinal de sucesso do forte investimento realizado nos últimos 12 meses (rede e marca);
- EBITDA aumentou 33%, desempenho justificado sobretudo pelo negócio móvel, com reduções nos custos de interligação, relacionadas com as Tarifas de Terminação Móvel, e menores custos de Marketing e Vendas que compensaram a redução das receitas de roaming-in no trimestre;
- CAPEX incluiu sobretudo investimentos na divisão móvel. A redução no investimento entre os trimestres justifica-se pelo ambicioso plano de investimentos, terminado em 2008, direccionado para a expansão e aumento da cobertura e capacidade da rede móvel.