Resultados Anuais 2021

Sonae

Comunicado

Maia, 17 de março de 2022

Sonae aumenta volume de negócios em 5% para valor recorde superior a 7 mil milhões de euros

1. Principais destaques dos resultados de 2021

- Valor líquido do portefólio (NAV) ascendeu a 4 mil milhões de euros, aumentando 4,5%
- Retorno total acionista atingiu 61% em 2021, suportado por um aumento do preço das ações de 52%
- Volume de negócios consolidado superou 7 mil milhões de euros, crescendo 5,3% para valor recorde
- Vendas online agregadas cresceram 33% para 640 milhões de euros (M€)
- EBITDA subjacente ultrapassou os 600M€ e o EBITDA total atingiu 738M€, crescendo 18,4%
- Resultado líquido atribuível a acionistas superou os valores de 2020 e 2019, atingindo 268M€
- Dívida líquida diminuiu 540 M€ e liquidez disponível aumentou para cerca de 1,4 mil M€
- Investimento ascendeu a 474M€, dos quais 195M€ em aquisições
- Sonae adquiriu produtora britânica de alimentação saudável Gosh! e posições em empresas tecnológicas, reforçou participação na Sierra, abriu capital da MC e alienou participação na Maxmat
- Proposta de dividendo de 5,11 cêntimos de euro por ação, um aumento de 5% face a 2020, em linha com a política de dividendos da empresa
- 37% dos cargos de liderança eram desempenhados por mulheres no final de 2021, no rumo para atingir 39% em 2023
- Pegada ecológica melhorou, com redução das emissões de CO_2 e 74% de embalagens recicláveis

2. Mensagem de Cláudia Azevedo, CEO da Sonae

2021 foi um ano notável para a Sonae. Um ano de grandes progressos em circunstâncias muito desafiantes. Apesar das fortes restrições relacionadas com a pandemia e da manutenção de ambientes extremamente competitivos, continuámos a reforçar as nossas quotas de mercado em todo o portefólio. Fizemo-lo através da nossa dedicação e capacidade de execução, inovando na forma como servimos os nossos clientes, acelerando a digitalização em todo o grupo e, sobretudo, trabalhando juntos com renovada energia e ambição.

Globalmente, continuámos a crescer, ultrapassando 7 mil milhões de euros em volume de negócios pela primeira vez na nossa história, tendo as vendas online agregadas excedido 600M€. Conseguimos atingir este nível de crescimento mantendo ainda o nosso forte desempenho ao nível da rentabilidade, com o EBITDA consolidado a aumentar 18% em termos homólogos, para mais de 730M€.

Estou naturalmente orgulhosa destes resultados. Mas estou igualmente orgulhosa da forma como mantivemos o nosso foco no futuro. Coletivamente, investimos mais de mil milhões de euros durante o ano para melhorar

Para mais informações, contacte:

Diogo Simão
Diretor / BAN Corporate & Media Relations
M. +351 93 652 86 39 • E. ds@ban.pt

parques de lojas, renovar canais digitais, preparar instalações logísticas para o futuro, garantir as melhores redes digitais de nova geração e expandir o nosso portefólio de empresas para novas áreas de crescimento.

Mantivemos ainda uma atividade de M&A disciplinada e recorrente, tendo concluído importantes movimentos estratégicos. Estes movimentos incluíram a restruturação da operação da Worten em Espanha, as vendas da Maxmat e da MDS, a venda de 25% do capital da MC à CVC e as aquisições da Gosh! (alimentação de base vegetal) e da Deporvillage (retalhista online de desporto). A Bright Pixel continuou a investir em empresas de tecnologia de ponta, registando simultaneamente impressionantes valorizações do seu portefólio, nomeadamente nos seus três "unicórnios". A capacidade que demonstrámos nos últimos anos para gerir ativamente o nosso portefólio dá-me uma enorme confiança de que estamos a ser capazes de preparar melhor o grupo para o futuro.

Mesmo com um nível de investimento assinalável, fomos capazes de reduzir significativamente a alavancagem do grupo. O *Free Cash Flow* atingiu €681m e a dívida líquida reduziu mais de 500M€ para 563M€. Ainda mais importante foi o aumento significativo de valor do grupo em 2021. O NAV (valor líquido da Sonae) aumentou 4,5% para mais de 4 mil milhões de euros e o retorno total acionista atingiu 61%, um resultado notável quando comparado com a maioria dos índices de mercado europeus.

Atingimos estes resultados sem comprometer os nossos esforços de sustentabilidade. Na verdade, mantivemos a nossa trajetória firme no sentido de atingir o objetivo ambicioso de neutralidade carbónica em 2040. Em 2021, a Sonae duplicou o consumo de energias renováveis e reduziu as suas emissões de CO2 (âmbito 1 + 2) 16% (face a 2018). Continuámos também a progredir em termos de diversidade, com 37% dos cargos de liderança ocupados por mulheres, aproximando-nos da nossa meta de 39% até 2023. E, em tempos particularmente difíceis, aumentámos significativamente as contribuições para as nossas comunidades (+58% vs 2020, para 21 M€). O nosso compromisso com a sustentabilidade é bem evidente no aumento das linhas de crédito associadas ao nosso desempenho ESG, que hoje já representam mais de 60% do nosso financiamento de longo prazo.

Durante 2021, realizámos ainda um profundo exercício de reflexão sobre o nosso propósito, os nossos valores e a nossa identidade. Foi um processo verdadeiramente colaborativo, com a contribuição de dezenas de *stakeholders* internos e externos. Os resultados, anunciados em 2022, demonstram uma crença reforçada no nosso propósito, uma revigoração dos nossos valores e uma nova identidade corporativa. Pessoalmente, foi inspirador constatar que o nosso legado continua a estimular de forma tão acentuada pessoas de todas as gerações e de diferentes atividades e geografias. E foi também muito marcante reconhecermos coletivamente como este legado deve ser projetado no futuro com energia e ambição renovadas.

Enquanto escrevo estas palavras, a Europa está a enfrentar uma guerra. Uma guerra imposta a um país soberano sem qualquer motivo legítimo. Uma guerra que está a causar sofrimento a milhões de pessoas inocentes. Fiéis aos nossos princípios e aos compromissos estabelecidos por várias organizações internacionais às quais pertencemos, faremos a nossa parte na defesa dos valores da democracia e da paz, apoiando os mais afetados por este conflito.

2022 não trará menos incerteza nem menos desafios do que os últimos dois anos. Mas, mais do que nunca, estou confiante que estamos preparados para o futuro. Temos empresas muito fortes e líderes nos seus setores, conduzidas por equipas de elevada qualidade. Temos ainda uma situação financeira muito estável, o que nos permite explorar novas e atrativas oportunidades. E temos uma bússola moral no grupo, que será fundamental para criarmos um futuro mais sustentável para as próximas gerações. Temos os olhos postos no futuro, um futuro que queremos liderar, um futuro que celebra e respeita as pessoas, as comunidades e o planeta. Continuaremos neste caminho. Sempre criando, hoje, um melhor amanhã.

3. Análise consolidada

Valor líquido do portefólio cresceu 4,5% para 4 mil milhões de euros

2021 foi mais um ano afetado pela COVID-19, mas o desempenho dos negócios da Sonae superior ao dos respetivos mercados. Os programas de vacinação nas várias geografias permitiram uma recuperação significativa da atividade sobretudo na segunda metade do ano.

No final de 2021, o NAV (valor líquido do portefólio) da Sonae ascendeu a 4 mil milhões de euros, 1,2% acima do valor no final do trimestre anterior e 4,5% acima do valor no final de 2020, o que reflete o desempenho operacional de cada unidade de negócio bem como a atividade de gestão de portefólio ao longo dos últimos 12 meses. O retorno acionista atingiu 61% em 2021, com um forte desempenho do preço das ações de mais de 50%, num ano marcado pela incerteza e volatilidade nos mercados de capitais.

A Sonae manteve uma atividade de gestão de portefólio muito intensa durante o ano de 2021, com impacto significativo no NAV. No 2S21 a Sonae concluiu a venda de 24,99% do capital da MC à CVC Strategic Opportunities, por um montante inicial de 528M€, e adquiriu 95,4% da Gosh! Food, uma empresa de referência no Reino Unido no setor de produtos alimentares de origem vegetal, enquanto a MC concluiu a venda da sua participação de 50% na Maxmat ao grupo BME, com um encaixe líquido de 68M€. No último trimestre do ano, a Universo chegou a acordo para a alienação da sua participação de 50% na MDS ao The Ardonagh Group por 100M€, com uma mais-valia estimada de cerca de 74M€ (conclusão prevista para o 1S22). Durante o 1S21 a Worten comunicou o seu plano de restruturação em Espanha, a Sonae adquiriu uma participação adicional de 10% na Sierra e o Universo assinou um acordo de parceria com o Banco CTT para os próximos 5 anos. Ao longo do ano a Bright Pixel manteve a sua atividade de gestão de portefólio, tendo concluído a venda das suas participações na Bizdirect, Case on it e na CB4, e adquirido diversas participações minoritárias em empresas de base tecnologia, apresentando simultaneamente aumentou de valorização nas empresas do seu portefólio, detendo já 3 ativos com avaliações unicórnio no seu portefólio. A ISRG expandiu a sua presença digital e internacional com diversas aquisições, nomeadamente da espanhola Deporvillage.

Volume de negócios cresceu 5,3% e atingiu recorde superior a 7 mil milhões de euros

A maioria dos negócios consolidados registaram crescimentos ao nível das vendas e do EBITDA subjacente, apesar de ser um ano ainda impactado pelos confinamentos e restrições, sobretudo no 1S21. No conjunto do ano, o **volume de negócios consolidado** da Sonae superou 7 mil milhões de euros, crescendo 5,3% face ao ano anterior, sustentado principalmente pela MC e pela Worten que registaram novamente desempenhos operacionais muito positivos e reforçaram as suas posições de liderança. A NOS e a ISRG também registaram desempenhos sólidos, com fortes recuperações durante os últimos trimestres. As vendas online agregadas atingiram 640M€, representando um aumento de 33% em termos homólogos (+3x face a 2019), comprovando o sucesso do percurso de digitalização do grupo.

Em termos de rentabilidade, o EBITDA subjacente foi de 603M€ e o EBITDA consolidado atingiu 738M€, mais 18,4% do que no ano anterior, traduzindo o desempenho operacional positivo, juntamente com uma recuperação dos negócios consolidados pelo método de equivalência patrimonial e as mais-valias significativas da atividade de gestão de portefólio. Assim, o Resultado Direto ascendeu a 258M€, bem acima do valor de 2020. O Resultado Indireto situou-se em 73M€ em 2021, suportado principalmente pela evolução ascendente do valor do portefólio da Bright Pixel. Face ao crescimento dos negócios e ao sucesso da gestão ativa de portefólio, o **Resultado Líquido** da Sonae (atribuível a acionistas) atingiu 268M€, ficando acima dos valores de 2020 e 2019 e sendo o valor mais elevado dos últimos 8 anos.

Investimento ascendeu a 474 M€ e dívida diminuiu mais de 500 M€

No último exercício a Sonae investiu um total de 474M€, com o capex operacional a crescer 5,8% para 279M€. Relativamente à atividade de gestão do portefólio, a Sonae investiu 195M€ e encaixou 663M€ com a alienação de ativos, nomeadamente com a venda da participação minoritária da MC. Em suma, o *Free Cash Flow* (FCF) da Sonae (antes do pagamento de dividendos), em 2021, situou-se em 681M€, o qual, após o pagamento de dividendos (em maio 2021) conduziu a uma redução de mais de 500M€ da dívida líquida consolidada, para

563M€. No final de 2021, a Sonae detinha cerca de 1.400M€ de liquidez disponível (caixa e linhas de crédito disponíveis), um baixo custo de financiamento (1,0%) e um perfil sólido de maturidade da dívida (maturidade média acima de 4 anos). Além disso, em 2021 e até à data de reporte, foram concretizadas várias operações de refinanciamento, num montante total de 995M€, com melhoria das condições e maiores maturidades.

Grupo mais sustentável com redução da pegada ecológica, financiamentos ESG e apoio à comunidade

Durante 2021, os negócios da Sonae reduziram as suas emissões de CO_{2e} (âmbito 1 + 2) em 16% face a 2018, em linha com o compromisso do grupo de atingir uma redução de 54% até 2030. Em 2021, 74% das embalagens de plástico foram recicláveis, outro passo importante para alcançar o compromisso da Sonae de assegurar que o plástico dos seus produtos é 100% reutilizável, reciclável ou compostável até 2025.

O compromisso da Sonae com a sua estratégia de sustentabilidade também se refletiu na sua capacidade de obter financiamentos indexados à performance ESG. No final de 2021, 28% das linhas de financiamento de longo prazo já estavam associadas a um enquadramento sustentável, "Green" ou "ESG-Linked". Contudo, atualmente 62% das linhas de financiamento de longo prazo do Grupo já tinham um enquadramento sustentável, "Green" ou "ESG-Linked" (92% na Sonae SGPS, 56% na MC e 18% na Sierra), o que demonstra claramente o compromisso da Sonae e dos seus financiadores com a sustentabilidade social e ambiental.

Face à pandemia e às necessidades das comunidades onde desenvolve a sua atividade, a Sonae reforçou também o seu papel social em benefício de famílias e instituições em todo o país. O apoio direto à comunidade aumentou mais de 50% e superou os 20M€, envolvendo bens, competências e recursos financeiros.

Sonae criou mais de 750 empregos e tem mulheres em 37% dos cargos de liderança

Durante o ano de 2021 a Sonae e os seus negócios criaram mais de 750 postos de trabalho, com destaque para os negócios de retalho alimentar da MC e de moda da Zeitreel. Fruto deste crescimento, a Sonae terminou o ano de 2021 com cerca de 47 mil colaboradores nas empresas integralmente consolidadas. Este crescimento foi acompanhado por um reforço das mulheres em cargos de liderança, que representavam 37% no final de 2021, evidenciando claramente que a Sonae está no caminho certo para atingir a sua meta de 39% até 2023.

4. Análise operacional e financeira por negócio

MC cresce 6,3% e reforça posição de liderança

Num ano ainda marcado pela incerteza da pandemia, mas com uma normalização gradual do consumo, a unidade de retalho alimentar foi mais uma vez capaz de apresentar um forte desempenho ao nível das vendas, ao mesmo tempo que reforçou a sua posição de liderança. Os esforços da MC para endereçar as mudanças nas necessidades e preferências dos consumidores ao longo das diferentes fases da pandemia continuaram a revelar-se compensadores, com os consumidores a reconhecerem a proposta de valor distintiva da empresa. No global, o volume de negócios cresceu 6,3% em termos homólogos, com um LFL de 3,4%, atingindo 5.362M€ em 2021, sustentado quer pelos formatos alimentares quer pelos não alimentares, incluindo o negócio online de sucesso. Este desempenho sólido foi alcançado num contexto de baixa inflação dos produtos alimentares (abaixo de 1%), apesar de alguma aceleração no final do ano (1,6% no 4T21). No 4º trimestre, o volume de negócios cresceu 8,9%, com um LFL de 6,3%, impactado por uma época festiva favorável.

Em relação à rentabilidade, o EBITDA subjacente melhorou 5,0% para 537M€, apesar de alguma pressão nos preços de inputs específicos, como os custos de energia, e que tendo sido suportada pelos esforços contínuos da empresa em termos de eficiência e ganhos de produtividade

Em termos acumulados, e ao longo dos últimos dois anos que foram severamente afetados pela pandemia, a MC fortaleceu o seu papel no mercado de retalho alimentar português e cresceu mais de 16%. As vendas online cresceram 2,3 vezes em dois anos, representando já 3,0% do volume de negócios.

Relativamente ao seu plano de expansão, a MC abriu 64 novas lojas próprias (incluindo mais 12 lojas Continente Bom Dia), representando mais 25 mil metros quadrados de área de venda, e modernizou 17 unidades de retalho alimentar. Globalmente, o investimento total foi de 200M€.

Worten cresce 8,8% LfL e vendas online já representam 17,5% do volume de negócios

2021 foi outro ano positivo para a Worten. Após uma resposta notável à pandemia em 2020 e um processo de restruturação em Espanha Continental, a empresa apresentou resultados sólidos suportados pela sua proposta omnicanal líder, incluindo o seu *marketplace* líder em Portugal e o segmento de serviços em crescimento. Assim, em 2021, a Worten apresentou um forte crescimento LFL de 8,8% (+3,1% no 4T21), impulsionado pelas operações em Portugal e Espanha e em todos os canais, com o volume de negócios a atingir 1.175M€. As vendas *online* foram o principal fator de crescimento, registando um desempenho extraordinário de mais de 200M€, um crescimento de quase 3x em 2 anos e com um peso de 17,5% no volume de negócios.

A Worten tem feito um caminho importante no seu *marketplace*, com a entrada em novas categorias de produto e com planos para continuar a crescer. Para além disto, tem vindo a expandir a sua área de serviços e, após a aquisição em 2020 da iServices, em 2021 adquiriu a Zaask, uma plataforma *online* de contratação de serviços para a casa, e a Satfiel, especialista na reparação de eletrodomésticos e equipamentos eletrónicos e informáticos.

Em termos de rentabilidade, o desempenho positivo das vendas da Worten e o processo de reposicionamento em Espanha contribuíram para uma melhoria do EBITDA subjacente para 78M€ em 2021, 4M€ acima do ano passado e 21M€ acima de 2019, com uma margem de 6,6%.

Sierra apresenta lucro de 15M€ e regista valorização de ativos para 925M€

Em 2021, os centros comerciais continuaram a ser afetados pelo contexto pandémico. No entanto, o abrandamento dos confinamentos e outras restrições ao longo do ano, na maioria das geografias europeias onde opera, e a consequente melhoria na confiança do consumidor, permitiram que a atividade da Sierra começasse a recuperar, com diferentes iniciativas implementadas para atrair os visitantes aos centros comerciais. Em resultado, a Sierra registou progressos operacionais neste caminho de recuperação, com as vendas dos lojistas e o número de visitantes, no final do ano, próximos dos níveis de 2019 e uma taxa de ocupação de 96,2% (98,7% em Portugal).

Numa base contabilística proporcional, em 2021 a Sierra atingiu um resultado líquido positivo de 15M€ (-42M€ em 2020), com um contributo de 9M€ do 4T21. Como resultado, o NAV da Sierra de acordo com a metodologia INREV, ascendeu a 925M€ no final de 2021, +2,6% quando comparado com o final de 2020, devido ao resultado líquido e ao impacto cambial positivo.

Zeitreel melhora vendas e rentabilidade e beneficia das estratégias de internacionalização

Após um ano de 2020 desafiante, e ao contrário das expectativas iniciais, 2021 ainda foi um ano com um impacto relevante da pandemia no negócio da moda (com as marcas a enfrentarem restrições às operações de retalho mais severas do que no ano passado). Em retrospetiva, 2021 foi composto por dois períodos diferentes: um primeiro semestre desafiante com as lojas fechadas em Portugal durante 11 semanas (e várias restrições nos mercados internacionais) e um segundo semestre com uma melhoria lenta, com as restrições relacionadas com a COVID-19 (nomeadamente em termos de capacidade das lojas e horários de funcionamento) a serem aliviadas gradualmente, mas não completamente.

O 4T21 demonstrou uma recuperação sólida em todas as marcas e nos canais principais (compensando até o adiamento para 2022 da época de saldos outono-inverno no mercado português), conduzindo a um aumento do volume de negócios de 2,6% em termos homólogos (+7,2% LFL) para 115M€. O desempenho deste último trimestre permitiu que a empresa atingisse um volume de negócios total de 345M€ em 2021, ligeiramente acima do valor de 2020. Estes resultados tiverem um contributo especialmente positivo dos negócios internacionais B2B (*wholesale* e *franchising*), que apresentaram um forte crescimento, e demonstraram desenvolvimentos relevantes em todas as marcas - a Salsa desenvolveu vários conceitos de "*woman jeans corner*" com parceiros multimarca líderes; a MO conseguiu um novo parceiro internacional de gestão de categorias; e a Zippy e a Losan beneficiaram de uma abordagem de *wholesale* conjunta com as duas marcas e uma proposta de valor mais forte, atingindo um crescimento de dois dígitos face a 2020.

Em termos de rentabilidade, a Zeitreel conseguiu registar um EBITDA subjacente sólido de 27M€, um aumento de 14M€ quando comparado com o ano passado. Importa destacar que esta melhoria da rentabilidade foi

atingida num contexto desafiante, nomeadamente com aumentos relevantes em linhas de custo, como energia e salários, e com graves disrupções na cadeia de abastecimento.

Universo cresce 28% no 4T e supera mil milhões de euros de produção, enquanto cristaliza valor na MDS

Nos serviços financeiros, 2021 foi o segundo ano impactado pela pandemia, no entanto, o alívio gradual das restrições e alguma recuperação a nível macroeconómico ao longo do ano, conduziram a uma melhoria dos níveis de produção e atividade. O nível de produção aumentou 10% em termos homólogos, atingindo mil milhões de euros, impulsionado por uma recuperação do consumo privado que impactou positivamente segmentos de negócio como compras em lojas, transferências, pagamentos e crédito pessoal. No que respeita à base de clientes, o Universo tem feito um percurso positivo, com um aumento de 95 mil face a 2020, atingindo 965 mil no final de 2021. Além disso, a empresa continuou a expandir a sua presença digital, reforçando o peso dos clientes digitais para cerca de 61% da base de clientes total.

Durante o 4T21, o volume de negócios do Universo ultrapassou o valor do ano anterior em 28,0%, principalmente devido à melhoria do contexto macroeconómico, finalizando o ano com um volume de negócios de 31M€. Entretanto, em dezembro de 2021, a empresa chegou a um acordo (conclusão prevista para o 1S22) para a alienação da sua participação de 50% na MDS ao The Ardonagh Group, com um encaixe de 100M€ e uma mais-valia estimada de 74M€.

Bright Pixel capitaliza investimento em tecnologia

Em 2021, num contexto de investimento desafiante, a Bright Pixel conseguiu investir num conjunto de novas participações minoritárias (nomeadamente nos setores de tecnologia de retalho e de cibersegurança), reforçou a participação em algumas empresas do portefólio, realizou 3 saídas e algumas vendas parciais e viu uma terceira empresa do seu portfólio a atingir o estatuto de unicórnio. Conforme mencionado nos trimestres anteriores, a Bright Pixel adquiriu participações minoritárias na Sellforte, Portainer.io e Citcon e, no 4T21, entrou no capital da SafeBreach, uma empresa de cibersegurança pioneira no mercado de simulação de ataques cibernéticos e uma plataforma de validação contínua de segurança amplamente utilizada a nível global. Em termos de desinvestimentos, durante 2021 a Bright Pixel vendeu parte da sua participação na Arctic Wolf e a totalidade das participações na Bizdirect, CB4 e Case on It, com um encaixe total bruto de 48M€ e mais valias brutas de 23M€.

De um modo geral, o capital investido no portefólio ativo, no final de 2021, situou-se em 168M€ e o respetivo NAV atingiu 395M€, representando uma forte melhoria durante o ano que reflete os novos investimentos realizados e conquistas notáveis nas empresas das participações minoritárias, nomeadamente na Arctic Wolf, Feedzai e Safetypay.

Em termos de desempenho operacional, a Bright Pixel continua a registar uma melhoria das vendas (+11,5% em termos homólogos), impulsionada pelo desempenho do portefólio de cibersegurança.

NOS tem posição de liderança no 5G e regista crescimento de 57% dos resultados

Nas telecomunicações, importa destacar que, no 4T21, a NOS conseguiu adquirir a maior quantidade de espectro 5G em Portugal, reforçando a sua posição de liderança na revolução digital, e em novembro foi o primeiro operador a lançar uma oferta comercial de 5G no país.

Em termos operacionais e financeiros, os resultados da NOS foram marcados por um sólido desempenho em todos os segmentos. No 4T21, o volume de negócios aumentou 8,8% em termos homólogos. Para o segmento de media e entretenimento foi o melhor trimestre desde o início da pandemia, devido a menores restrições e ao maior êxito dos filmes exibidos e distribuídos. No total, o volume de negócios aumentou 4,6% em termos homólogos, em 2021, para 1,4 mil milhões de euros.

Em termos de rentabilidade, no 4T21 o EBITDA cresceu 6,3% face ao 4T20, o segundo trimestre consecutivo com crescimento de EBITDA, em termos homólogos, desde o 4T19. Globalmente, o EBITDA atingiu 618M€ em 2021, representando um aumento de 2,5% em termos homólogos. O resultado líquido foi de 24M€ no 4T21 e de 144M€ em 2021, 57% acima do ano passado, implicando uma maior contribuição pelo método de equivalência patrimonial para os resultados da Sonae.

ISRG supera mil milhões de vendas com crescimento de dois dígitos e aquisições

Para a ISRG, o 3T21 (agosto-outubro) foi mais um trimestre forte em termos de desempenho operacional, refletindo o alívio gradual das restrições relacionadas com a pandemia. Nos últimos 12 meses, a ISRG atingiu um desempenho notável, mais uma vez num contexto desafiante: as vendas cresceram 35% em termos homólogos, suportadas principalmente por uma forte recuperação das vendas das lojas e do número de visitantes, face a um 2020 significativamente afetado pela pandemia. Um fator-chave de crescimento foi o canal online que já representa cerca de 14% do volume de negócios total, suportado pelo contributo dos novos negócios adquiridos e uma taxa de crescimento de dois dígitos nas marcas originais, em termos homólogos.

Em termos de rentabilidade, a ISRG registou também um forte desempenho, com o EBITDA a ultrapassar os 100M€, uma das metas de médio prazo comunicadas pelo grupo em 2018.

De um modo geral, o desempenho da ISRG implicou um maior contributo do método de equivalência patrimonial para os resultados da Sonae, com um valor positivo nos U12M 21 de 17M€ (7M€ no trimestre). O desempenho da empresa no último trimestre do seu ano fiscal manteve esta tendência, com as vendas a ultrapassarem mil milhões de euros anuais pela primeira vez.

Conforme reportado anteriormente, no final de junho a ISRG adquiriu 80% da Deporvillage, um retalhista online de equipamento de desporto e, em julho, expandiu para uma nova geografia adquirindo a Sports Unlimited Retail que opera na Holanda com as marcas Perry Sport e Aktiesport. Além disso, em agosto, a ISRG adquiriu 50,1% da Bodytone International Sport, um produtor espanhol e distribuidor internacional de equipamentos de *fitness*.

5. Proposta de dividendo

Tendo em consideração os Resultados Líquidos do exercício de 2021, e de acordo com a política de dividendos seguida pela Sonae, o Conselho de Administração irá propor à Assembleia Geral Anual de Acionistas o pagamento de um dividendo de 0,0511 euros por ação, 5% acima do dividendo distribuído no último ano. Este dividendo corresponde a uma *dividend yield* de 5,1%, com base na cotação de fecho de 31 de dezembro de 2021 (que se situou em 1,003€), e a um *payout* ratio de 38% do resultado direto consolidado.

6. Indicadores financeiros

Dados Chave Milhões de euros	31.12.20	31.03.21	30.06.21 R	30.09.21	31.12.21
Valor líquido do portefólio (NAV)	3.843	3.868	3.695	3.967	4.015
Capitalização Bolsista	1.323	1.557	1.600	1.817	2.006
Dívida Líquida	1.103	1.519	1.496	857	563

		1 ano	3 anos	5 anos	10 anos
Retorno total acionista		61%	14%	8%	13%

Demonstração de resultados consolidados Milhões de euros	2020[R]	2021	Var	4T20 [R]	4T21	Var
Volume de negócios	**6.673**	**7.023**	**5,3%**	**1.884**	**2.009**	**6,7%**
EBITDA subjacente	**576**	**603**	**4,5%**	**183**	**187**	**2,2%**
Margem de EBITDA subjacente	8,6%	8,6%	-0,1pp	9,7%	9,3%	0,4pp
Resultados método equivalência patrimonial (1)	41	84	-	11	20	78,5%
Itens não recorrentes	6	52	-	-2	1	-
EBITDA	**624**	**738**	**18,4%**	**193**	**208**	**7,9%**
Margem EBITDA	9,3%	10,5%	1,2pp	10,2%	10,3%	0,1pp
EBIT	**213**	**369**	**73,5%**	**88**	**108**	**23,0%**
Resultado financeiro líquido	-106	-106	-0,1%	-24	-27	-13,4%
Impostos	8	-6	-	11	7	-
Resultado direto	**114**	**258**	**-**	**75**	**88**	**17,8%**
Resultado indireto	-59	73	-	-5	49	-
Resultado líquido total	**56**	**331**	**-**	**70**	**137**	**96,7%**
Interesses sem controlo	15	-63	-	5	-28	-
Resultado líquido atribuível a acionistas	**71**	**268**	**-**	**75**	**109**	**45,6%**

R: Reexpresso. Maxmat na MC e Bizdirect na Bright Pixel foram classificadas como detidas para venda e todos os períodos de 2020 e 2021 foram reexpressos para as incluir como operações descontinuadas.
(1) Resultados pelo método de equivalência patrimonial: inclui resultados diretos pelo método de equivalência patrimonial das contas estatutárias da Sierra, resultados relacionados com investimentos consolidados pelo método de equivalência patrimonial (principalmente NOS/Zopt e ISRG) e resultados de operações descontinuadas.