

RESULTADOS

Sonae Retalho acelera 6,6% até setembro

A divisão de retalho da Sonae alcançou um volume de negócios de 4.067 milhões de euros nos primeiros nove meses do ano. A área alimentar cresceu acima da média do mercado

Rita Gonçalves

mailto:rgoncalves@hipersuper.pt
photo: DR

A divisão de retalho da Sonae alcançou um volume de negócios de 4.067 milhões de euros nos primeiros nove meses do ano, um crescimento de 6,6% face ao período homólogo, revelou o grupo da Maia em comunicado enviado à CMVM (Comissão do Mercado de Valores Mobiliários), com os resultados acumulados até setembro.

O EBITDA (lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização) subjacente do retalho registou 237 milhões de euros no período de referência, mais 18 milhões de euros. Concretamente, a área de retalho alimentar concretizou “um crescimento superior ao da média do mercado”, explicou o grupo. Com um volume de negócios de 2.814 milhões de euros, a Sonae MC cresceu 4,8% até setembro. “Este desempenho beneficiou de uma variação de vendas no universo



comparável de lojas de 0,5% e, ainda, do contributo da expansão”. Nos primeiros nove meses, a divisão alimentar inaugurou dez supermercados de proximidade Continente Bom Dia. Já os resultados do retalho especializado acumulados até setembro evoluíram em todos os negócios. A insígnia de eletrónica de consumo e entretenimento Worten fechou os primeiros nove meses com um volume de vendas de 689 milhões de euros, mais 8,8%. “A operação de ecommerce manteve um forte desempenho, registando um aumento de vendas em todas as geografias, em especial em Espanha, mercado onde as vendas online cresceram mais de 50% desde o início do ano”, comentou a multinacional portuguesa.

A divisão “Sports&Fashion”, por sua vez, aumentou o volume de negócios a duplo dígito para um total de 437 milhões de euros até setembro. Este

resultado (+16,8%) beneficiou do desempenho da insígnia de moda Salsa e “confirma o sucesso dos ajustes na proposta de valor dos formatos ‘fashion’ no portefólio original, que registaram fortes evoluções na variação de vendas no universo comparável de lojas”, com exceção da insígnia de desporto Sport Zone.

A divisão Sonae RP, unidade de negócio que gere o portefólio de imobiliário de retalho do grupo, incluía no final de setembro 20 lojas Continente, 59 lojas Modelo Continente e 30 unidades Continente Bom Dia, correspondendo a um valor contabilístico bruto de 1.255 milhões de euros. O volume de negócios desta unidade está em linha com o período homólogo (69 milhões de euros).

A insígnia de materiais de construção e bricolage Maxmat, por sua vez, alcançou um volume de negócios de 58 milhões de euros nos primeiros

nove meses de 2017, mais 8,1%.

Já a empresa que dedica atividade ao negócio dos centros comerciais, a Sonae Sierra, faturou 162 milhões de euros, em linha com o ano anterior (+0,8%).

INVESTIMENTO DESACELERA NOS PRIMEIROS 9 MESES

Globalmente, o volume de negócios da Sonae evoluiu 6,9% no período de referência para 4.115 milhões de euros. O EBITDA subjacente do grupo aumentou 19 milhões de euros para um total de 221 milhões de euros. Já o resultado líquido financeiro atingiu um valor negativo de 29 milhões de euros até setembro, ainda assim representa uma melhoria de oito milhões face ao ano anterior.

O investimento na aquisição ou melhoria de bens de capital totalizou 202 milhões, menos 31,2% em termos homólogos. “Este desvio deve-se, principalmente, ao menor Capex da Sonae “Sports&Fashion”, devido ao investimento relacionado com a aquisição da Salsa, no segundo trimestre de 2016”, sublinhou o grupo. **H**

28º ANIVERSÁRIO

“ Para os que se interessam, para os que querem sempre saber mais, para os que querem conhecer tudo o que respeita à produção, distribuição e consumo, dentro e fora de Portugal, a imprensa especializada tem proporcionado, ao longo destes últimos trinta anos, uma informação de qualidade, com um âmbito largo e profundo de análise e conteúdo do fenómeno do consumo”

JOSÉ ROUSSEAU, consultor e docente universitário

“ A imprensa especializada de qualidade representa, para os profissionais a quem se dirige, o ar fresco de novas ideias, as tendências que vêm a caminho, o networking indispensável, as notícias que nos mantêm atualizados com o nosso dia a dia, os caminhos por onde se constrói o futuro e, ainda, o contacto com as lateralidades que preenchem os poucos espaços vazios da nossa vida profissional. Parabéns HIPERSUPER!”

JOSÉ COSTA FARIA, diretor Comercial&Marketing, Sales&Marketing Director da Gefco Portugal

“ A imprensa especializada ligada ao setor de bens de grande consumo, como é o caso do HIPERSUPER, a quem felicito pelos seus 28 anos, é uma privilegiada plataforma de comunicação entre parceiros de negócio e uma montra credível para a oferta das marcas e das melhores práticas do mercado”

NUNO PINTO DE MAGALHÃES, diretor de Comunicação e Relações Institucionais da Sociedade Central de Cervejas e Bebidas