

Para informações adicionais contactar:
Cristina Amorim
Responsável para as Relações com
Investidores
Tel.: + 351 227 475 425
corticeira.amorim@amorim.com

www.corticeiraamorim.com

Corticeira Amorim, SGPS, S.A.
Sociedade Aberta
Edifício Amorim I
Rua de Meladas, n.º 380
4536-902 Mozelos VFR
Portugal

Capital Social: EUR 133 000 000,00
C.R.C. Sta. Maria da Feira
Matrícula e NIPC: PT 500 077 797

Sobre Corticeira Amorim SGPS, S.A.:
Tendo iniciado a sua atividade no século XIX, a Corticeira Amorim tornou-se na maior empresa transformadora de produtos de cortiça do mundo, gerando um volume de negócios superior a 600 milhões de euros em 103 países. A Corticeira Amorim e as suas subsidiárias fazem parte de um esforço concertado para a conservação e preservação de milhões de sobreiros espalhados pela bacia do Mediterrâneo. Temos orgulho da nossa contribuição na correta utilização desta importante floresta que desempenha um papel fundamental na fixação de CO₂, na preservação da biodiversidade e no combate à desertificação. Para saber mais informação convidamo-lo a visitar páginas informativas na Internet como

www.amorim.com ou
www.amorimcork.com

Vendas da Corticeira Amorim ultrapassam os 156 milhões de euros no trimestre

Destaques:

- *Melhor trimestre de vendas potencia aumento de 16% do EBITDA para 27,6 M€*
- *Lucros no trimestre aumentam para 13,9 M€*
- *Crescimento de vendas em todas as Unidades de Negócio*

A Corticeira Amorim encerrou a atividade do primeiro trimestre do ano com um resultado líquido de 13,9 milhões de euros, um crescimento de 64,7% face ao trimestre homólogo (8,4M€).

A atividade empresarial assentou num crescimento assinalável das vendas, que atingiram 156,7M€, um aumento de 6,3% face aos primeiros três meses de 2015 (147,4M€). De destacar que, para esta evolução, contribuíram todas as Unidades de Negócio (UN) da Corticeira Amorim, sobretudo por um efeito de volume.

Para este desempenho positivo, é de destacar o papel da UN Rolhas, que continua a mostrar uma ótima dinâmica de vendas (+7,8%), assim como o retomar do crescimento de vendas na UN Revestimentos, em claro contraste com os trimestres anteriores.

No período em análise, e ao contrário da realidade dos exercícios anteriores, esta evolução de resultados beneficiou de um impacto cambial inferior a 1M€.

O EBITDA registou uma variação positiva, tendo-se fixado nos 27,6 M€, um aumento de cerca de 16% *versus* o primeiro trimestre de 2015. Este desempenho derivou da também evolução favorável dos custos

operacionais, o que permitiu um rácio de 17,6% sobre as vendas, acima do atingido no primeiro trimestre de 2015, que foi de 16,2%.

Em linha com o que vem sendo observado, o 1º trimestre de 2016 fica também marcado por uma melhoria adicional do desempenho financeiro, resultante de taxas de juro e de um nível de endividamento inferiores aos do trimestre homólogo.

Todas as Unidade de Negócio apresentam crescimento das vendas

A **Unidade de Negócio Matérias-Primas** apresentou um crescimento de atividade - +7,6% - em consonância com a evolução positiva registada na UN Rolhas, o seu principal cliente.

O valor do EBITDA foi de 3,8 M€, uma redução face ao trimestre homólogo, cujo valor foi de 6,5M€, justificada pelo aumento de preço da cortiça na campanha de 2014. O controlo dos custos operacionais e o aumento da atividade permitiram atenuar parcialmente este efeito.

As vendas da **Unidade de Negócio Rolhas** atingiram os 102,4 M€, um aumento de 7,8%, impulsionado pelo volume e, principalmente, pelo efeito *mix*, impactado pela evolução positiva das rolhas naturais, o produto de maior valor acrescentado desta UN. De salientar ainda o efeito da constituição, no segundo semestre de 2015, de duas novas empresas distribuidoras (USA e Portugal).

O aumento da atividade, o melhor *mix* de vendas e custos operacionais estáveis resultaram numa valorização do EBITDA em 36% para os 17,8 M€.

A **Unidade de Negócio Revestimentos** apresentou um crescimento de vendas de 4,1% para os 29,7 M€.

Para este desempenho, foi determinante o crescimento de vendas dos produtos fabricados, em que se destaca a inovadora coleção de pavimentos Hydrocork que, tendo sido lançada no início de 2015, representa já uma importância que excede os 10% de vendas desta UN.

O EBITDA registou um valor de 2,8 M€, um aumento considerável tendo em conta os 1,8 M€ apresentados no trimestre homólogo.

A **Unidade de Negócio Aglomerados Compósitos** registou vendas de 24,4 M€, um aumento de 5% em relação ao trimestre homólogo, mesmo sem beneficiar do efeito cambial.

O segmento de *Furnishings*, do *cluster* Retalho, e o fornecimento de *inlays* para a gama de pavimentos Hydrocork, da UN Revestimentos, sustentam de forma significativa este crescimento.

O EBITDA ascendeu a 4,4 M€, um indicador que mais do que duplicou em relação ao alcançado no mesmo trimestre de 2015, cujo valor foi de 2,1 M€.

Com 2,9M€ de vendas - mais 25% do que nos primeiros três meses de 2015 - a **Unidade de Negócio Isolamentos** apresentou o maior crescimento de todas as UN, um a evolução amplamente justificada pelo crescimento de vendas do aglomerado de cortiça expandida e da solução MDFachada.

O EBITDA apresentou uma variação favorável de 29%, atingindo os 0,7 M€.

Principais Indicadores

	1T16	1T15	Varição
Vendas	156.691	147.351	6,3%
Margem Bruta – Valor	82.406	79.176	4,1%
	¹⁾ 51,7%	49,7%	+ 2, p.p.
Gastos operacionais correntes (incl. depreciações)	61.296	61.582	-0,5%
EBITDA corrente	27.597	23.803	15,9%
EBITDA/Vendas	17,6%	16,2%	+ 1,5 p.p.
EBIT corrente	21.110	17.594	20,0%
Gasto não recorrentes	²⁾ 1.680	2.909	-42,2%
Resultado líquido (atribuível aos accionistas)	13.913	8.446	64,7%
Resultado por acção	0,105	0,067	56,3%
Dívida remunerada líquida	87.123	90.340	- 3.217
Dívida remunerada líquida/EBITDA (x)	³⁾ 0,83	0,96	-0,13 x
EBITDA/juros líquidos (x)	⁴⁾ 82,3	54,7	27,61 x
Autonomia financeira	⁵⁾ 55,0%	50,9%	+ 4, p.p.

1) Sobre o valor da produção

2) Valores referem-se a provisão relativa a processos judiciais laborais e alfandegários na Amorim Argentina, gastos a reconhecer relativo a negócios iniciados no exercício anterior e acerto referente a interesses que não controlam (2016) e abate de Goodwill (2015)

3) Considerou-se o EBITDA corrente dos 4 últimos trimestres

4) Juros líquidos incluem o valor dos juros suportados de empréstimos deduzidos dos juros de aplicações (exclui I. Selo e comissões).

5) Capitais Próprios / Total balanço