



**AMORIM**

**Corticeira Amorim, S.G.P.S., S.A.**

**Contas consolidadas**

**31 de Dezembro de 2010**

## ☐ Contas consolidadas

- Destaques
- Principais indicadores consolidados

## ☐ Matérias-Primas

- Principais indicadores
- Destaques

## ☐ Rolhas

- Principais indicadores
- Destaques

## ☐ Revestimentos

- Principais indicadores
- Destaques

## ☐ Aglomerados Compósitos

- Principais indicadores
- Destaques

## ☐ Isolamentos

- Principais indicadores
- Destaques

## ☐ Anexos

- Indicadores consolidados
- Demonstrações financeiras



# Contas consolidadas

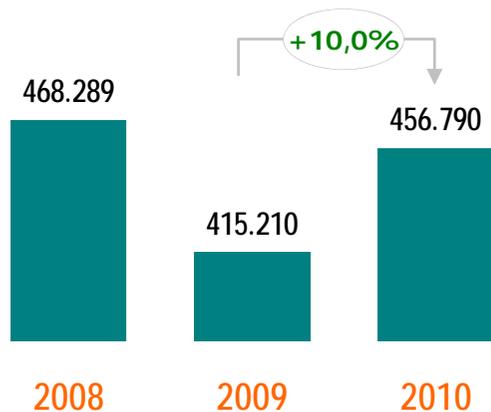
- Destaques
- Principais indicadores consolidados

Unidade: milhares de euros

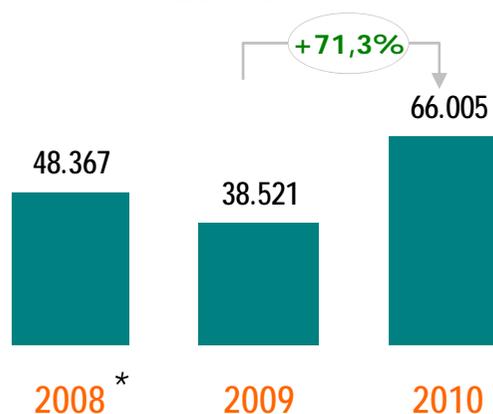
- ❑ Vendas de 457 M€ (+10%)
- ❑ EBITDA de 66 M€ (+71%), representando 14,4% das vendas (2009: 9,3%).
- ❑ Resultado líquido atinge 20,535 M€ (2009: 5,111 M€)
- ❑ Dívida remunerada líquida de 102 M€, compara com 139 M€ de 2009 e 223 M€ no final de 2008
- ❑ Autonomia Financeira atinge os 47,8% (se excluído var. acções próprias e Caixa empolado: 50,8%)

# Principais indicadores consolidados

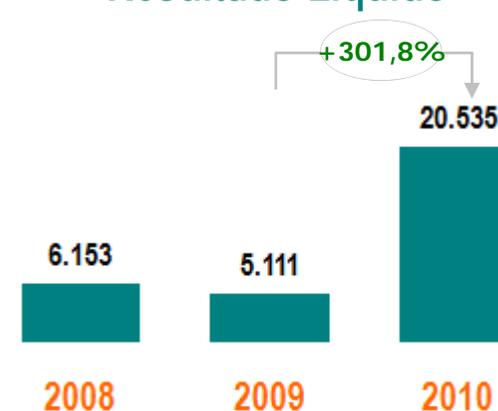
## Vendas



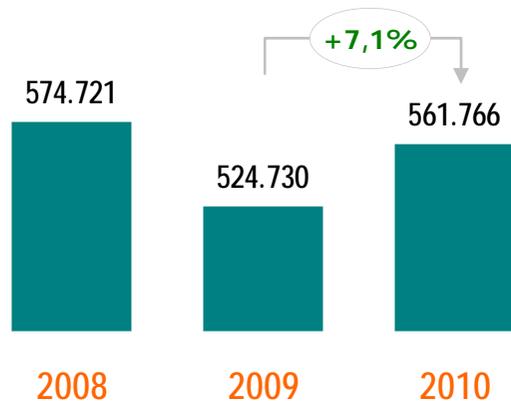
## EBITDA



## Resultado Líquido



## Total do Activo



## Endividamento Líquido



\* Valor corrente de EBITDA inclui gastos não recorrentes



Unidade de Negócios:

# Matérias-Primas

- Principais indicadores
- Destaques

Unidade: milhares de euros

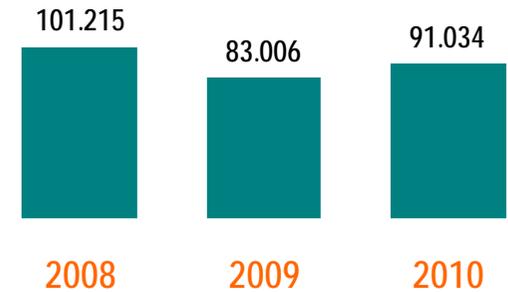


# Destaques e principais indicadores

## ☐ Aprovisionamento

- A campanha 2010 assegurou, em quantidade e qualidade, a cortiça necessária à laboração para todo o ano de 2011;
  - Aumento da quantidade comprada de matérias-primas;
  - Preço médio de aquisição, tanto em Portugal como em Espanha, a registar uma subida.

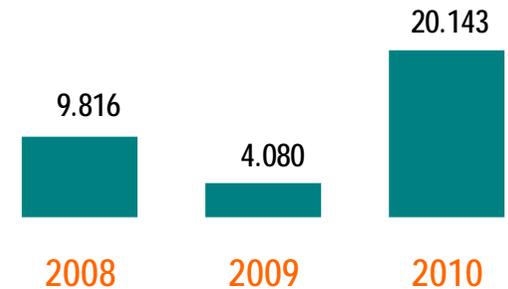
## Vendas



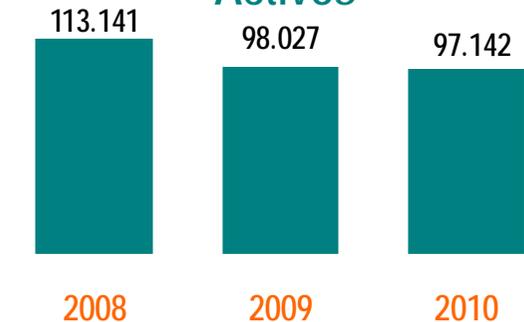
## ☐ Actividade industrial

- A subida verificada nas vendas acompanhou a subida da actividade consolidada, em especial a apresentada pela UN Rolhas (+12,7% para a cadeia de valor acrescentado do Grupo apresentando uma descida para clientes externos);
- A partir do segundo trimestre do ano deixaram de ser laboradas cortiças da campanha de 2008: relação preço/qualidade mais favorável -> melhoria ao nível da Margem Bruta;

## EBITDA



## Activos\*



\* Não inclui Impostos Diferidos Activos e saldos não comerciais com empresas do Grupo. | 7

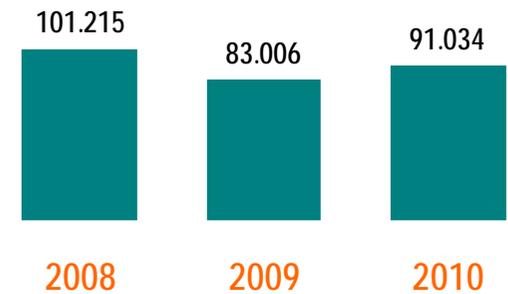


# Destques e principais indicadores

## ☐ Actividade industrial (cont.)

- Melhoria da Margem bruta, aumento da actividade e contenção ao nível dos custos operacionais resultaram num crescimento do EBITDA da UN.

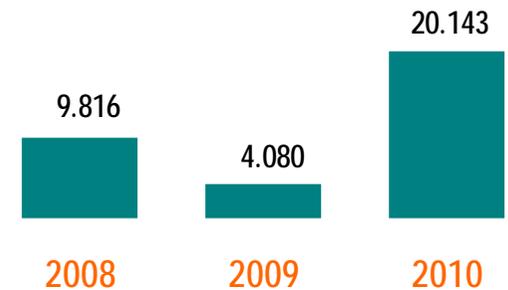
### Vendas



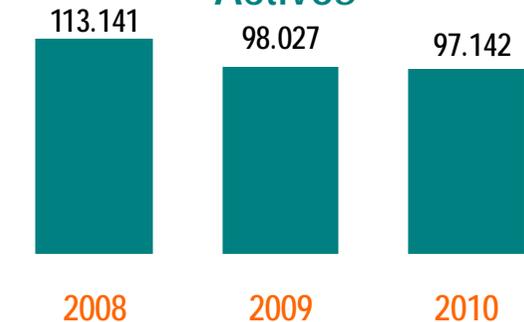
## ☐ Perspectivas

- Rentabilidade ligeiramente desfavorável (preços da campanha 2010 mais elevados)
- Investimento para aumentar a capacidade de armazenagem e produção (maiores quantidades compradas em 2010)

### EBITDA



### Activos\*



\* Não inclui Impostos Diferidos Activos e saldos não comerciais com empresas do Grupo. | 8



Unidade de Negócios:

# Rolhas

- Principais indicadores
- Destaques

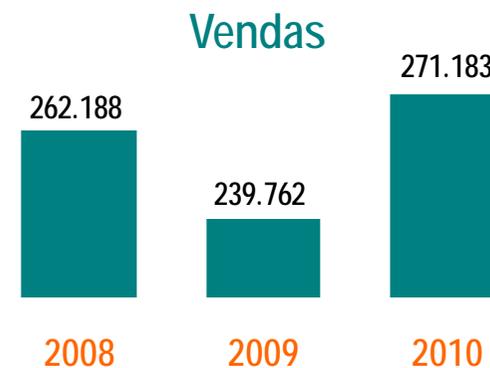
Unidade: milhares de euros



## Destques e principais indicadores

### ☐ Actividade – vendas: +13,1%

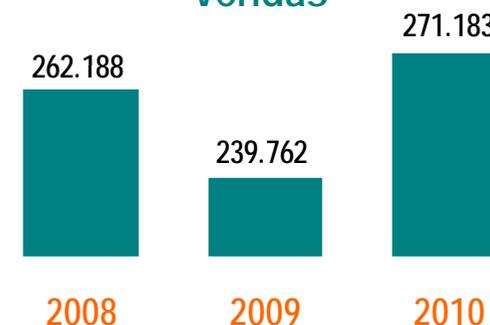
- Vendas com crescimento em todos os grandes mercados geográficos (except. África do Sul);
  - Efeito volume justifica praticamente todo o crescimento
- Crescimento em volume e valor em todas as famílias de rolhas;
  - Pela primeira vez ultrapassou-se a barreira dos 3 mil milhões de rolhas vendidas
- R. Naturais e Twin Top® inverteram tendência de descida apresentando subida de 13% e 3%;
- Registo de elevados crescimentos nas Rolhas de Champanhe (23%) e Rolhas Neutrocork® (27%);



## ☐ Actividade (cont.)

- Crescimento das vendas superior ao crescimento do próprio mercado;
- Desempenho ao nível das vendas e controlo de custos operacionais são os principais justificativos do crescimento do EBITDA

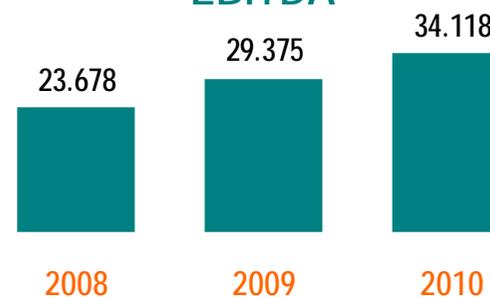
### Vendas



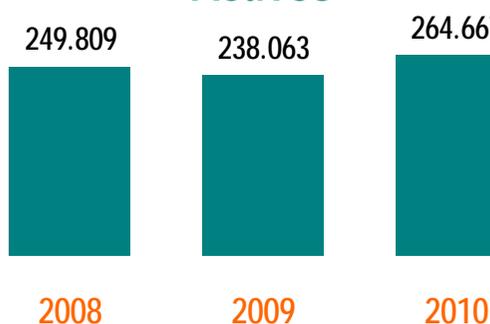
## ☐ Perspectivas

- Aumento de exigência por parte do cliente final ao nível qualitativo e de preço dos produtos;
- Reforço da estrutura de produção;
- Racionalização e evolução tecnológico dos processos industriais;
- Aumento de quota de mercado.

### EBITDA



### Activos\*



\* Não inclui Impostos Diferidos Activos e saldos não comerciais com empresas do Grupo.



Unidade de Negócios:

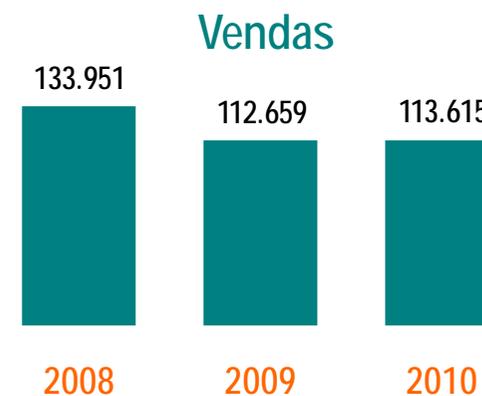
# Revestimentos

- Principais indicadores
- Destaques

Unidade: milhares de euros

### ☐ Actividade – vendas: +7% (produtos fabricados)

- Tónica de crescimento baseada nos produtos fabricados (+7%);
- Desempenho positivo das vendas das gamas Corkstyle e LVT;
- As vendas de mercadorias (madeiras/laminados), apresentaram uma descida de 20%;
- Vendas consolidadas crescem 0,8%;
- Mercado do leste da Europa, bem como o da América do Norte com evolução positiva;



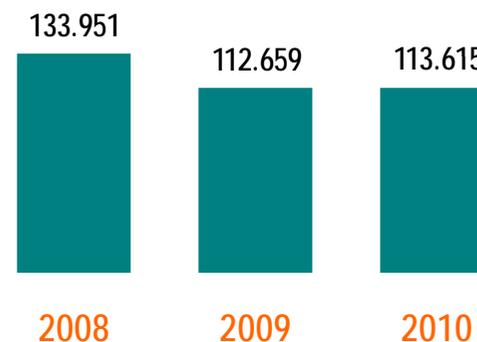
## ☐ Actividade – vendas: +7% (produtos fabricados)

- Mercados nórdicos, em especial a Dinamarca, com evolução negativa;
- Crescimento da venda de produtos fabricados e redução de custos operacionais justificam crescimento do EBITDA

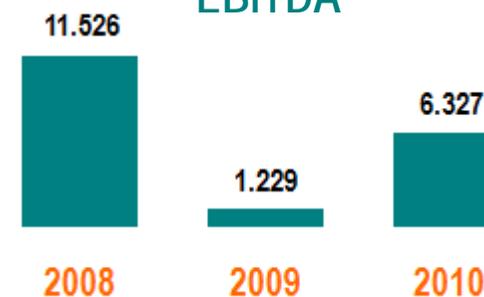
## ☐ Perspectivas

- Consolidação dos projectos de optimização industrial
- Novos mercados (aproveitando a campanha da cortiça)

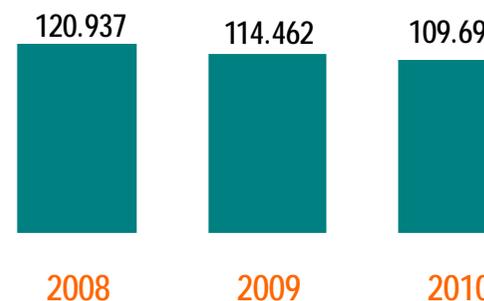
### Vendas



### EBITDA



### Activos\*



\* Não inclui Impostos Diferidos Activos e saldos não comerciais com empresas do Grupo.

Unidade de Negócios:

# Aglomerados Compósitos

- Principais indicadores
- Destaques

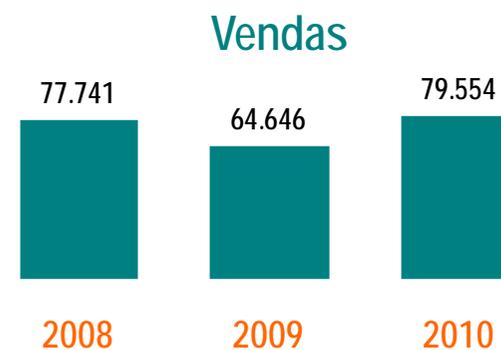
Unidade: milhares de euros



## Destques e principais indicadores

### ☐ Actividade – vendas: +23,1%

- Subida de vendas permite recuperar para níveis de actividade dos exercícios anteriores à crise;
- Crescimento de vendas justificado por efeito volume (90%) e cambial (10%);
- Com excepção de Home&Office, todas as famílias apresentaram crescimento;
- Utilização total da capacidade de produção industrial;





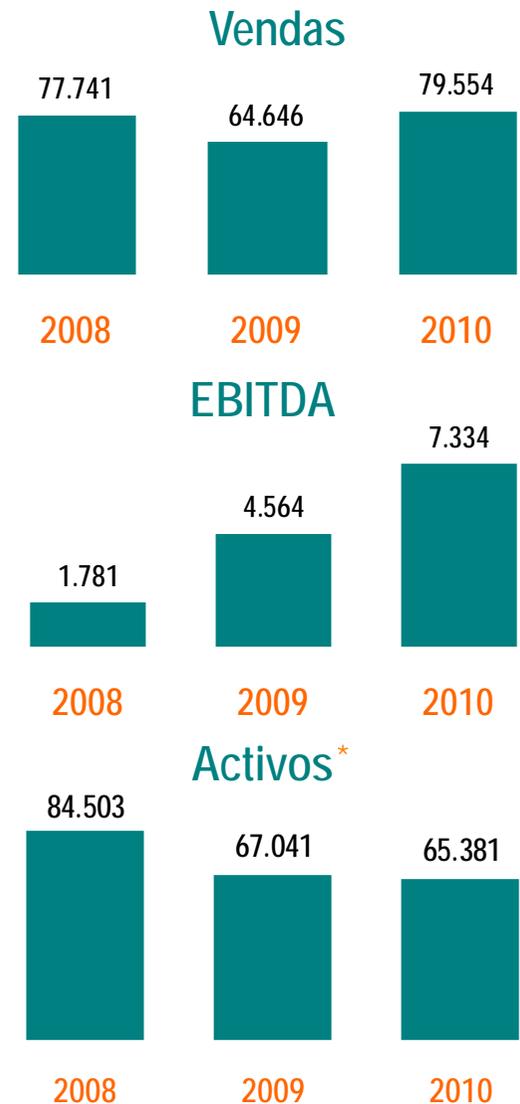
# Destques e principais indicadores

## ☐ Actividade (cont.)

- EBITDA apresentou crescimento (justificado pelo aumento das vendas e por um aumento de custos operacionais (+5%) bastante abaixo do aumento das vendas).

## ☐ Perspectivas

- Plano de investimentos ambicioso (aumento de capacidade);
- Melhorias dos processos industriais;
- Aumento dos custos de algumas materias-primas



\* Não inclui Impostos Diferidos Activos e saldos não comerciais com empresas do Grupo.



Unidade de Negócios:

# Isolamentos

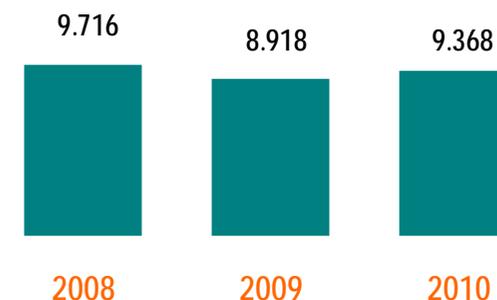
- Principais indicadores
- Destaques

Unidade: milhares de euros

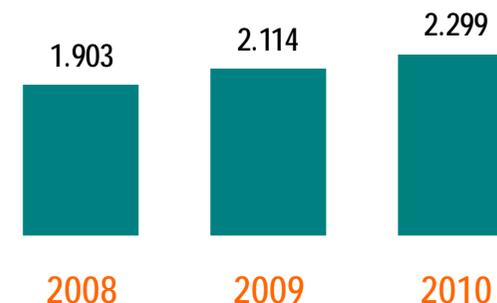
## ☐ Actividade – vendas: +5%

- Aumento de vendas de 5% registado (7% para clientes finais);
- O aumento das vendas verifica-se em especial no produto nobre da UN;
- Crescimento baseado no efeito volume e preço em partes semelhantes;
- Crescimento no mercado francês (+13%) ultrapassando a Itália como principal mercado;
- Crescimento do EBITDA justificado pelo aumento de vendas e margem.

### Vendas



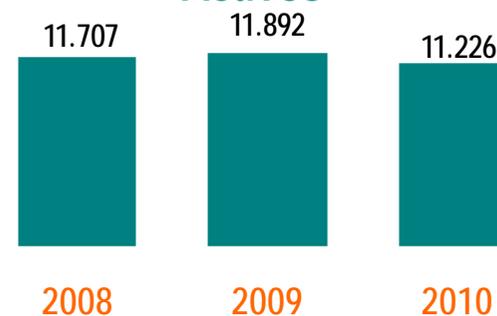
### EBITDA



## ☐ Perspectivas

- Novos mercados e novos produtos (construção sustentável):
  - MDF fachadas
  - Casas ecológicas
- Maior visibilidade e utilização dos produtos

### Activos\*



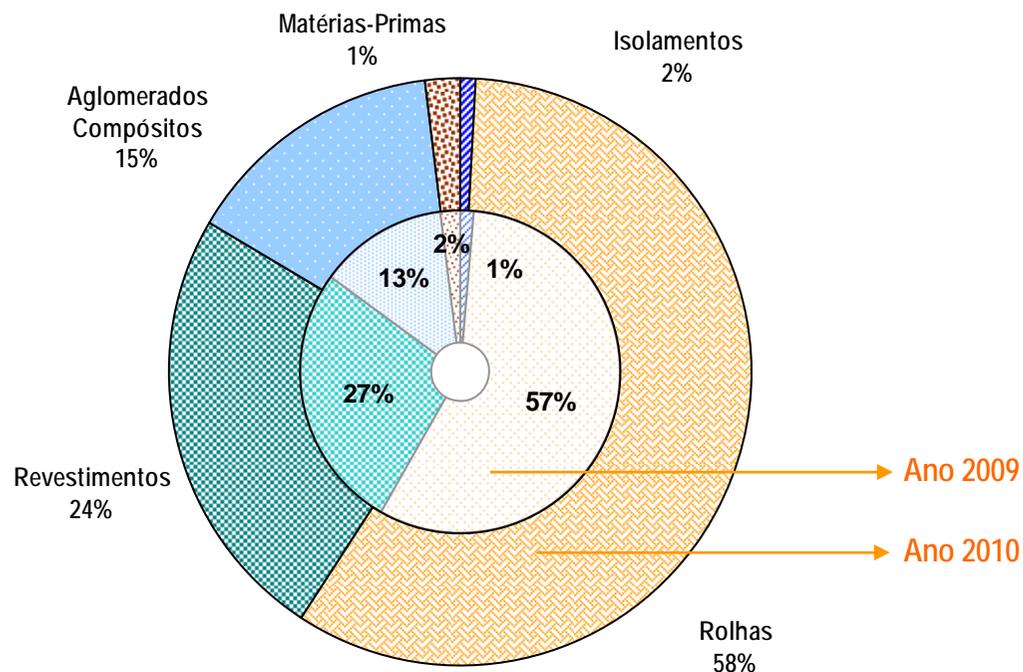
\* Não inclui Impostos Diferidos Activos e saldos não comerciais com empresas do Grupo.

# Anexos

- Indicadores consolidados
- Demonstrações financeiras

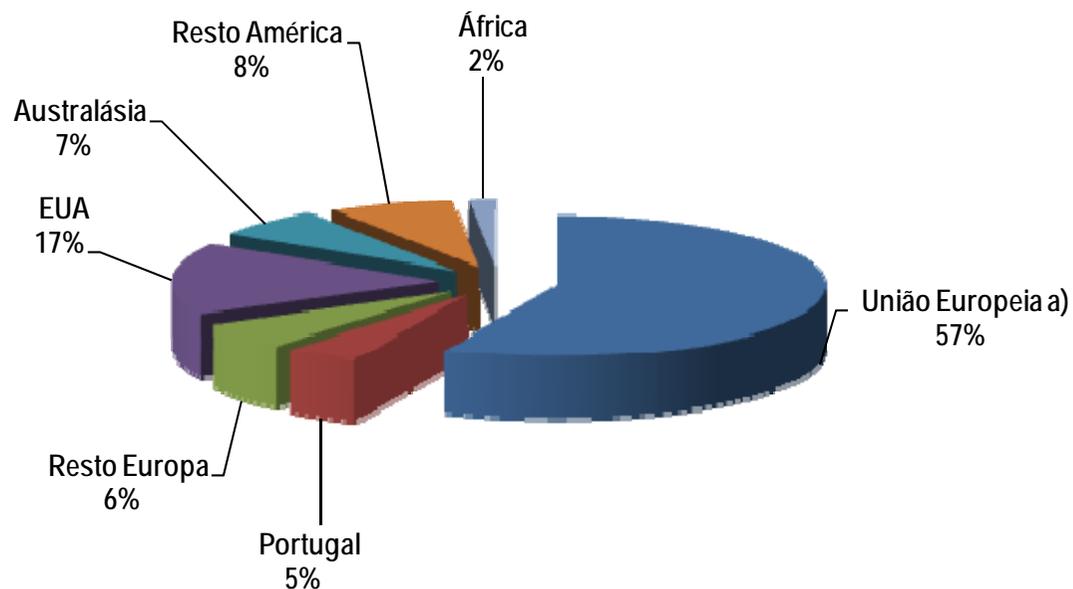
Unidade: milhares de euros

# Vendas por Unidade de Negócios



	2008	2009	2010
Matérias-Primas	1%	1%	1%
Rolhas	55%	57%	58%
Revestimentos	28%	27%	24%
Aglomerados Compósitos	14%	13%	15%
Isolamentos	2%	2%	2%

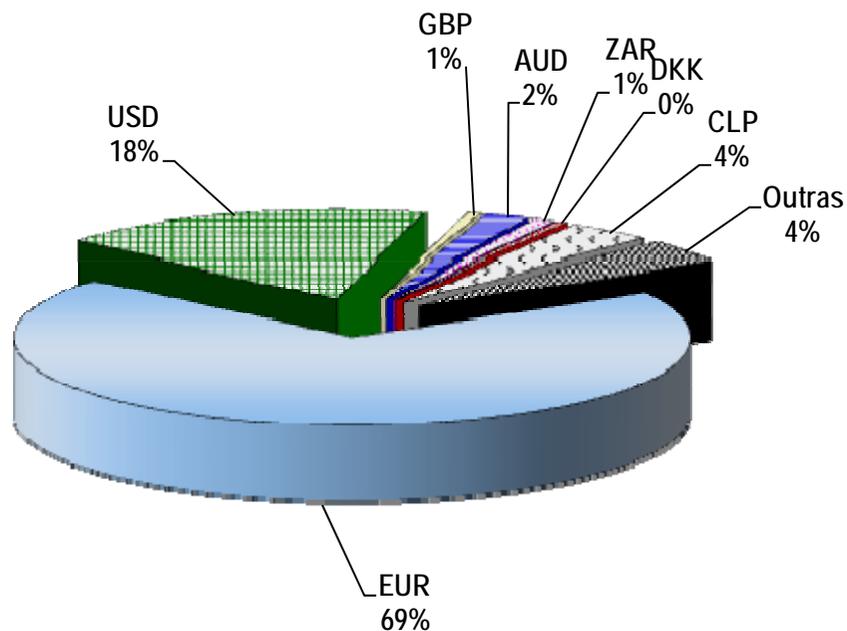
# Vendas por mercado



	2008	2009	2010
União Europeia a)	59,5%	59,0%	56,7%
Portugal	5,2%	5,1%	4,5%
Resto Europa	6,4%	5,1%	5,9%
EUA	14,4%	15,8%	16,7%
Australásia	5,6%	6,0%	6,8%
Resto América	6,9%	7,1%	7,6%
África	1,8%	1,6%	1,7%

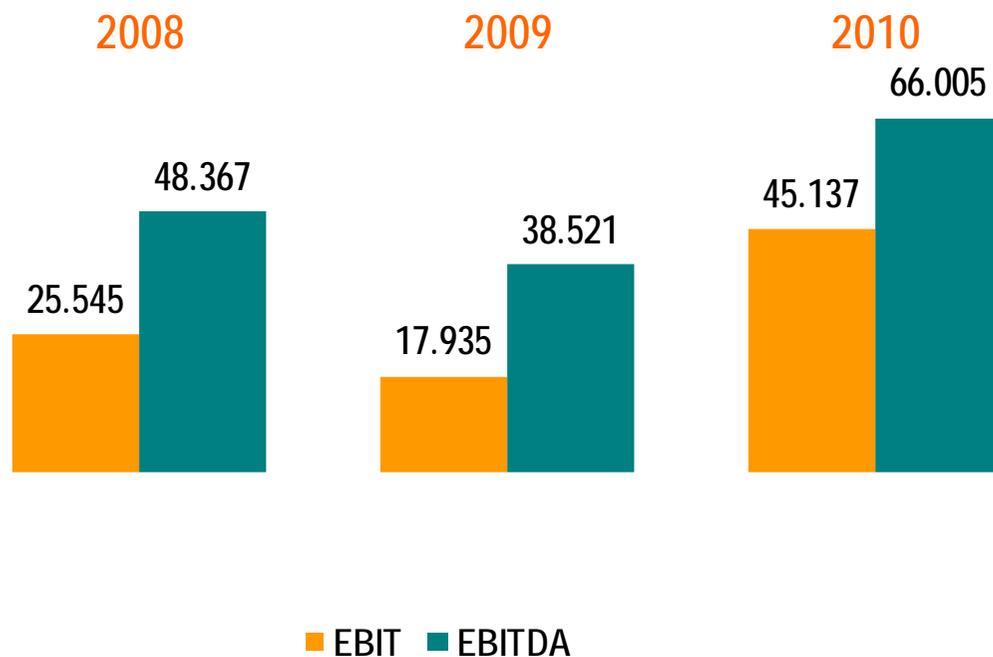
a) Inclui Suíça e Noruega; exclui Portugal.

# Vendas por divisa



	2008	2009	2010
EUR	68,9%	70,3%	69,5%
USD	16,2%	16,7%	18,1%
GBP	1,5%	0,7%	0,6%
AUD	1,8%	1,8%	2,1%
ZAR	1,2%	1,1%	1,1%
DKK	3,5%	1,1%	0,4%
CLP	4,0%	3,9%	4,1%
Outras	3,0%	4,3%	4,1%

# Evolução do EBIT e EBITDA

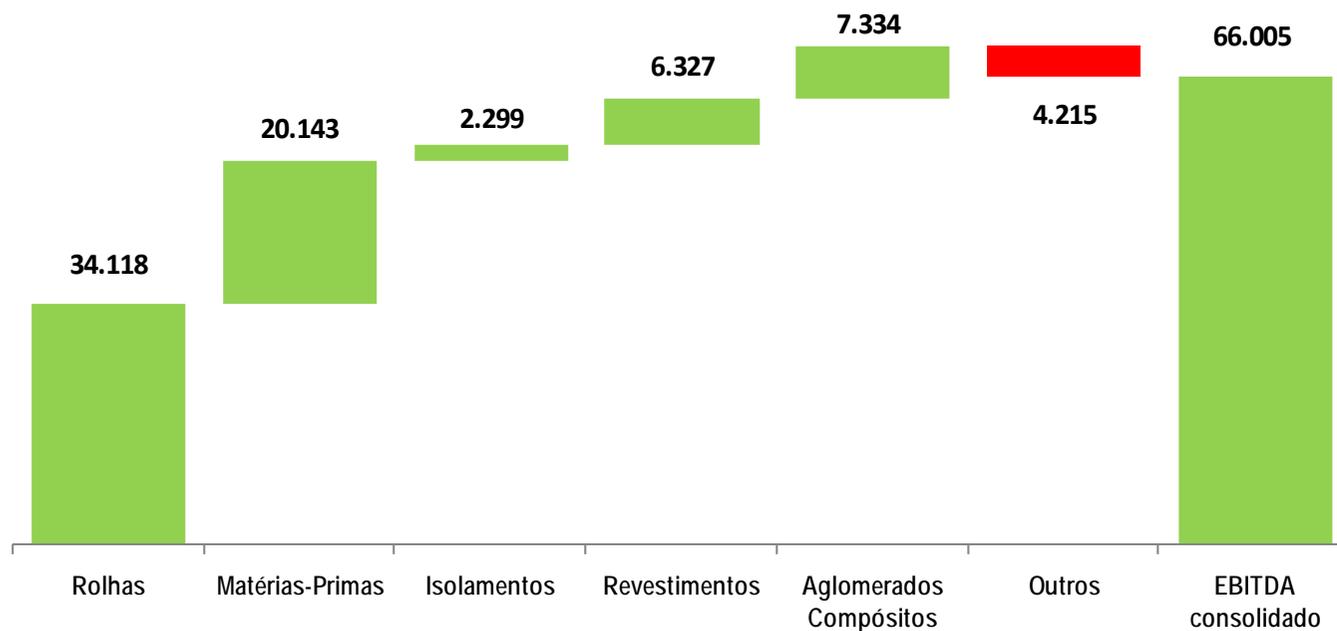


	2008	2009	2010
Margem Bruta	221.512	196.907	236.830
Outros Custos Operacionais (correntes) <sup>1</sup>	192.324	174.966	187.893
<b>EBIT</b>	<b>25.545</b>	<b>17.935</b>	<b>45.137</b>
<b>EBITDA<sup>2</sup></b>	<b>48.367</b>	<b>38.521</b>	<b>66.005</b>

<sup>1</sup> Exclui gastos não recorrentes e indemnizações

<sup>2</sup> Não afectado por 1.713 de imparidade de goodwill (2008)

# EBITDA por Unidade de Negócios



	2008	2009	2010
Matérias-Primas	20%	10%	29%
Rolhas	49%	71%	49%
Revestimentos	24%	3%	9%
Aglomerados Compósitos	4%	11%	10%
Isolamentos	4%	5%	3%

## Valor e % (Produção):



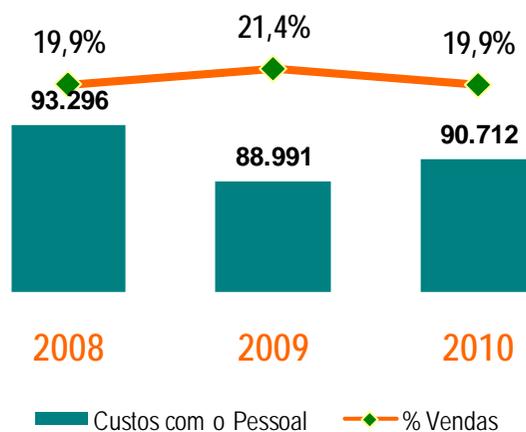
	2008	2009	2010
Fornecimentos e serviços externos	78.804	71.078	78.320
Custos com o pessoal	93.296	93.506	90.712
<i>dos quais custos de reorganização</i>	<i>3.643</i>	<i>8.522*</i>	<i>3.800</i>
Depreciações	22.821	20.587	20.867
Ajustamentos de imparidade de activos	2.051	613	2.140
Outros custos e proveitos operacionais	1.006	2.297	347
<b>Total Custos operacionais (correntes)</b>	<b>195.967</b>	<b>183.488</b>	<b>191.693</b>
<b>% da Produção</b>	<b>42,3%</b>	<b>44,7%</b>	<b>41,8%</b>

\* dos quais 4.515 foram considerados não corrente

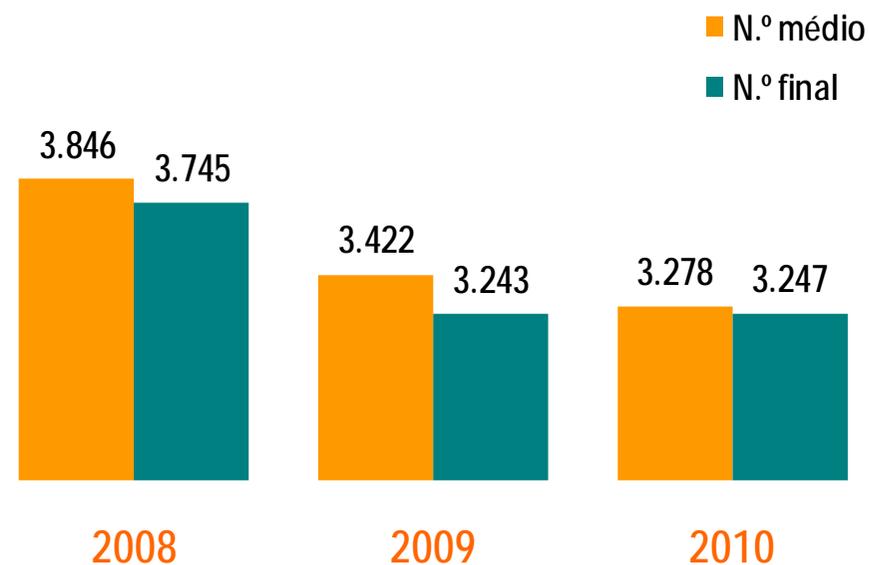
# Custos com o pessoal\*

\* Excluindo gastos não recorrentes

## Valor e % (Vendas):



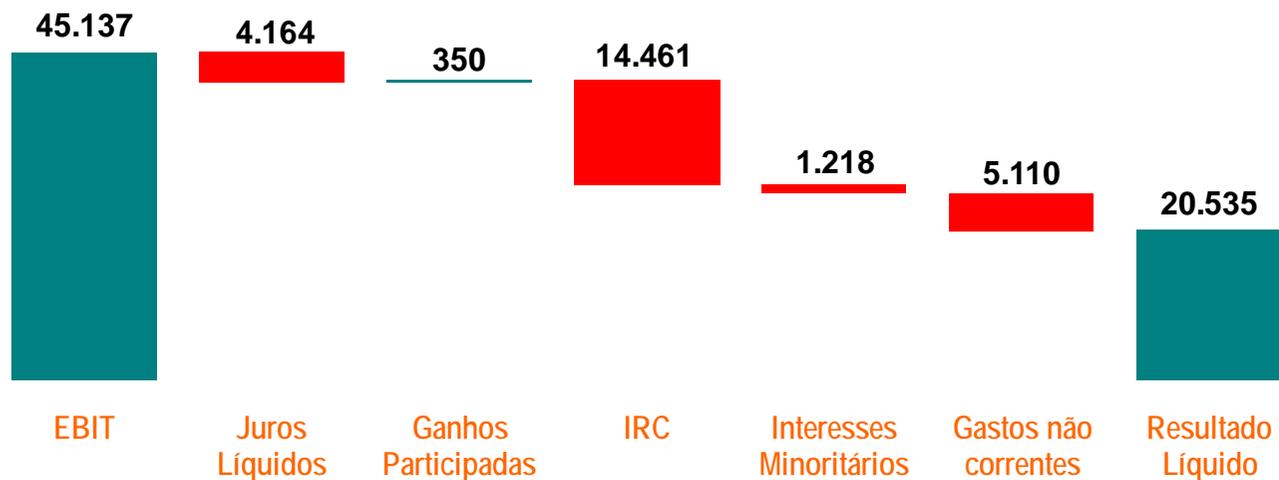
## Volume de Emprego:



Comparabilidade*:	%
+ <i>Varição contabilística</i>	1,9%
- <i>Efeito taxa de câmbio</i>	-0,8%
- <i>Efeito perímetro</i>	0,0%
= <i>Varição efectiva</i>	2,7%

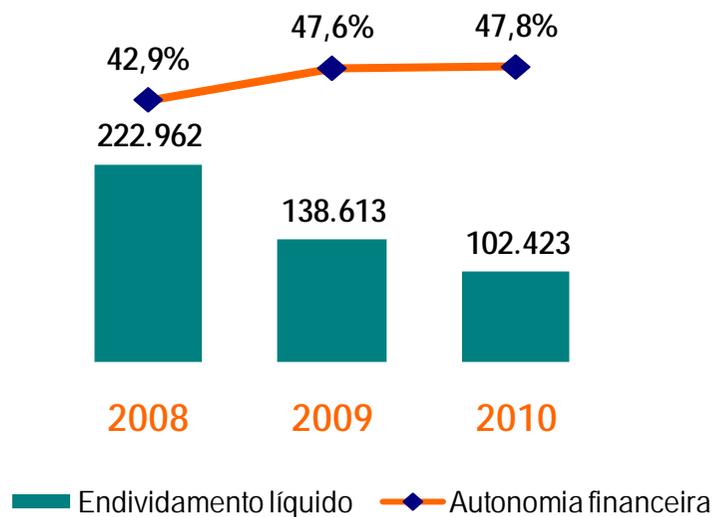
\* *Varição dos Custos com Pessoal 2010 vs 2009*

# Resultado Líquido



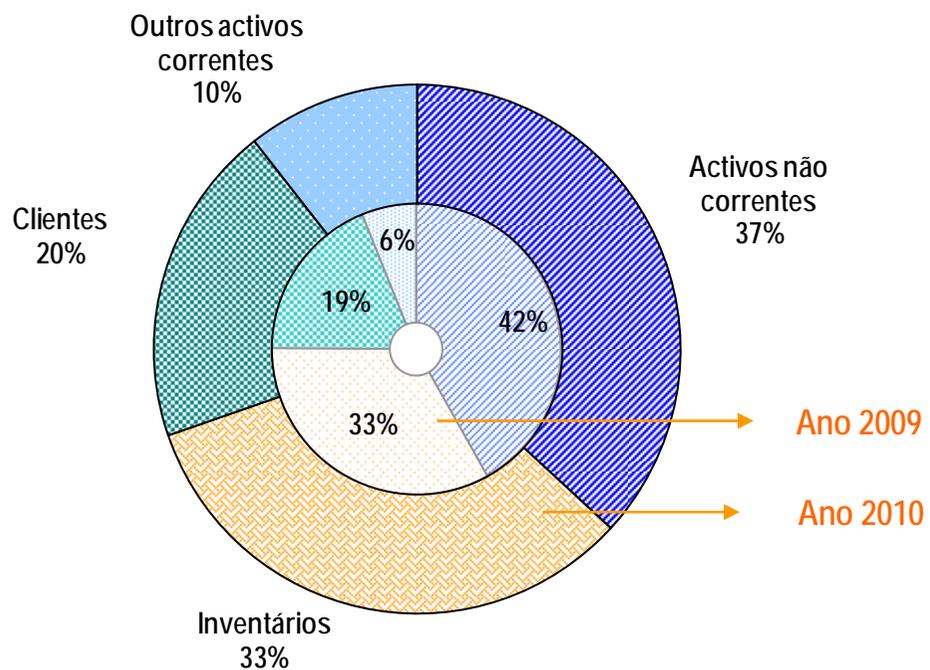
	2008	2009	2010
EBIT	25.545	13.420	45.137
Custos financeiros líquidos	13.376	5.694	4.164
Gastos não Recorrentes		4.515	5.110
Ganhos/Perdas em Participadas	454	381	350
Res. antes de Impostos e Int. Minoritários	12.623	8.106	36.214
IRC	5.502	2.204	14.461
Interesses Minoritários	968	791	1.218
Resultados Líquidos	6.153	5.111	20.535

## Endividamento líquido e Autonomia financeira:



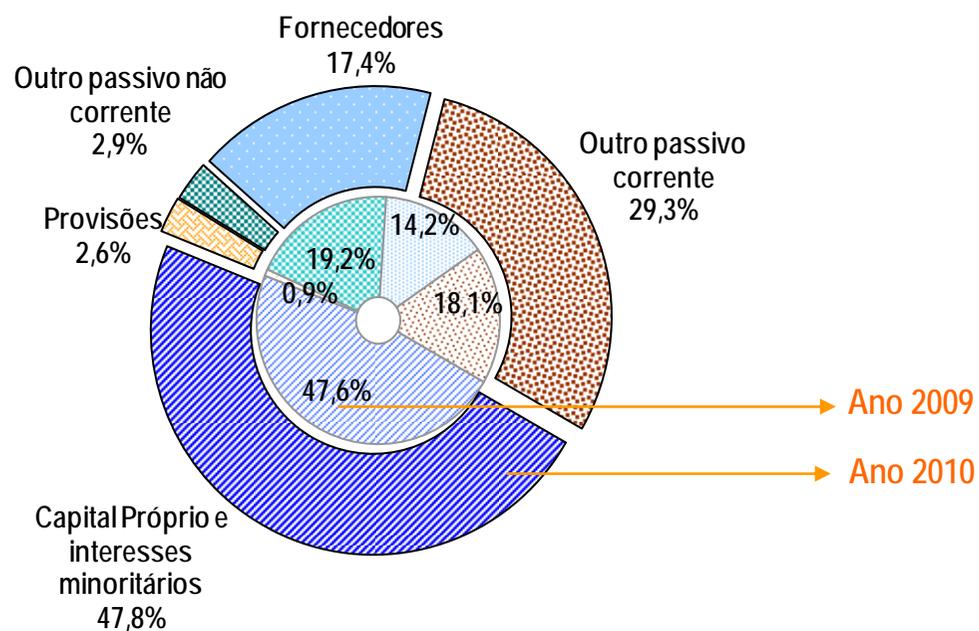
	2008	2009	2010
Endividamento líquido	222.962	138.613	102.423
Capital próprio e interesses minoritários	246.724	249.845	268.545
EBITDA/Juros	3,9	7,4	28,4
Autonomia financeira	42,9%	47,6%	47,8%
Gearing	90,4%	55,5%	38,1%

# Activo Líquido



	2008	2009	2010
Activos não correntes	224.573	219.353	206.973
Inventários	205.659	174.789	184.798
Clientes	103.423	98.584	110.311
Outros activos correntes	41.066	32.004	59.684
<b>Total Activo Líquido</b>	<b>574.721</b>	<b>524.730</b>	<b>561.766</b>
Capex	27.046	16.043	16.684

# Capital Próprio e Passivo



	2008	2009	2010
Capital Próprio e interesses minoritários	246.724	249.845	268.545
Provisões	4.732	4.581	14.557
Outro passivo não corrente	130.996	100.858	16.133
Fornecedores	33.267	74.601	97.778
Outro passivo corrente	159.003	94.845	164.753
Total Passivo	327.998	274.885	293.221



**CORTICEIRA AMORIM, S.G.P.S., S.A.**

Rua de Meladas, nº 380  
Apartado 20  
4536-902 MOZELOS VFR  
PORTUGAL

Tel.: 22 747 54 00  
Fax: 22 747 54 07

Email: [corticeira.amorim@amorim.com](mailto:corticeira.amorim@amorim.com)  
[www.corticeiraamorim.com](http://www.corticeiraamorim.com)