

Para informações adicionais contactar:  
Cristina Amorim  
Representante para as Relações com o Mercado  
tel: + 351 227475 425  
[corticeira.amorim@amorim.com](mailto:corticeira.amorim@amorim.com)  
[www.corticeiraamorim.com](http://www.corticeiraamorim.com)

## Corticeira Amorim apresenta vendas recorde de 560 milhões de euros em 2014

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 actividade 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 500 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 correcta utilização desta importante floresta que desempenha um papel fundamental na fixação de CO<sub>2</sub>, 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](http://www.amorim.com) ou [www.amorimcork.com](http://www.amorimcork.com)

### Destaques

- *Vendas aumentam 3,3% para 560,3 milhões de euros*
- *EBITDA atinge os 86,7 milhões de euros, o equivalente a um crescimento de 11%*
- *Nova melhoria no rácio da Autonomia Financeira que ultrapassa pela primeira vez os 50%*
- *O Conselho de Administração proporá que a Assembleia Geral de Acionistas delibere a distribuição de um dividendo bruto de 0,14 €/ação*

**Mozelos, 19 de Fevereiro 2015** – A Corticeira Amorim fechou a atividade do ano de 2014 com um resultado líquido de 35,8 milhões de euros, o que representa uma subida de 17,9% face ao resultado do ano anterior.

A conjugação de uma melhor conjuntura económica em alguns dos seus principais mercados e a materialização dos investimentos e iniciativas realizadas nos últimos anos em termos de eficiência operacional foram determinantes e culminaram no melhor exercício de sempre da Corticeira Amorim.

Em termos consolidados, as vendas atingiram os 560,3 milhões de euros (M€), um valor superior em 3,3% ao observado em 2013 (542,5 M€). De notar o efeito positivo da atividade do quarto trimestre (4T14) que, com quase 6% de aumento, fez alavancar o ritmo anual de crescimento para os referidos 3,3%. Neste âmbito, é de referir que, seja no 4T14 seja no

acumulado do exercício, a *performance* da Unidade de Negócio (UN) Rolhas foi absolutamente decisiva para a obtenção deste desempenho.

Com exceção da UN Revestimentos, todas as UN registaram crescimento de vendas para clientes finais.

Face ao desempenho positivo registado nas vendas e nos custos operacionais, o EBITDA registou uma variação significativa (+11%), tendo-se elevado aos 86,7 M€. Este valor é o melhor de sempre da Corticeira Amorim e todas as Unidades de Negócio apresentaram melhorias neste indicador. Igualmente positiva foi a evolução do EBIT, que aumentou 13,7% para atingir os 64,4 M€.

No ano de 2014, assistiu-se também a uma nova melhoria no rácio da Autonomia Financeira, que ultrapassou, pela primeira vez os 50%, atingindo 51,1%, o compara com os 48,1% registados no período homólogo.

À semelhança de 2013 e apesar da evolução do dólar, este exercício fica marcado negativamente pelo impacto de uma variação cambial desfavorável - cerca de 4 milhões de euros na rubrica de Vendas -, causado sobretudo pelas variações do rand sul-africano e do peso chileno.

O Conselho de Administração deliberou propor à Assembleia Geral de Acionistas a distribuição de um dividendo bruto de 0,14 €/ação.

## Vendas consolidadas por Unidade de Negócios

O desempenho da **Unidade de Negócios Matérias-Primas** sustentou-se no aumento significativo da atividade, fruto de uma maior campanha de compra de cortiça efetuada em 2013. O volume de negócios da UN atingiu os 131,37 milhões de euros, o que representa um aumento de 18,2% relativamente ao período homólogo.

O ano de 2014 fica marcado por uma campanha de compra de cortiça competitiva, pela consolidação dos investimentos efetuados em novas tecnologias de produção para as unidades industriais e pela contínua aposta no I&D florestal e sensorial.

Em linha com o que vem sendo reportado, a **UN Rolhas** apresentou um novo acréscimo de vendas – 6,9% em valor e 4,7% em quantidade – ultrapassando a barreira de 4 mil milhões de rolhas colocadas no mercado, com uma melhoria no mix das vendas.

Por segmentos, de destacar o crescimento de vendas de rolhas naturais (8,8%), o mais importante produto desta UN, bem como o aumento de vendas das rolhas TwinTop®, Neutrocork® e para Champanhe. Neste exercício, uma nota para a introdução com sucesso de Helix que, alavancado pelo benefício da conveniência, foi muito bem acolhido e valorizado pelo mercado, estando neste momento já disponível em marcas de vinho de França, Itália, Espanha e Portugal.

O EBITDA teve um aumento de 8,3%. O EBIT registou um crescimento de 26,9% face ao período homólogo, em resultado do aumento das vendas, e da margem bruta, associados a um ligeiro acréscimo nos custos variáveis e a uma manutenção de custos fixos.

As vendas totais da **UN Revestimentos** cifraram-se em 116,36 milhões de euros, ou seja, um decréscimo de 4,6% face a 2013, que resultou, em grande parte, da situação política e económica do Leste Europeu. Não obstante a variação negativa no volume de negócios, a UN aumentou, face a 2013, o seu EBITDA em 2%, um desempenho possibilitado pela implementação de medidas de otimização dos custos operacionais.

A **UN Aglomerados Compósitos** atingiu em 2014 um volume de negócios de 84,3 milhões de euros. Este indicador representa uma variação negativa face ao ano anterior, no entanto não evidencia o crescimento, ainda que ligeiro, registado nas vendas para o mercado externo (fora do Grupo). O EBITDA corrente variou favoravelmente em 2014 face ao período anterior (+15,2%), tendo ascendido a 7,8 milhões de euros e 9,2% das vendas.

O segmento Indústria, que continua a ser o mais representativo no volume de negócios, foi responsável por 57% das vendas e recuperou do decréscimo verificado no ano anterior, com um crescimento de 6%. Este acréscimo foi amplamente suportado pelo bom desempenho do subsegmento NRT (componentes para indústria de pavimentos), bem como do segmento do Controlo de Vibrações.

A **UN Isolamentos** apresentou, no exercício de 2014, um aumento de 23% do volume de vendas face ao ano anterior. O crescimento das vendas de aglomerado de cortiça expandida, o principal produto da UN, e do Corksorb justificam esta evolução.

A margem bruta do exercício registou um crescimento superior a 8% face a igual período do ano anterior. Esta variação deve-se, basicamente, ao aumento da atividade.

## Principais Indicadores consolidados

	2014	2013	Variação	4T14	4T13	Variação
Vendas	560.340	542.500	3,3%	130.655	123.359	5,9%
Margem Bruta – Valor	283.583	277.483	2,2%	70.457	67.765	4,0%
	1) 49,8%	51,2%	-1,44 p.p.	50,5%	49,9%	+0,6 p.p.
Gastos operacionais correntes (incl. depreciações)	219.197	220.872	-0,8%	55.468	54.332	2,1%
EBITDA corrente	86.722	78.127	11,0%	20.639	19.028	8,5%
EBITDA/Vendas	15,5%	14,4%	+ 1,1 p.p.	15,8%	15,4%	+ 0,4 p.p.
EBIT corrente	64.386	56.611	13,7%	14.990	13.433	11,6%
Gasto não recorrentes	3) 6.354	0	-	2.840	0	-
Resultado líquido (atribuível aos accionistas)	35.756	30.339	17,9%	6.722	5.204	29,2%
Resultado por acção	0,285	0,242	17,9%	0,054	0,041	29,2%
Dívida remunerada líquida	87.558	104.447	- 16.889	-	-	-
Dívida remunerada líquida/EBITDA (x)	5) 1,01	1,30	-0,29 x	-	-	-
EBITDA/juros líquidos (x)	4) 30,8	20,8	10,00 x	38,2	25,3	12,91 x
Autonomia financeira	2) 51,1%	48,1%	+3 p.p.	-	-	-

1) Sobre o valor da produção

2) Capitais Próprios / Total balanço

3) Valores referem-se à reestruturações industriais e Imparidade de Goodwill

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

Selo e comissões).

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