
Corticeira Amorim

Resultado líquido cresce 7% para 20 milhões de euros

Destaques:

- Apesar do efeito COVID-19 em março, vendas da Corticeira Amorim aumentam 0,7% para 204 milhões de euros
- Aumento do EBITDA/Vendas (17,6%) do trimestre face ao período homólogo (17,2%)
- EBITDA da UN Rolhas aumenta para 30 milhões de euros (+10,4%)
- UN Revestimentos inverte tendência dos últimos trimestres, vendas crescem 11%

Vendas

As vendas do primeiro trimestre atingiram os 203,7 milhões de euros (M€), uma subida de 0,7% face ao obtido no mesmo trimestre de 2019. De salientar que o trimestre homólogo foi o mais elevado em termos de crescimento de vendas de 2019 (+9,2%), condicionando o comparativo para o primeiro trimestre de 2020. O início do ano também foi afetado pelos sinais de abrandamento prévios à Covid-19 resultantes da guerra comercial entre os EUA e a China e também pelo aplicar de tarifas de 25% impostas pelos EUA à importação de vinhos europeus com menos de 14% álcool.

Por Unidades de Negócio (UN), o crescimento das vendas da UN Rolhas foi de +1,0%, sendo a UN que tem o maior peso no total das vendas da Corticeira Amorim. A UN Revestimentos conseguiu inverter a tendência de diminuição das vendas nos trimestres anteriores, terminando o trimestre com um crescimento do volume de negócios de 11,0%. As UN Matérias-Primas (-7,7%), Aglomerados Compósitos (-6,7%) e Isolamentos (-12,4%) diminuíram as suas vendas face ao período homólogo. As vendas da UN Matérias-Primas cifraram-se em 54,2 M€ (-7,7% face ao período homólogo), refletindo essencialmente uma redução nas vendas para empresas do grupo, em resultado do realinhamento dos níveis de inventários nessas empresas.

A UN Rolhas registou vendas de 144,8 M€ (+1,0% face ao período homólogo), salientando-se o crescimento nos segmentos dos vinhos tranquilos e espumosos. O segmento de rolhas Neutrocork continua a apresentar um crescimento assinalável de vendas (+16%). Em termos de mercados geográficos salienta-se o crescimento nos EUA e Itália. Na França e Espanha verificaram-se decréscimos face ao ano anterior.

As vendas da UN Revestimentos atingiram os 31,5 M€ (+11,0% face ao período homólogo). As vendas do WISE (1T20: 3 M€) foram o principal fator que justifica o crescimento de vendas desta UN. De salientar o crescimento de vendas na Escandinávia, Alemanha e América do Norte.

AMORIM**Corticeira Amorim, SGPS, S.A.**Edifício Amorim I
Rua de Meladas, 380
4536-902 Mozelos, Portugalwww.corticeiraamorim.com

Representante para as Relações

com o Mercado | IRO:
Ana Negrals de Matos, CFA
T: + 351227475423
F: + 351 227475407ana.matos@amorim.com

Sociedade Aberta

Capital Social: € 133 000 000,00
Pessoa Coletiva e Matrícula: PT500077797
C.R.C. de Santa Maria da Feira – Portugal[instagram: amorimcork](https://www.instagram.com/amorimcork)

A UN Aglomerados Compósitos registou vendas de 24,9 M€ (-6,7% face ao período homólogo), sendo penalizadas pela diminuição das quantidades vendidas, apesar dos efeitos preços e câmbio terem atenuado a redução do total de vendas. Por segmentos, os principais aumentos ocorreram nos segmentos de *Auto & Auto Parts*, *Resilient & Engineering Manufactures* e *Industrial Packaging*. As principais reduções de vendas ocorreram na Índia, Rússia e Itália.

Desempenho

O EBITDA consolidado aumentou 2,8% relativamente ao registado no trimestre homólogo, tendo atingido 35,8 M€ (1T19: 34,8 M€). Essa evolução reflete os aumentos de preços de venda e os ganhos de eficiência operacional nas várias unidades de negócio, que compensam o efeito negativo do aumento do preço de consumo das matérias-primas. De salientar também que a UN Revestimentos apresenta EBITDA positivo, dando sinais que as ações implementadas para inverter a *performance* negativa começam a surtir efeito. O rácio EBITDA/Vendas aumentou para 17,6% (1T19: 17,2%).

O EBITDA das UN Matérias-Primas e Rolhas ascendeu a 34,5 M€. Apesar do impacto do aumento dos preços de consumos da cortiça, o aumento da atividade, as melhorias introduzidas na área operacional, nomeadamente no aproveitamento da matéria-prima na área de trituração, e a implementação de aumentos de preços permitiram o crescimento do EBITDA do conjunto das UN. O rácio EBITDA/Vendas aumentou para 23,2% (1T19: 22,8%).

A UN Revestimentos registou um EBITDA positivo de 1,3 M€ (1T19: -1,0 M€). Para esta evolução contribuiu a margem gerada pelo crescimento das vendas, o esforço de racionalização e otimização em termos de estrutura administrativa, industrial logística e comercial e, também, não se ter repetido, neste trimestre, o registo de gastos inerentes ao lançamento do produto WISE (que afetaram o período homólogo de 2019). A salientar ainda a melhoria do mix de produtos vendidos, suportado por um crescimento de vendas de produtos fabricados superior ao das vendas de produtos de trading.

O EBITDA da UN Aglomerados Compósitos atingiu 2,1 M€ (-36,2% face ao período homólogo) e o rácio EBITDA/Vendas diminuiu para 8,3% (12,2% no período homólogo). A redução das vendas e um mix de produtos menos favorável foram os principais motivos para a deterioração do EBITDA.

A UN Isolamentos reverteu as perdas registadas no período homólogo, tendo terminado o trimestre com um EBITDA de 0,2 M€. O rácio EBITDA/Vendas ficou nos 5,2% (1T19: -1,4%), refletindo a esperada inversão da tendência de consumo de cortiça a preços mais elevados.

Após resultados atribuíveis aos interesses que não controlam, o resultado líquido da Corticeira Amorim atingiu os 19,9 M€, um aumento de 6,8% face trimestre homólogo do ano anterior.

No final do trimestre, a dívida remunerada líquida ascendia a 152,3 M€ (12M19: 161,1 M€). Apesar das necessidades de investimento em fundo de maneio (15,1 M€) e no ativo fixo (8,4 M€), foi possível reduzir a dívida líquida.

A robustez do balanço da Corticeira Amorim, associado ao apoio das instituições financeiras, garantem uma adequada e equilibrada estrutura de capitais. De salientar que a Corticeira Amorim terminou o trimestre com caixa e equivalentes no valor de 74 M€, o que permite salvaguardar eventuais limitações de liquidez que possam vir a ocorrer.

Impacto da pandemia causada pelo novo Corona Vírus

A Corticeira Amorim juntou-se, desde a primeira hora, ao esforço coletivo para conter a pandemia COVID-19, com responsabilidade e solidariedade, protegendo os seus Colaboradores, as suas Famílias, as Comunidades e todos os Stakeholders.

O objetivo desde o primeiro momento foi adotar as práticas mais seguras, manter a produção e continuar a servir os clientes. Foi implementado um Plano de Contingência nas unidades industriais e na rede de distribuição, que incluiu um conjunto de medidas de largo espectro fundamentais para assegurar o bem-estar permanente dos todos os funcionários, a laboração das diversas unidades industriais em segurança e a continuidade dos negócios: em Portugal (3200 colaboradores, dos quais 120 ficaram retidos na cerca sanitária de Ovar, durante quatro semanas) e no exterior (1200 colaboradores) que mantiveram o seu normal desempenho e contributo acompanhando aos Clientes, ao longo deste tempo de confinamento.

Do conjunto de medidas deste plano de contingência salienta-se a implementação de salas de isolamento, quarentena a colaboradores regressados de zonas de risco e a quem tivesse tido contado de primeiro nível com doente com infeção confirmada, restrições no acesso às instalações, redefinição do espaços de refeição e nas regras de socialização, reforço na higiene de trabalho, restrição nas deslocações em contexto de trabalho, ativação de planos de continuidade de negócios e campanhas de comunicação.

Até final de março não se registou impacto material no volume de negócios e, apesar de atualmente se manter uma atividade industrial quase em pleno, as expectativas para abril, maio e junho são de redução. Neste momento, o impacto dos efeitos diretos e indiretos da Covid-19 é de difícil mensuração, estando largamente dependente da extensão da sua disseminação e dos seus efeitos sobre a economia global. A Corticeira Amorim prestará especial atenção à questão das cobranças de Clientes, mas, num universo de quase 30 000 clientes em todo o globo, o risco está significativamente repartido.

Principais indicadores

		1T19	1T20	Variação
Vendas		202.323	203.661	0,7%
Margem Bruta – Valor		102.718	105.663	2,9%
	1)	48,1%	49,9%	+ 1,9 p.p.
Gastos operacionais correntes (incl. depreciações)		77.091	79.091	2,6%
EBITDA corrente		34.785	35.768	2,8%
EBITDA/Vendas		17,2%	17,6%	+ 0,4 p.p.
EBIT corrente		25.627	26.571	3,7%
Resultado líquido (atribuível aos accionistas)		18.609	19.876	6,8%
Resultado por ação		0,140	0,149	6,8%
Dívida remunerada líquida		141.736	152.322	10.586
Dívida remunerada líquida/EBITDA (x)	2)	1,07	1,21	0,14 x
EBITDA/juros líquidos (x)	3)	92,3	109,8	17,46 x

1) Sobre o valor da produção

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

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