

---

# Corticeira Amorim

---

## Vendas caem 5%, num contexto global muito desfavorável

---

### Destaques:

- UN Rolhas regista uma queda de vendas de 5,4%, mas com melhoria de rentabilidade
- Vendas da UN Revestimentos com forte crescimento (+5,0%), confirmando tendência positiva do início do ano
- Rácio EBITDA/Vendas sobe de 16,6% para 16,8%
- Resultado Líquido de 34 M€, um decréscimo de 9,8% (excluindo o efeito da US Floors em 2019)
- Redução da dívida remunerada líquida para 116 M€

### Vendas

Nos primeiros seis meses do ano, as vendas da Corticeira Amorim totalizaram 391,6 milhões de euros (M€), uma queda de 5,0% face ao período homólogo 2019. Apesar de atividade industrial se ter mantido quase em pleno ao longo do semestre, a intensificação da crise sanitária e as medidas implementadas pelos diferentes países para dar resposta à COVID-19, tiveram um impacto negativo no volume de negócios de todas as Unidades de Negócio (UN) no segundo trimestre do ano.

Por UN, a UN Rolhas, responsável por 72% das vendas consolidadas da Corticeira Amorim, caíram 5,4%. A UN Revestimentos foi a única a registar um crescimento de vendas no semestre (5,0%), confirmando a tendência positiva verificada início do ano. As UN Aglomerados Compósitos, Matérias-Primas e Isolamentos apresentaram quedas de vendas de 5,9%, 6,3% e 14,3%, respetivamente, face ao período homólogo.

As vendas da UN Matérias-Primas ascenderam a 100,2 M€ (1S19: 106,9 M€), refletindo essencialmente um menor nível de atividade, resultante do realinhamento dos níveis de inventários nas várias UN, bem como a redução dos preços de venda de cortiça.

A UN Rolhas atingiu vendas de 279,6 M€ (-5,4% face ao período homólogo), sobretudo penalizadas pela quebra do consumo de vinho no canal HoReCa e pelo encerramento temporário de alguns dos seus clientes, particularmente na região de Champagne e Cognac. Os segmentos de rolhas para vinhos espumosos (-12%) e para bebidas espirituosas (-7%) foram os que sofreram maiores correções. O segmento de rolhas para vinhos tranquilos mostrou uma maior resiliência (-2%), destacando-se as rolhas Neutrocork que apresentaram um crescimento de vendas de 13%. Todos os principais mercados de vinho registaram quedas de vendas, com exceção dos EUA, com uma *performance* assinalável no actual contexto.

---

**AMORIM****Corticeira Amorim, SGPS, S.A.**Edifício Amorim I  
Rua de Meladas, 380  
4536-902 Mozelos, Portugal[www.corticeiraamorim.com](http://www.corticeiraamorim.com)

Representante para as Relações

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

---

As vendas da UN Revestimentos cifraram-se em 58,9 M€ (+5,0% face ao período homólogo). De salientar o crescimento de vendas de produtos fabricados, em particular da nova linha de produtos Amorim WISE cujas vendas nos primeiros seis meses (6,3 M€) do ano ultrapassaram o valor total de vendas no ano de 2019 (5.7 M€). Em termos geográficos, a América do Norte foi um mercado que mostrou grande dinamismo.

A UN Aglomerados Compósitos registou vendas de 50,2 M€ (-5,9% face ao período homólogo). A diminuição dos volumes de venda refletiu, em grande medida, o encerramento temporário de alguns dos seus clientes, nomeadamente na Alemanha, Índia e Rússia. As principais reduções de vendas ocorreram nos segmentos de *Footwear*, *Cork & Corkrubber Manufacturers* e *Construction Specialty Retail*.

A salientar que as vendas das UN Aglomerados Compósitos e Isolamentos no mês de junho foram afetadas pela implementação do SAP, com impacto no normal funcionamento da atividade e a necessidade de adaptação ao novo sistema.

## Desempenho

O EBITDA consolidado da Corticeira Amorim atingiu os 65,9 M€, um decréscimo de 3,4% face ao período homólogo do ano passado, decréscimo inferior à queda de vendas de 5,0%. Registou-se uma melhoria do rácio EBITDA/Vendas para 16,8% (1S19: 16,6%), refletindo em grande medida, a diminuição do preço de consumo das matérias-primas, os aumentos de preços de venda e os ganhos de eficiência operacional, que mais que compensaram a quebra do volume de negócios e o crescimento dos custos operacionais (em particular gastos com transportes e reforço de imparidades).

O EBITDA das UN Matérias-Primas e Rolhas ascendeu a 63,0 M€, um decréscimo de 5,4% face ao período homólogo (1S19: 66,6 M€). Apesar do contexto desfavorável em termos de atividade, a redução dos preços de consumos de cortiça, a implementação de aumento de preços, as melhorias introduzidas na área operacional, nomeadamente no aproveitamento da matéria-prima na área de trituração, suportaram o crescimento do EBITDA. O rácio EBITDA/Vendas aumentou para 22,1% (1S19: 21,9%).

A UN Revestimentos registou um EBITDA de 1,0 M€, invertendo as perdas registadas no período homólogo (1S19: -2,1 M€). O crescimento das vendas e a melhoria do *mix* de produtos vendidos (suportado por um crescimento de vendas de produtos fabricados superior ao das vendas de produtos de *trading*), contribuíram decisivamente para esta evolução positiva. Este desempenho reflete ainda a implementação de medidas de racionalização e otimização em termos de estrutura administrativa, industrial logística e comercial, bem como a não repetição de gastos associados ao lançamento do produto Amorim WISE que afetaram o primeiro semestre de 2019. O rácio EBITDA/Vendas subiu para cerca de 2% (1S19: -3,7%).

O EBITDA da UN Aglomerados Compósitos atingiu 4,1 M€ (1S19: 6,1 M€), refletindo sobretudo a queda dos volumes de venda e a deterioração do *mix* de produtos. Pelo lado positivo, a destacar a redução dos custos das matérias-primas (cortiça e não-cortiça) e as melhorias em termos de eficiência operacional e de aproveitamento da cortiça. O rácio EBITDA/Vendas ajustou-se para 8,1% (1S19: 11,5%).

Em resultados não recorrentes foram registados gastos de reestruturação (1,7 M€), sobretudo decorrentes de indemnizações pagas nas UN Rolhas, Revestimentos e Aglomerados Compósitos.

A redução do resultado de associadas reflete essencialmente o recebimento em 2019 de 2,4 M€ decorrentes da venda da US Floors. Sendo este o valor final associado a esta operação, o seu impacto afetou apenas os resultados do período homólogo do ano anterior.

Após resultados atribuíveis aos interesses que não controlam, a Corticeira Amorim encerrou o período com um resultado líquido de 34,3 M€, uma redução de 15,1% face ao registado no período homólogo de 2019. Excluindo o evento não recorrente associado à venda da US Floors, mencionado anteriormente, o resultado líquido teria caído 9,8%.

---

No final do semestre, a dívida remunerada líquida ascendia a 115,6 M€ (12M19: 161,1 M€). Apesar do aumento do investimento em ativo fixo (18,4 M€) e da aquisição de 30% da Elfverson (2.0 M€), foi possível reduzir a dívida líquida em 46 M€ face ao final do ano de 2019.

A robustez do balanço da Corticeira Amorim, associada ao apoio das instituições financeiras, garantem uma adequada e equilibrada estrutura de capitais, salvaguardando eventuais limitações de liquidez que possam vir a ocorrer.

## Dividendos

A Assembleia Geral de Acionistas, realizada no dia 26 de junho de 2020, aprovou a distribuição de um dividendo bruto de 0,185€ por ação, pago no dia 20 de julho.

Considerando as consequências da pandemia e o inerente agravamento do contexto económico e social, em Portugal e no mundo, e em face da séria situação de incerteza quanto à retoma da normal atividade económica, o Conselho de Administração da Corticeira Amorim decidiu não propor, no corrente ano, a atribuição de um dividendo extraordinário em dezembro, como vinha acontecendo desde 2012. Esta decisão reflete a gestão assumidamente conservadora do balanço que tem sido seguida e tomou em conta o reforço de prudência que o atual contexto adverso implica.

## COVID-19

A proteção da saúde e segurança dos Colaboradores e a determinação de continuar a servir os Clientes foram, desde o primeiro momento, prioridades essenciais da Corticeira Amorim no atual contexto da pandemia do COVID-19.

O Grupo juntou-se ao esforço coletivo para conter a COVID-19, protegendo os seus Colaboradores, as suas Famílias e as Comunidade. Foram adotadas as práticas mais seguras, baseadas num rigoroso Plano de Contingência implementado em todas as unidades industriais e na sua extensa rede de distribuição. Este plano incluiu um conjunto de medidas de largo espectro, fundamentais para assegurar o bem-estar permanente dos mais de 4 350 funcionários em todo o mundo, a laboração das diversas unidades industriais em segurança e a continuidade dos negócios.

A resposta dos Colaboradores foi excepcional, assegurando, mesmo nas alturas mais difíceis, a manutenção do normal desempenho e acompanhamento aos Clientes. A Corticeira Amorim correspondeu, assim, à sua forte responsabilidade no fornecimento da cadeia de abastecimento do sector vinícola, tudo fazendo para manter a produção e continuar a servir os seus Clientes, mesmo durante os períodos de confinamento.

A Corticeira Amorim é uma empresa internacional, beneficiando da sua diversificação geográfica, mas a propagação da pandemia e as medidas de contenção adotadas pelos diversos países, tiveram impactos significativos na economia mundial, induzindo alterações profundas nos padrões do consumo e, conseqüentemente, com efeitos na sua atividade. Apesar de até final de março, não se ter verificado um impacto material no volume de negócios do Grupo, assistiu-se a um impacto mais severo no segundo trimestre do ano, particularmente no mês de maio.

A incerteza quanto à escala, dimensão e duração do atual momento, torna difícil avaliar a dimensão dos impactos diretos e indiretos da COVID-19 no futuro, estando a sua mensuração largamente dependente da extensão da sua disseminação e dos seus efeitos sobre a economia global. Após um segundo trimestre muito desafiador, espera-se uma gradual recuperação na segunda metade do ano. Esta evolução estará, no entanto, muito dependente do desenvolvimento desta grave crise sanitária e da eventual necessidade de medidas de confinamento adicionais no futuro.

## Principais indicadores

		1S 19	1S 20	Variação	2T 19	2T 20	Variação
Vendas		412.243	391.577	-5,0%	209.920	187.916	-10,5%
Margem Bruta – Valor		204.219	203.775	-0,2%	101.502	98.112	-3,3%
	1)	48,0%	50,8%	+ 2,8 p.p.	46,4%	51,7%	+ 5,3 p.p.
Gastos operacionais correntes		153.929	156.330	1,6%	76.838	77.238	0,5%
EBITDA corrente		68.287	65.945	-3,4%	33.503	30.177	-9,9%
EBITDA/Vendas		16,6%	16,8%	+ 0,28 p.p.	16,0%	16,1%	+ 0,10 p.p.
EBIT corrente		50.290	47.445	-5,7%	24.663	20.874	-15,4%
Resultados não recorrentes	2)	-	-1.652	n.s.	-	-1.652	n.s.
Resultado líquido		40.352	34.272	-15,1%	21.742	14.396	-33,8%
Resultado por ação		0,303	0,258	-15,1%	0,173	0,108	-37,5%
Dívida remunerada líquida		149.912	115.625	-34.287	-	-	-
Dívida remunerada líquida/EBITDA (x)	3)	1,20	0,94	-0,26 x	-	-	-
EBITDA/juros líquidos (x)	4)	81,8	107,0	25,25 x	73,1	103,9	30,82 x

1) Sobre o valor da produção

2) Valores referem-se a gastos de reestruturação

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).