

Vendas semestrais da Corticeira Amorim acima dos 330 milhões de euros

Para informações adicionais contactar:
Cristina Amorim
Representante para as relações com o mercado
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

Destaques:

- *EBITDA aumenta 21%, ultrapassando os 65 milhões de euros*
- *Resultado cresce 34% para os 35 milhões de euros*
- *Performance positiva de todas as Unidades de Negócio, com destaque para a UN Rolhas*

Mozelos, 3 de agosto 2016 – A Corticeira Amorim fechou o semestre com um Resultado Líquido de 35 milhões de euros, um crescimento de 34% face ao período homólogo. A conjuntura favorável nos principais mercados da Corticeira Amorim teve um papel importante para este resultado.

As vendas semestrais atingiram os 334 milhões de euros, uma subida de 8% face ao obtido no primeiro semestre de 2015. Para este resultado foi importante o contributo do segundo trimestre (+9,5%), quando comparado com a *performance* dos três primeiros meses de 2016 (+6,3%). Esta evolução positiva foi suportada pelo efeito volume de vendas, ocorrido em todas as Unidades de Negócio (UN), complementado pelo efeito *mix*, em especial o verificado na UN Rolhas. Neste semestre, e à semelhança do ocorrido no primeiro trimestre, o efeito cambial não foi materialmente relevante.

A evolução favorável dos custos operacionais nos primeiros seis meses do ano permitiu que o EBTIDA aumentasse 21,1%, cifrando-se nos 65,9 milhões de euros, e que o rácio EBITDA/Vendas atingisse os 19,7%, registando um crescimento superior a dois pontos percentuais.

A função financeira continua a ser beneficiada pela *performance* positiva de dois indicadores: a reduzida taxa de juro e a continuidade da redução do nível de endividamento (-11,8 M€). A rubrica Juros e Outros Gastos financeiros atingiu os 952 mil euros no período, valor que compara com os 1138 mil euros registados do semestre homólogo.

No final do semestre, o total do Balanço Consolidado ascendia a 702 milhões de euros, enquanto o Rácio de Autonomia Financeira se fixava nos 52,5%, tendo melhorado 3,5 p.p. face ao registado há um ano atrás.

Principal Unidade de Negócios aumenta vendas em mais de 9 %

A **Unidade de Negócios Matérias-Primas** assinalou um aumento na atividade dirigida para o interno do Grupo de 7,8%, tendo acompanhado o incremento de atividade registado na UN Rolhas, seu principal cliente.

O valor do EBITDA contabilizado foi de 10,6 milhões de euros, uma ligeira descida face ao semestre homólogo (11,1 M€). Esta variação tem como origem a absorção por esta UN do aumento de preço da cortiça da campanha de 2014. O controlo dos custos operacionais e o próprio aumento da atividade permitiram atenuar este efeito.

As vendas da **UN Rolhas** no período atingiram os 220,6 milhões de euros, um valor que revela um aumento de 9,3%, impulsionado pelo volume e também pelo efeito *mix* positivo ao ter aumentado a venda de rolhas naturais, o produto de maior valor acrescentado. Este crescimento foi obtido, sobretudo, devido à evolução positiva do segundo trimestre (+10,7%) que ultrapassou o desempenho do primeiro trimestre (7,8%).

Importa sublinhar que neste semestre tiveram início as vendas de rolhas naturais processadas já com tecnologia NDTech, uma importante inovação que possibilita uma significativa evolução do controlo de qualidade, na medida em que introduz nas linhas de produção de rolhas naturais uma triagem individualizada.

O aumento da atividade, conjugado com o efeito positivo do *mix* de vendas e custos operacionais estáveis, resultaram num crescimento de cerca de 24% do EBITDA desta UN para um valor de 39,8 milhões de euros.

No semestre, a **UN Revestimentos** atingiu os 61,1 milhões de euros em vendas, um aumento de 6,3% face ao período homólogo. Nesta evolução há que destacar a *performance* de Hydrocork, um lançamento efetuado apenas em 2015 mas que, neste semestre, já representa mais de 10% das vendas da UN. O enorme potencial associado a este produto e o crescimento sucessivo das suas vendas marcam, certamente, uma inflexão positiva na atividade desta Unidade de Negócio.

Embora a margem bruta percentual se tenha deteriorado, devido à alteração do *mix* de vendas, o aumento da atividade e uma ligeira redução

de custos operacionais possibilitaram uma subida do EBITDA, que evoluiu dos 5,4 milhões de euros para os 6,8 milhões de euros no semestre.

A **UN Aglomerados Compósitos** registou vendas de 52,1 milhões de euros, um aumento de 6,2%, obtido sem o efeito cambial. Os três principais segmentos de negócio, Retalho, Indústria e Construção, registaram uma progressão positiva.

A melhoria da margem bruta percentual, beneficiada pela descida de preço e melhor rendimento de algumas das matérias-primas, o aumento da atividade e custos operacionais estáveis conduziram a um EBITDA de 9,8 M€. Este valor representa um aumento de 48% face ao valor alcançado no primeiro semestre de 2015.

A **UN Isolamentos** registou o maior crescimento percentual de vendas de todas as Unidades de Negócio, com mais 29%, para os 6,4 M€.

Os principais fatores que contribuíram para este desempenho foram as vendas do seu produto principal, o aglomerado de cortiça expandida, com um aumento da quantidade de 10%, assim como o aumento nas vendas de aplicações de maior valor acrescentado como MDFachada.

Apesar do aumento da atividade, os custos operacionais mantiveram-se estáveis, permitindo uma variação favorável de 81% no EBITDA, que atingiu no semestre os 1,5 M€.

Principais Indicadores

	1S16	1S15	Varição	2T16	2T15	Varição
Vendas	333.958	309.197	8,0%	177.267	161.846	9,5%
Margem Bruta – Valor	176.276	165.259	6,7%	93.871	86.083	9,0%
	1) 52,4%	50,2%	+ 2,2 p.p.	50,6%	50,6%	-0,01 p.p.
Gastos operacionais correntes (incl. depreciações)	123.574	124.938	-1,1%	62.278	63.356	-1,7%
EBITDA corrente	65.854	54.379	21,1%	38.257	30.576	25,1%
EBITDA/Vendas	19,7%	17,6%	+ 2,1 p.p.	21,6%	18,9%	+ 2,7 p.p.
EBIT corrente	52.703	40.321	30,7%	31.593	22.727	39,0%
Gasto não recorrentes	2) 3.730	2.912	N/A	2.050	3	N/A
Resultado líquido (atribuível aos accionistas)	35.145	26.222	34,0%	21.231	17.775	19,4%
Resultado por acção	0,264	0,209	26,6%	0,169	0,142	19,4%
Dívida remunerada líquida	80.079	91.865	- 11.786	-	-	-
Dívida remunerada líquida/EBITDA (x)	3) 0,71	0,94	-0,23 x	-	-	-
EBITDA/juros líquidos (x)	4) 103,4	73,4	30,04 x	126,9	100,0	26,95 x
Autonomia financeira	5) 52,5%	49,0%	+ 3,5 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 (excluí I. Selo e comissões).

5) Capitais Próprios / Total balanço