

Para informações adicionais contactar:

Cristina Rios Amorim

Investor Relations

Tel: 22 747 54 25

[corticeira.amorim@amorim.com](mailto:corticeira.amorim@amorim.com)

[www.amorim.com](http://www.amorim.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 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)

## Vendas da Corticeira Amorim sobem para os 147 milhões de euros

### Destaques

- *Volume de negócios cresce 6%, beneficiando de uma evolução cambial positiva, em especial do USD*
- *Resultado líquido atinge os 8,4 milhões de euros, um aumento de 41% face ao 1T2014*
- *EBITDA aumenta 44% para 23,8 milhões de euros*

**Mozelos, 11 de maio de 2015** – A Corticeira Amorim encerrou o primeiro trimestre do ano com um volume de vendas de 147,4 milhões de euros, o que corresponde a um aumento de 6,3% face a igual período do ano anterior.

Este foi um comportamento para o qual muito contribuiu a Unidade de Negócios (UN) Rolhas, que registou um aumento de vendas superior a 10%. De salientar também uma subida de vendas muito significativa na UN Aglomerados Compósitos, de 12,5%.

A conjugação do desempenho da sua mais importante Unidade de Negócios (Rolhas) e de uma desvalorização significativa do Euro, que permitiu um efeito positivo dos câmbios, sustentam em grande parte o crescimento da atividade e dos indicadores de resultados neste primeiro trimestre de 2015.

O resultado líquido ascendeu a 8,4 milhões de euros, o que reflete um crescimento de 41,2% face ao período homólogo. O bom registo operacional contribuiu para um crescimento significativo ao nível do

EBITDA, indicador que, expurgando o efeito da variação cambial, valorizou 17%.

À semelhança da tendência observada ao longo de 2014, o primeiro trimestre de 2015 fica também marcado por uma nova melhoria na função financeira, resultante de uma menor dívida e de taxas de juro mais baixas.

## Atividades operacionais por Unidades de Negócio (UN)

Num trimestre em que foram trabalhados os últimos lotes de cortiça da campanha de 2013, a **UN Matérias-Primas**, acompanhando a atividade da UN Rolhas, registou um crescimento de vendas de 4,5%. Este efeito positivo, adicionado a uma contenção ao nível dos custos operacionais, permitiu um crescimento de quase 15% no EBITDA do período (1T15: 6,5 M€ vs 1T14: 5,6 M€).

As vendas da **UN Rolhas** atingiram 95 M€, um crescimento de 10,6% face ao trimestre homólogo de 2014. O ganho de actividade, impulsionado pela desvalorização do euro, representou pouco mais do que 40% daquele ganho. Deste modo, o crescimento orgânico ficou-se pelos 6%.

De destacar o desempenho positivo de todos os segmentos de rolhas, com vendas em quantidade e em valor superiores ao período homólogo do ano transacto. Nota também para a performance de Helix ao longo do trimestre. No final do período, esta inovadora solução de *packaging* estava já disponível em caves de cinco países, cujos vinhos estão em comercialização em sete mercados internacionais, incluindo os EUA, que é o maior mercado de vinhos do mundo.

O EBITDA registado no trimestre elevou-se aos 13,1 M€, uma variação positiva de 32% relativamente ao primeiro trimestre do exercício anterior.

A **UN Aglomerados Compósitos**, devido à sua elevada exposição ao USD, foi a mais beneficiada na sua atividade pelo efeito cambial. As suas vendas foram de 23,2 M€, um aumento de 12,5%. Excluído o efeito cambial, o crescimento das vendas teria sido de 4%. Para esta variação, foi determinante a evolução de vendas das principais áreas de negócio da UN, onde se incluem a Indústria e a Construção.

O EBITDA atingiu os 2,1 M€, uma subida significativa face aos 0,5 M€ do 1T14. O efeito cambial justifica a subida registada.

A **UN Revestimentos** continua a enfrentar dificuldades em dois dos seus principais mercados: Leste Europeu e Estados Unidos. As vendas da associada US Floors registaram uma quebra de comercialização de produtos de cortiça e, por outro lado, as sanções económicas impostas à Rússia têm tido consequências desfavoráveis nas vendas para aquele país.

No entanto, a evolução verificada nos meses de março e abril parece antever uma inversão deste cenário de diminuição de vendas, que se vem registando desde o segundo semestre de 2014.

As vendas atingiram os 28,5 M€, uma diminuição de 8%, sendo que o EBITDA registou 1,8 M€, uma quebra face aos 3,3 M€ do trimestre homólogo de 2014.

As vendas da **UN Isolamentos** foram de 2,4 M€, verificando-se um crescimento de 1,5% dos produtos manufacturados para clientes finais relativamente ao mesmo período do ano anterior. O EBITDA atingiu os 0,52 M€ (1T14: 0,49 M€).

## Indicadores consolidados

	1T15	1T14	Varição
Vendas	147.351	138.596	6,3%
Margem Bruta – Valor	79.176	70.500	12,3%
	1) 49,7%	48,5%	+ 1,2 p.p.
Gastos operacionais correntes (incl. depreciações)	61.582	60.582	1,7%
EBITDA corrente	23.803	16.536	43,9%
EBITDA/Vendas	16,2%	11,9%	+ 4,2 p.p.
EBIT corrente	17.594	9.918	77,4%
Resultado líquido (atribuível aos accionistas)	8.446	5.982	41,2%
Resultado por acção	0,067	0,047	41,2%
Dívida remunerada líquida	90.340	102.571	- 12.231
Dívida remunerada líquida/EBITDA (x)	4) 0,96	1,27	-0,31 x
EBITDA/juros líquidos (x)	3) 54,7	21,5	33,23 x
Autonomia financeira	2) 50,9%	46,7%	+ 4,2 p.p.

1) Sobre o valor da produção

2) Capitais Próprios / Total balanço

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

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