



VALORIZAR FAZ PARTE DE NÓS

2023

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS
1º SEMESTRE



2 / 4

The Navigator Company, S.A.

Capital Social 500 000 000 Eur
Pessoa Colectiva 503 025 798

Matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Setúbal
Sede Península de Mitrena, Freguesia do Sado, Setúbal



ÍNDICE

1. DESEMPENHO DO 2º TRIMESTRE / 1º SEMESTRE DE 2023	2
2. PRINCIPAIS INDICADORES	3
3. ANÁLISE DE RESULTADOS	4
4. UMA BIOINDÚSTRIA NO LADO CERTO DO FUTURO	9
5. PERSPETIVAS DE MERCADO	11
6. DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS	13



1. DESEMPENHO DO 1º SEMESTRE DE 2023

O ano de 2022, foi marcado por uma anormal escassez de oferta papeleira na Europa, sobretudo na 1ª metade do ano, com conseqüente volume anormal de encomendas. A normalização das condições de mercado vividas em 2022, condicionou fortemente o sector no 1º semestre de 2023, tendo-se assistido à continuação do processo lento de redução dos *stocks* acumulados em toda a cadeia de distribuição, ao longo do ano transato. Este desequilíbrio afetou significativamente a procura em todos os segmentos de papel, à exceção do segmento de tissue. Condicionado pelo atual contexto de abrandamento económico, o processo de *destocking* está a demorar mais do que o antecipado.

O foco das equipas da Navigator na eficiência das operações e controlo de custos, a par com a manutenção dos preços internacionais de papel e tissue, em níveis ainda historicamente elevados, não obstante a correção face aos máximos atingidos em 2022, permitiu terminar o 1º semestre de 2023 com o segundo melhor resultado da nossa história.

A mobilização da empresa e das suas equipas é especialmente importante numa altura em que para além da necessidade de gestão numa conjuntura de mercado adversa, a Navigator continua a implementar com confiança os seus projectos de investimento em programas de crescimento e de diversificação.

Análise do 2º Trimestre (vs 1º T 2023 e vs 2ºT 2022)

- A Navigator registou um volume de negócios de € 478 milhões (-5% vs. 1ºT 2023; -26% vs. 2ºT 2022);
- O EBITDA atingiu € 122 milhões (-6% vs 1ºT; -45% vs 2º T 2022), refletido numa margem EBITDA de 25,6% (-0,5 pp vs trimestre anterior; -8,7 pp vs 2ºT 2022);
- Os resultados líquidos ascenderam a € 66 milhões (-8% vs 1ºT; -41% vs 2ºT 2022);
- O volume de vendas de pasta foi de 124 mil toneladas (+35% vs 1ºT; +72% vs 2º T 2022). A menor integração em papel no trimestre aumentou a disponibilidade de pasta para venda, a qual é rapidamente absorvida devido às suas qualidades distintivas reconhecidas pelo mercado. De destacar a boa performance produtiva – com os complexos de Aveiro e Figueira da Foz, a voltarem a atingir volumes historicamente elevados de produção;
- O volume de vendas de papel foi de 260 mil toneladas (-5% vs 1ºT; -36% vs 2ºT 2022), num trimestre em que se continuou a fazer sentir o processo de *destocking* em toda a cadeia de distribuição amplificado pelo abrandamento da procura em consequência da desaceleração económica na maior parte dos mercados onde operamos;
- O volume de vendas de Tissue atingiu 37 mil toneladas (+57% vs 1ºT; +50% vs 2ºT 2022), impulsionadas pelo crescimento da procura de produto acabado e pela adição de capacidade de Navigator Ejea;
- A exploração de oportunidades no segmento de *packaging* continua em desenvolvimento, não obstante o atual enquadramento de mercado desfavorável, com uma quebra assinalável na procura final; a marca gKRAFT™, continua bem reconhecida pelo mercado, com mais de 230 clientes ativos, em 30 países, desde a entrada no negócio em 2021. Esse reconhecimento vai além do sucesso comercial. Neste trimestre, a marca gKRAFT™ foi distinguida com o Prémio Nacional de Inovação e a Agenda mobilizadora "From Fossil to Forest", liderada pela Navigator, foi distinguida pela Deloitte Portugal, na categoria "Transformation Award - Projetos de transformação e de inovação com impacto no mercado". O prémio vem reconhecer a importância do projeto na criação de produtos disruptivos de embalagens à base de celulose como resposta aos desafios colocados pelo consumo crescente de plásticos de utilização única.



Análise do 1º Semestre 2023 vs. 1º Semestre 2022

- A Navigator registou um volume de negócios de € 980 milhões (-14% vs. 1ºS 2022);
- O EBITDA atingiu € 253 milhões (-27% vs 1ºS), margem EBITDA de 25,8% (-4,4 pp vs 1ºS 2022);
- Os resultados líquidos ascenderam a € 137 milhões (-15% vs 1ºS 2022);
- Endividamento líquido de € 573 milhões, impactado pela aquisição da Gomà-Camps Consumer no 1ºT, pela distribuição de € 200 milhões de dividendos no 2ºT e pelo valor de IRC pago em maio; rácio Dívida Líquida / EBITDA de 0,89x;
- De destacar a nossa Estratégia para a Saúde e Segurança que alcançou o melhor resultado semestral de segurança de sempre, desde que realiza a monitorização, no que respeita ao número de acidentes com dias perdidos, bem como no que respeita à sua gravidade.

2. PRINCIPAIS INDICADORES

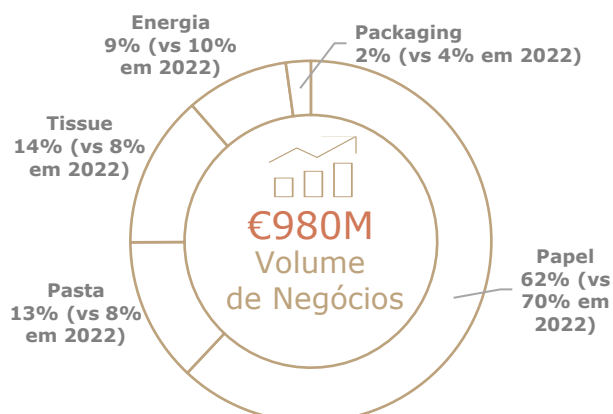
Milhões de euros	1º Semestre 2023	1º Semestre 2022	Variação ⁽⁸⁾ 1ºS 23/1ºS 22		
Vendas Totais	979,5	1142,1			-14,2%
EBITDA ⁽¹⁾	253,0	344,6			-26,6%
Resultados Operacionais (EBIT)	187,6	272,9			-31,3%
Resultados Financeiros	-8,5	-45,1			81,2%
Resultado Líquido	137,4	161,9			-15,1%
Cash Flow Exploração	202,8	233,5			- 30,7
Cash Flow Livre ⁽²⁾	9,7	174,2			- 164,5
Investimentos	112,6	34,3			78,3
Dívida Líquida Remunerada ⁽³⁾	572,5	520,6			51,9
EBITDA/Vendas	25,8%	30,2%			-4,4 pp
ROCE ⁽⁴⁾	22,0%	32,1%			-10,1 pp
ROE ⁽⁵⁾	22,4%	28,3%			-5,9 pp
Autonomia Financeira	43,4%	44,2%			-0,8 pp
Dívida Líquida Remunerada /EBITDA ^{(6) (7)}	0,89	0,95			-0,06

Milhões de euros	2º T 2023	1º T 2023	Variação ⁽⁸⁾ 2ºT 23/1ºT 23		Variação ⁽⁸⁾ 2ºT 23/2ºT 22	
Vendas Totais	478,3	501,2		-4,6%	649,8	-26,4%
EBITDA ⁽¹⁾	122,3	130,7		-6,4%	223,0	-45,2%
Resultados Operacionais (EBIT)	88,4	99,2		-10,9%	183,6	-51,8%
Resultados Financeiros	-5,8	-2,7		117,0%	-40,4	-85,6%
Resultado Líquido	65,7	71,7		-8,4%	111,3	-41,0%
Cash Flow Exploração	99,7	103,1		- 3,4	150,7	- 51,0
Cash Flow Livre ⁽²⁾	-21,1	30,8		- 51,9	97,3	- 118,4
Investimentos	70,9	41,7		29,2	19,6	51,3
Dívida Líquida Remunerada ⁽³⁾	572,5	351,4		221,1	520,6	51,9
EBITDA/Vendas (%)	25,6%	26,1%		-0,5 pp	34,3%	-8,7 pp
ROCE ⁽⁴⁾	20,8%	23,8%		-3,0 pp	43,2%	-22,4 pp
ROE ⁽⁵⁾	21,4%	22,1%		-0,7 pp	39,0%	-17,6 pp
Autonomia Financeira	43,4%	44,4%		-1,0 pp	44,2%	-0,8 pp
Dívida Líquida Remunerada /EBITDA ^{(6) (7)}	0,89	0,47		0,42	0,95	-0,06

1. Resultados operacionais + amortizações + provisões;
2. Variação dívida líquida + dividendos + compra de ações próprias
3. Passivos remunerados – disponibilidades (não inclui o efeito do IFRS 16)
4. ROCE = Resultados operacionais anualizados / Média do Capital investido $(N+(N-1))/2$
5. ROE = Resultados Líquidos anualizados / Média dos Capitais Próprios $(N+(N-1))/2$
6. (Passivos remunerados – disponibilidades) / EBITDA correspondente aos últimos 12 meses;
7. Impacto IFRS 16: Dívida Líquida / EBITDA (2023) de 0,99; Dívida Líquida / EBITDA (2022) de 1,44;
8. Variação de valores não arredondados



3. ANÁLISE DE RESULTADOS



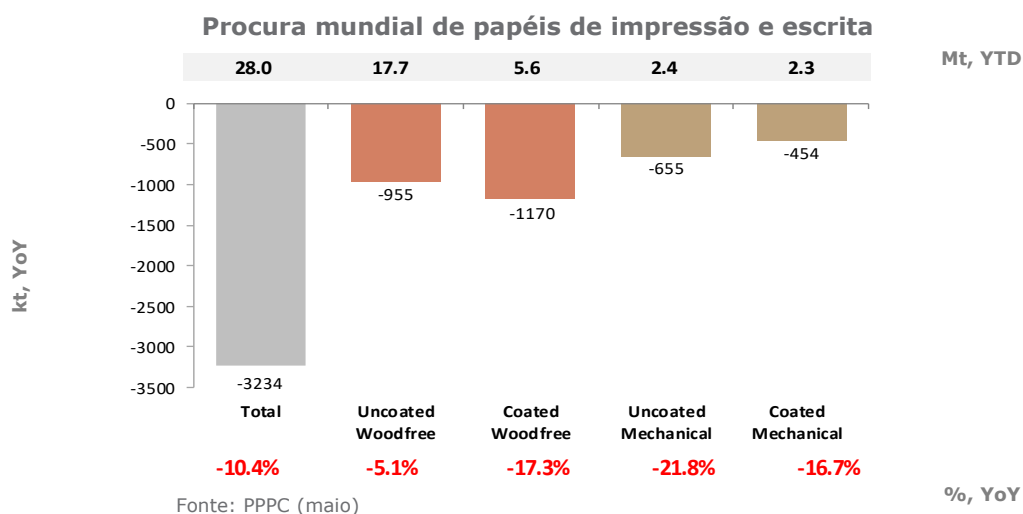
A redução verificada nos custos de caixa continua a fazer-se sentir, aproximando-se dos registados no 2º trimestre de 2022, o que a par com a manutenção dos preços internacionais de papel, e tissue, em níveis historicamente elevados, não obstante a correção face aos máximos atingidos em 2022, permitiu alcançar bons resultados.

A indústria dos papéis de impressão e escrita

Ao longo do 1º semestre de 2023 assistimos à continuação da redução dos *stocks* acumulados em toda a cadeia de distribuição iniciado durante o 2º semestre de 2022, ainda que a um ritmo mais lento do que esperado.

Em particular na Europa, verificou-se um 1º trimestre com níveis de entrada de encomendas historicamente baixos, situação que se prolongou ao longo de todo o 2º trimestre.

Em consequência, a utilização da capacidade produtiva da indústria (produção/capacidade) registou uma forte queda, tendo também a Navigator ajustado os ritmos de produção, mantendo, no entanto, uma taxa de utilização média no semestre de 75%, que compara com 67% de média de concorrentes.





Num contexto global de forte queda de procura aparente (-10%), o papel UWF continua a ser o mais resiliente, tendo registado um decréscimo de 5%, o que compara com os papéis CWF que caíram 17%. Os papéis com fibra obtida por via mecânica também registaram uma expressiva queda de 19%.

Em particular na Europa, a procura aparente de papel UWF durante o 1º semestre teve uma evolução negativa de 20%, mas ainda assim foi igualmente a grade mais resiliente.

Nos Estados Unidos registou-se uma queda de 10%, com um decréscimo mais expressivo na procura de formatos folio e bobines para a indústria gráfica (-13%), tendo a procura de *cut-size* caído 7%. (RISI junho)

O consumo aparente de UWF nas restantes regiões mundiais decresceu 1,9%, face ao mesmo período do ano anterior.

O índice de referência para o papel de escritório na Europa no final de junho situava-se em 1.204 €/t (vs 1.302 €/t no final de março), 11% abaixo face ao máximo histórico registado no final de outubro de 2022 (1.358 €/t), no entanto 15% acima do preço médio do período homólogo.

De destacar, a resiliência dos preços de UWF face também aos preços de algumas *grades* de Packaging, com o índice referência para papéis kraftliner a situar-se em 702€/t no final de junho, 27% abaixo do máximo histórico registado em junho de 2022 e 23% abaixo do preço médio do período homólogo; e com o índice de referência para papéis Testliner a situar-se nos 518€/t no final de junho, 35% abaixo do máximo histórico registado em junho de 2022 (802€/t) e 30% abaixo do preço médio do período homólogo.

As vendas de UWF da Navigator totalizaram 533 mil toneladas no semestre, o que representa uma quebra de 27% face ao período homólogo, num enquadramento em que os *stocks* ao longo de toda a cadeia de distribuição ainda não estão regularizados. A Navigator conseguiu, no entanto, manter um nível de preços e um foco nas marcas de fábrica e segmentos premium de produto, que permitiu compensar parcialmente o decréscimo de volumes, situando-se o valor das vendas cerca de 23% abaixo do período homólogo. De destacar que as marcas de fábrica representaram 81% das vendas do semestre (vs média de 65% registada no período 2012-2021). A quota de produtos premium, apesar de menor do que a do período homólogo, mantém-se elevada, 58%, comparando com a média histórica.

Packaging - From Fossil to Forest – aposta na sustentabilidade, inovação e transformação

O segmento de Packaging é o segmento onde mais cedo a empresa sentiu o abrandamento da procura. Não obstante o agravamento do contexto macroeconómico, o segmento de Packaging continua, contudo, a revelar aspetos positivos.

O reconhecimento da qualidade dos nossos produtos à base de fibra de *eucalipto globulus* e, conseqüentemente, da marca gKRAFT™, servindo a marcas de grande exposição, em setores tão distintos como a área da moda, retalho alimentar, e-commerce, indústria ou agricultura, resultando numa cada vez maior e mais diversificada base de clientes interessados em contribuir para o movimento global de desplastificação da economia mundial.

Esse reconhecimento é concretizado pela evolução da base de clientes, hoje superior a 230 clientes ativos, em 30 países, desde a entrada no negócio em 2021. Um reconhecimento que vai além do sucesso comercial: o trabalho da Navigator no domínio das soluções sustentáveis de embalagem foi distinguido, em junho passado, com o Prémio Nacional de Inovação. Por sua vez a Agenda mobilizadora "From Fossil to Forest - Produtos de Embalagem Sustentáveis para Substituição do Plástico Fóssil", liderada pela Navigator, foi distinguida pela Deloitte Portugal, na categoria "Transformation Award - Projetos de transformação e de inovação com impacto no mercado".



A Navigator continua assim a sua aposta nos papéis de embalagem, essencialmente nos mercados de *Bags* (sacos de retalho) e *Flexible Packaging* (embalagens flexíveis), onde a introdução inovadora das qualidades da fibra de eucalipto tem tido enorme aceitação.

Entre os vários projetos em curso de ampliação da sua oferta, a Navigator tem vindo a desenvolver desde o início de 2023 novas gamas de produtos, destinadas às indústrias alimentares, e a uma multiplicidade de produtos de consumo, cuja fase de testes e introdução no mercado ainda em curso, virá a abrir portas, a curto prazo, a outros segmentos de alto valor acrescentado.

O projeto de produção integrada de peças de celulose moldada de eucalipto, destinadas a substituir embalagens de plástico de utilização única no mercado de *food service* e *food packaging*, continua a avançar como planeado, com 70% da adjudicação de equipamento concluída no semestre e com 55% da execução do projeto, mantendo-se a previsão de entrada em produção no 1º semestre de 2024.

Mercado de Pasta

O índice de referência de pasta de fibra curta (*hardwood*) na Europa – PIX BHKP em dólares – atingiu máximos históricos em 2022 (1.380 USD/t), tendo começado a corrigir no 1º trimestre de 2023, acentuando a quebra no 2º trimestre, situando-se no final de junho em 942 USD/t, o que representa uma queda de 32% em relação ao início do ano (1.380 USD/t) e de 26% em relação ao final de março. A evolução do preço médio do trimestre situou-se 15% abaixo do preço médio registado no período homólogo.

O índice de referência na China para a pasta *hardwood* registou uma queda de 29% face ao final de março e de 42% face ao máximo de outubro de 2022 (866 USD/t), situando-se no final de junho em 506 USD/t (tendo chegado a atingir 475 USD/t a 9 de maio).

O 1º semestre de 2023 foi marcado pela redução dos preços da pasta, vindos de máximos históricos. Esta evolução foi sustentada: (i) pela queda da procura global face ao período homólogo (YtD maio: -3,0% pasta química branqueada (BCP), -1,5% pasta de fibra curta (HW), -3,8% pasta de eucalipto (EUCA), em particular, na Europa (YtD maio -16,7% BCP, -17,6% HW, -16,3% EUCA); (ii) pelo aumento do nível de *stocks* ao longo da cadeia de abastecimento durante o final de 2022 e início de 2023; (iii) pelo alívio dos constrangimentos logísticos sentidos durante 2022; e (iv) pelo aumento da oferta, devido à entrada de nova capacidade, nomeadamente na América Latina, um dos projetos arrancou em dezembro do ano passado (1,6Mt) e outro durante o 2º trimestre de 2023 (2,1Mt).

Ao longo do semestre a Navigator teve disponível uma maior quantidade de pasta para venda, fruto de uma menor integração em papel. As vendas do semestre situaram-se assim em 216 mil toneladas, o que representa um aumento de 44% face ao período homólogo, tendo o valor das vendas sido condicionado pelo atual nível de preços, evidenciando assim um crescimento de cerca de 17% YoY.

Negócio de tissue mantém o bom desempenho

A procura de produto acabado continuou forte, registando um crescimento sustentado no 2º trimestre de 2023, permitindo um bom desempenho das vendas de tissue.

Tal procura direcionada à Navigator é suportada pelo crescimento do mercado Ibérico (Espanha a crescer 1% nos primeiros 4 meses de 2023), não obstante a contração sentida na Europa Ocidental (-1%).

O volume de vendas de tissue atingiu 61 mil toneladas no 1º semestre, um aumento de 20% face ao período homólogo, tendo a evolução favorável de preços levado a um crescimento do valor de vendas de cerca de 50%. O aumento verificado beneficiou da integração da nova fábrica, agora denominada Navigator Tissue Ejea no 2º trimestre, que aportou à empresa uma base de clientes diversificada e uma plataforma de



crescimento de vendas não só na Península Ibérica como além Pirenéus. O crescimento da procura de produto acabado, que no global, não considerando a integração ascendeu a 3%.

O crescimento do valor de vendas de produto acabado deu-se sobretudo através do canal *At Home*, impulsionado pela captação de novos clientes e reforço da posição na base pré-existente, e através do aumento das exportações sobretudo para França e Espanha.

A Navigator mantém uma política de preços responsável, continuando a adotar uma gestão prudente dos seus custos (variáveis e fixos), com margens equilibradas e prosseguindo com foco na inovação e na diferenciação, que se refletiu na valorização da sua atratividade e reputação de mercado. O foco na inovação e na diferenciação de produto continua a permitir à Navigator reforçar a sua presença junto dos clientes, especialmente com recurso à marca de fabricante, que no 1º semestre de 2023 apresentou um crescimento de 26% do volume de vendas e de 5% do número de clientes ativos, versus período homólogo de 2022.

A empresa decidiu também inovar na gestão do relacionamento com o canal de distribuição, tendo no 1º semestre alargado a sua plataforma de comércio eletrónico ao negócio Tissue, a qual cativou mais de 25% do número total de clientes e 12% do volume de vendas Tissue no período.

Energia

No 1º semestre do ano de 2023, as vendas do segmento de energia totalizaram € 90 milhões, o que representa uma redução de aproximadamente 31% face ao período homólogo.

A descida dos proveitos decorre essencialmente: (i) do preço médio para a área Portuguesa do OMIE ter registado no 1º semestre do ano um valor de 90,4 €/MWh, por oposição ao valor homólogo de 205,8 €/MWh; e (ii) do facto da central de ciclo combinado a gás natural de Setúbal estar a operar apenas com um grupo desde Fevereiro, quando no ano passado estava a operar com 2 grupos, dado que a evolução do diferencial de preços (eletricidade e gás natural) faz com que a operação do 2º grupo não seja compensadora economicamente.

A estas menores vendas da atividade de energia correspondem, em contrapartida, menores custos de aquisição de energia elétrica para o volume de compra indexado a OMIE.

Desaceleração de custos e evolução favorável de preços compensam a queda na procura e permitem registar EBITDA de € 253 milhões

No 1º trimestre do ano verificou-se uma redução dos custos variáveis nomeadamente de logística, de energia e de algumas matérias-primas, que se acentuou, de forma significativa, ao longo do 2º trimestre, o que aliado ao esforço de manutenção de preços e enriquecimento do mix de produto, compensou parcialmente a redução de volumes de venda de papel.

A evolução de custos no 2º trimestre face ao 1º trimestre foi bastante expressiva, com custos no segmento de pasta e papel a corrigirem face ao trimestre anterior 9% a 12% e Tissue a reduzir 3%.

Assim, fechamos o 1º semestre de 2023 com uma quebra acentuada de custos em todos os segmentos, uma redução média de cerca de 8% nos segmentos de pasta e papel e de perto de 5% no segmento de Tissue, face aos registados no último semestre de 2022.

Os custos fixos totais acabaram por situar-se 1% acima dos custos fixos do período homólogo, bem abaixo da evolução da inflação.



Neste enquadramento, a Navigator atingiu um EBITDA de € 253 milhões no 1º semestre e uma margem EBITDA / Vendas de 25,8% (-4,4 p.p. face ao período homólogo).

Resultados Financeiros

Os resultados financeiros situaram-se em € -8,5 milhões (vs. € -45,1 milhões face ao período homólogo). De referir que no período homólogo os resultados financeiros estavam penalizados por impactos não recorrentes (*non cash*), resultantes essencialmente do reconhecimento em resultados do exercício de diferenças de câmbio desfavoráveis (€ -34 milhões).

Excluindo impactos não recorrentes, verifica-se uma evolução positiva de € 2,5 milhões relativamente ao período homólogo. Para este resultado contribuiu a subida de taxas de juro que permitiu otimizar a gestão do excesso de disponibilidades que resultou num resultado positivo de € 2,6 milhões e também a política de cobertura de risco de taxa de juro, que apesar da rápida subida dos indexantes, permitiu que os custos de financiamento se mantivessem estáveis.

Os resultados antes de impostos totalizaram € 179 milhões e o encargo de IRC do exercício foi de € 42 milhões, com uma taxa de imposto no período de 23,3%. Os resultados líquidos foram de € 137 milhões vs € 162 milhões registados no período homólogo.

Geração de cash flow livre impactada pela operação de aquisição e pelo pagamento de impostos

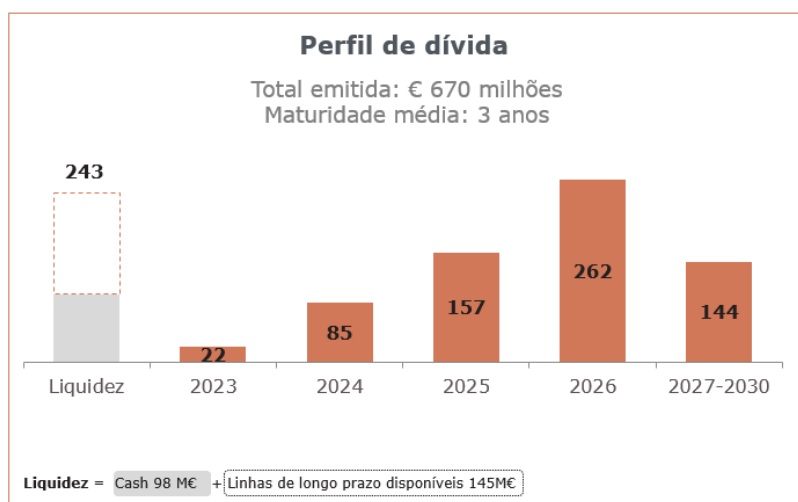
A geração de *cash flow* livre no semestre foi de cerca de € 10 milhões (vs cerca de € 174 milhões no período homólogo), a qual reflete o impacto do desembolso na aquisição da Gomá-Camps Consumer (€ 85 milhões), e o pagamento adicional de € 74 milhões de imposto s/rendimento (IRC), valor que reflete o nível excepcional de resultados no ano precedente, e a conclusão da distribuição de prémios aos colaboradores, a maior compensação por desempenho e produtividade da história da nossa companhia. Estes pagamentos estão intimamente associados ao bom desempenho da companhia no ano de 2022.

O impacto da variação do fundo de maneio foi globalmente favorável: o aumento do valor dos inventários foi mais do que compensado pela redução no saldo dos valores a receber de clientes.

Distribuição de € 200 milhões de dividendos – Endividamento taxa fixa garante custo competitivo

O endividamento líquido situa-se em € 573 milhões de euros, impactado, entre outros, pelo desembolso associado à aquisição da Gomá-Camps Consumer no 1º trimestre e pela distribuição de € 200 milhões de dividendos no 2º trimestre. O rácio Dívida Líquida Remunerada / EBITDA situou-se assim em 0,89, consolidando o perfil de robustez financeira exibido pelo Grupo nos últimos anos.

No 1º trimestre, foi reembolsada dívida no valor de cerca de € 50 milhões no 2º trimestre cerca de € 11 milhões. A maturidade média da dívida mantém-se adequada, com um perfil de reembolsos bem escalonado, com mais de 40% do total de endividamento emitido com cariz sustentável e 94% de dívida total emitida a taxa fixa, o que permite a manutenção de um baixo custo de financiamento numa conjuntura de subida acentuada de taxas de juro. O montante de linhas disponíveis de longo prazo não utilizadas ascende a € 145 milhões.



**Taxa média de financiamento
(junho 2023)**
1,9%

Taxa de Juro

Fixa	Variável
94%	6%

Capex de € 113 milhões

No 1º semestre de 2023, o montante total de investimentos ascendeu a € 113 milhões (vs. € 34 milhões no período homólogo).

O montante de investimento do semestre inclui maioritariamente investimentos direcionados para a manutenção da capacidade produtiva, modernização dos equipamentos e melhoria de eficiência, projetos estruturais e de segurança. Entre os investimentos destacam-se a nova Caldeira de Recuperação em Setúbal, o Novo Parque de Madeiras na Figueira, investimento no tratamento de águas residuais (ETAR em Setúbal), lavagem e crivagem de pasta HYKEP e tratamento de cinzas da Caldeira de Recuperação em Aveiro.

4. UMA BIOINDÚSTRIA NO LADO CERTO DO FUTURO

A Navigator atua movida por um propósito corporativo que envolve a partilha de valor com a sociedade e o compromisso de, através dos seus negócios, gerar um impacto positivo nas pessoas e no planeta.

A Navigator mantém-se assim atenta ao contexto global, no sentido de fortalecer a sua estratégia e ser capaz de navegar e operar, com sucesso e de forma sustentável, pela incerteza futura, promovendo parcerias com diversos grupos de *stakeholders*, procurando cooperar com organizações que partilham os seus valores, criando um impacto positivo na Sociedade, no Clima e na Natureza.

De entre as iniciativas e projetos desenvolvidos no trimestre, destaca-se o Clube de Produtores Florestais da Navigator, instrumento pioneiro e único para reforçar a relação com os seus parceiros e assegurar um importante contributo para o aumento significativo da produtividade e da produção nacional de madeira através da extensão de práticas de gestão sustentáveis e ativas na floresta portuguesa.

Esta iniciativa nasce da determinação da Empresa na defesa do mundo rural e dos agentes da fileira florestal, contribuirá, em simultâneo, para a diminuição do risco de incêndio – zonas de eucaliptal gerido apresentam uma incidência de área ardida 4x vezes inferior a zonas de matos e incultos – e emissões de CO2 associadas, bem como para maior captura de carbono, mais serviços de ecossistema gerados e maior distribuição de riqueza por todo o país.



Através do Clube de Produtores Florestais Navigator, os associados terão acesso a uma solução diferenciadora e benefícios exclusivos para aceder a:

- Programas de investimento para dinamizar a floresta;
- Fontes de conhecimento único sobre todas as práticas florestais, alavancando Centro de I&D - RAIZ;
- Custos de produção sustentáveis para todos os intervenientes;
- Apoio à modernização e qualificação dos recursos humanos;
- Benefícios exclusivos que recompensem o compromisso dos seus membros com a Navigator.

Procuramos, diariamente, apoiar de forma proativa a construção de novos modelos de desenvolvimento, que aliem a prosperidade económica, transversal e inclusiva, aos valores ambientais duradouros. Fomentamos o crescimento das nossas Pessoas e das Comunidades.

Este semestre, destacamos também:

1. Ambiente

62% do investimento total do 1º semestre, correspondente a € 69 milhões, classificados como investimentos em ambiente ou de cariz sustentável.

2. Social / Pessoas:

Foi concluída a distribuição aos colaboradores, daquela que constituiu a maior compensação por desempenho e produtividade da história da nossa companhia - € 34 milhões;

A percentagem de mulheres no universo de colaboradores aumentou para 19% no 1º semestre (vs 17% no final de 2022);

Foi reforçado o contacto com universidades e politécnicos (26 iniciativas no 1º semestre vs 41 no ano de 2022), com a contratação de 73 trainees de curta duração no 1º semestre e estão planeados 47 estágios de Verão em 2023 (que compara com contratações de 105 e 35 respetivamente, no total do ano de 2022);

Incrementada a formação em liderança das equipas Navigator, que envolveu 56 colaboradores no 1º semestre (vs 49 no total do ano de 2022) e em *Coaching & Mentoring*, que abrangeu 55 colaboradores no semestre (vs 74 no total do ano 2022);

Evolução positiva da nossa Estratégia para a Saúde e Segurança com o Índice de Frequência a baixar para metade e Índice de Gravidade a reduzir mais de 64%. A Navigator alcançou assim o melhor resultado semestral de segurança de sempre, desde que realiza a monitorização, no que respeita ao número de acidentes com dias perdidos, bem como no respeito à gravidade dos mesmos.

3. Governance / Inovação e Transformação do Negócio

No 2º trimestre, a gama de papéis de embalagem gKRAFT™, foi distinguida com o Prémio Nacional de Inovação, na categoria "Inovação em Grandes Empresas", iniciativa do Jornal de Negócios, BPI e Claranet, em parceria com a Nova SBE e a Cotec Portugal. Destinado a impulsionar a cultura de inovação e a premiar os melhores talentos e projetos empreendedores, promovendo o sucesso das empresas nacionais, o galardão reconhece a importância do *Eucalyptus globulus* como elemento fundamental para a inovação e a criação de produtos disruptivos que abrem caminho para um novo paradigma de soluções sustentáveis a partir da floresta nacional.

Também no 2º trimestre, a Agenda From Fossil to Forest sagrou-se vencedora da categoria "Transformation Award - Projetos de transformação e de inovação com impacto no mercado". O prémio vem reconhecer a importância do projeto na criação de produtos disruptivos e de embalagens à base de celulose como resposta aos desafios colocados pelo consumo crescente de plásticos de utilização única.



A Agenda mobilizadora "From Fossil to Forest - Produtos de Embalagem Sustentáveis para Substituição do Plástico Fóssil", liderada pela Navigator, representa uma das apostas mais ambiciosas da Navigator no domínio da bioeconomia de base florestal através da conceção, produção e comercialização de embalagens inovadoras, tendo por base matéria-prima proveniente de florestas plantadas de eucalipto com gestão certificada.

Com um investimento global de 103 milhões de euros, a Agenda "From Fossil to Forest", que engloba um consórcio de 27 entidades, é uma oportunidade para alicerçar uma verdadeira economia circular baseada na floresta: vai traduzir-se no desenvolvimento de 11 novos produtos inovadores de base sustentável, na criação de mais de 100 postos de trabalho diretos e num volume de negócios anual que ultrapassa os 120 milhões de euros.

Reconhecimento externo do nosso compromisso com a sustentabilidade



5. PERSPETIVAS DE MERCADO

O atual enquadramento geopolítico, com o prolongar da guerra na Ucrânia, e contexto macroeconómico, com a desaceleração das principais economias mundiais, continuam a não permitir suficiente visibilidade sobre a evolução de mercado, o que exigirá uma constante adaptação à realidade.

A nível global, mas na Europa em particular, há reduções temporárias ou definitivas de capacidade já anunciadas no setor papelero, no seguimento de decisões estratégicas, motivadas pela perda de rentabilidade das operações, tendo em conta a manutenção de elevados custos variáveis.

De facto, até ao momento, é expectável que saiam da Europa quase 3,1Mt de capacidade produtiva de P&W até 2026 (desde 2023). Dos 3,1Mt, 1,4Mt serão saídas efetivas de máquinas do mercado, enquanto a restante capacidade produtiva será convertida maioritariamente para grades de *packaging*. No resto do mundo, apesar de ser a uma escala menor, vão sair cerca de 1,4Mt do mercado até 2029, das quais 866 kt destas saídas serão conversões para grades de *packaging* (essencialmente para o segmento de caixas de cartão – *containerboard*) e pasta *fluff* (minoria).

As margens dos produtores de papel – principalmente os não-integrados – continuam pressionadas pelos custos de produção variáveis que, não obstante a queda do preço das fibras, ainda se encontram num patamar superior ao verificado no período pré-pandémico. Não obstante, a evolução dos custos tem sido positiva, sobretudo nos custos com energia e logística, a Navigator mantém e reforçou programas de melhoria de eficiência e controlo de custos fixos e variáveis reiterando a sua posição competitiva.



Apesar da persistência de pressões inflacionistas, a queda de preços de pasta na China e Europa, poderão levar a um aumento da pressão negativa nos preços na Europa os quais a indústria tem conseguido manter num patamar elevado.

Por outro lado, uma progressiva normalização do volume de *stocks* ao longo da cadeia de distribuição poderá contribuir para moderar essa pressão negativa. É esperado que o efeito de *restocking* ao longo da cadeia de distribuição leve a um aumento moderado da entrada de encomendas no 2º semestre, particularmente a partir de setembro.

A rapidez de atuação e de mobilização das equipas da Navigator, com gestão e planeamento de produção responsável, estratégias comerciais implementadas com sucesso, a par do rigor nos programas de eficiência produtiva e de controlo de custos, bem como a solidez financeira da empresa e a maior importância de novas áreas de negócio, representam fatores de resiliência e de segurança acrescida nestes tempos de incerteza.

Lisboa, 21 de julho de 2023

Conference Call e Webcast para Analistas e Investidores

Data: Terça-Feira, 25 de julho de 2023

Hora: 16:00 WET (Western European Time, GMT)

Link para o webcast da Conference Call:

<https://streamstudio.world-television.com/1076-1695-36494/en>

Link de pré-registo para acesso à Conference Call via telefone:

<https://aiti.capitalaudiohub.com/navigator/reg.html>



5. DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

The Navigator Company, S.A.
Demonstração dos Resultados Consolidados
30 de junho de 2023 e 2022

Valores em Euros	6 meses 30-06-2023	6 meses 30-06-2022
Réditos	979 470 806	1 142 066 869
Outros rendimentos e ganhos operacionais	31 914 734	23 330 032
Variação de Justo valor nos ativos biológicos	(2 896 818)	(7 621 133)
Custos das mercadorias vendidas e das matérias consumidas	(468 418 834)	(443 207 487)
Variação da produção	27 385 572	53 741 697
Fornecimentos e serviços externos	(195 479 511)	(294 057 732)
Gastos com o pessoal	(89 190 649)	(92 554 995)
Outros gastos e perdas operacionais	(29 784 974)	(37 118 080)
Provisões líquidas	(1 289 652)	3 150 614
Depreciações, amortizações e perdas por imparidade em ativos não financeiros	(64 066 447)	(74 780 473)
Resultado operacional	187 644 226	272 949 312
Rendimentos e ganhos financeiros	3 833 119	437 871
Gastos e perdas financeiras	(12 318 471)	(45 496 661)
Resultados financeiros	(8 485 352)	(45 058 790)
Resultados de associadas e empreendimentos conjuntos	-	-
Resultado antes de impostos	179 158 874	227 890 522
Imposto sobre o rendimento	(41 691 349)	(66 009 875)
Resultado líquido do período	137 467 526	161 880 647
Atribuível aos detentores do capital da Navigator	137 444 689	161 886 240
Atribuível a interesses que não controlam	22 837	(5 593)



The Navigator Company, S.A.
Demonstração da Posição Financeira Consolidada
em 30 de junho de 2023 e 31 de dezembro de 2022

Valores em Euros	30/06/2023	31/12/2022
ATIVO		
Ativos não correntes		
Goodwill	411 366 090	377 339 466
Ativos intangíveis	44 756 117	44 813 091
Ativos fixos tangíveis	1 190 404 722	1 099 689 407
Propriedades de investimento	90 120	90 943
Ativos sob direito de uso	61 013 047	57 934 840
Ativos biológicos	119 602 477	122 499 875
Investimentos em associadas e empreendimentos conjuntos	-	-
Valores a receber não correntes	33 419 982	25 282 858
Ativos por impostos diferidos	30 828 343	27 204 659
	1 891 480 898	1 754 855 139
Ativos correntes		
Inventários	352 484 731	298 729 217
Valores a receber correntes	386 048 145	499 143 408
Imposto sobre o rendimento	16 139 210	16 216 543
Caixa e equivalentes de caixa	97 509 556	343 083 788
	852 181 642	1 157 172 956
Ativo total	2 743 662 540	2 912 028 095
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO		
Capital e reservas		
Capital social	500 000 000	500 000 000
Reserva de conversão cambial	7 583 474	5 343 706
Reserva de justo valor	31 966 550	33 997 828
Reserva legal	100 000 000	100 000 000
Outras reservas	3 481 014	3 481 014
Resultados transitados	412 809 702	224 049 919
Resultado líquido do período	137 444 689	392 537 070
Capital Próprio atribuível aos detentores do capital da Navigator	1 193 285 429	1 259 409 537
Interesses que não controlam	321 208	297 977
Total do Capital Próprio	1 193 606 637	1 259 707 514
Passivos não correntes		
Financiamentos obtidos	582 818 198	643 006 886
Passivos de locação	58 560 002	55 089 083
Responsabilidades por benefícios definidos	4 789 949	2 835 730
Passivos por impostos diferidos	97 824 599	98 314 430
Provisões	30 098 453	28 432 877
Valores a pagar não correntes	48 010 516	34 852 398
	822 101 717	862 531 404
Passivos correntes		
Financiamentos obtidos	87 198 681	82 294 836
Passivos de locação	6 657 470	6 551 966
Valores a pagar correntes	549 927 362	575 467 689
Imposto sobre o rendimento	84 170 673	125 474 686
	727 954 186	789 789 177
Passivo total	1 550 055 903	1 652 320 581
Capital Próprio e Passivo total	2 743 662 540	2 912 028 095