

'22

**Divulgação
dos Resultados**
dos primeiros
9 meses

3 / 4

UMA BIOINDÚSTRIA NO LADO CERTO DO FUTURO



The Navigator Company, S.A.
Sociedade Aberta

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



THE
NAVIGATOR
COMPANY

ÍNDICE

- 1. DESEMPENHO DO 3º TRIMESTRE E 9 MESES DE 2022**
- 2. SÍNTESE DOS PRINCIPAIS INDICADORES**
- 3. ANÁLISE DE RESULTADOS**
- 4. DADOS OPERACIONAIS**
- 5. COMPROMISSO COM SUSTENTABILIDADE**
- 6. PERSPETIVAS FUTURAS**
- 7. DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS**

1. DESEMPENHO DO 3º TRIMESTRE DE 2022 E 9 MESES DE 2022

A rápida mudança do quadro macroeconómico e geopolítico europeu desencadeada pela invasão russa da Ucrânia aumentou a incerteza e insegurança em termos globais ao longo dos primeiros nove meses de 2022. Os custos da energia, da logística e das matérias-primas, que já se encontravam em níveis historicamente altos no início do ano, face a uma inflação de custos que se vem a verificar desde o segundo semestre de 2021, elevaram-se substancialmente.

No terceiro trimestre, verificou-se um agravamento da crise energética. As interrupções no fornecimento de gás para a Europa a partir da Rússia, juntamente com as altas temperaturas e as secas de Verão, levaram a um aumento acentuado dos preços do gás natural na Europa, colocando o respetivo índice de referência em máximos históricos em agosto. Por outro lado, as intervenções dos Bancos Centrais reiteraram a intenção de continuar a trajetória de aumento das taxas de juro para conter a elevada inflação, desencadeando um generalizado choque negativo na confiança dos agentes económicos.

Neste contexto, a Navigator, como produtor integrado de Floresta, Pasta, Papel, Tissue, Packaging e Energia, soube potenciar a flexibilidade do seu modelo de negócio, suportada na agilidade, experiência e conhecimento de todas as equipas da Navigator, que com sucesso anteciparam o forte aumento de custos. Em particular, trabalhou para a redução dos seus custos fixos e variáveis, intensificando programas de gestão energética e potenciando a eficiência das suas operações, o que resultou numa significativa redução de consumos específicos em vários domínios industriais: na produção de Pasta, com a redução de consumo específico de gás natural; na produção de papel, com a redução de consumo específico de fibra; na produção de Tissue, com a redução de consumo específico de eletricidade. Através de uma política responsável de ajustamento de preços e de uma estratégia de diferenciação eficaz, alicerçada no reforço das vendas de produtos premium e de marcas próprias de prestígio e reputação internacional, a empresa conseguiu compensar de forma decisiva o aumento de custos verificado.

Estes fatores diferenciadores da Navigator suportaram o bom desempenho da Companhia, neste contexto de mercado de forte turbulência.

Análise do 3º Trimestre 2022 vs. 2º Trimestre 2022 e vs. 3º Trimestre 2021

- A dinâmica do mercado de papel no 3º trimestre manteve-se condicionada pelo prolongamento da guerra na Europa e consequente aumento de incerteza e receios de disrupção nas várias cadeias de abastecimento a montante e a jusante da nossa atividade;
- O 3º trimestre registou novamente um crescimento dos preços da pasta com o índice de referência a aumentar 20% em USD e 41% em Euros em relação ao preço médio do 3º trimestre de 2021 e a aumentar 9% em USD e 16% em Euros em relação ao 2º trimestre de 2022;
- Alavancado pelo índice de preços da pasta, pelo aumento generalizado do custo da energia, logística e matérias-primas, e ainda pelo persistente desequilíbrio do balanço oferta-procura, o índice de preços do papel na Europa registou um forte crescimento no 3º trimestre de 2022, tanto em comparação com o preço médio do 3º trimestre de 2021 (+52%), como face ao preço médio do trimestre anterior (+7%);
- O volume de vendas de papel no trimestre aproximou-se das 400 mil toneladas, uma redução de 2% face ao 2º trimestre e um aumento de 5% face ao período homólogo;
- O volume de vendas de pasta foi de 53 mil toneladas, ficando 26% abaixo do 2º trimestre e 3% abaixo do trimestre homólogo, justificado essencialmente pela necessidade de reposição de stocks de pasta para níveis mínimos de serviço e pela maior integração em papel, sobretudo no trimestre anterior;
- O volume de vendas de Tissue foi de cerca de 27 mil toneladas, o que representa um aumento de perto de 8% em relação ao trimestre anterior, beneficiando da retoma do turismo e do período sazonalmente forte de Verão e um aumento de 3% face ao 3º trimestre de 2021;
- O EBITDA situou-se em € 207,4 milhões (-7% vs. 2º trimestre e +117% vs 3º trimestre de 2021) e a margem EBITDA/Vendas em 30,5% (-3,8 p.p. vs. 2º trimestre e +6,9 p.p. vs 3º trimestre de 2021);

- O Cash Flow Livre gerado no trimestre foi de € 148,2 milhões (vs. € 97,3 milhões no trimestre anterior e vs. € 61,2 milhões no 3º trimestre de 2021);
- Os resultados líquidos totalizaram € 108,6 milhões, que comparam com €111,3 milhões no trimestre anterior e 49,8 milhões no trimestre homólogo;
- Também no trimestre a Navigator recebeu a aprovação das suas metas de redução das emissões de gases com efeito de estufa (GEE) por parte da Science Based Targets Initiative (SBTi).

Análise dos 9 Meses de 2022 vs. 9 Meses de 2021

- O volume de negócios totalizou € 1.822,5 milhões, um crescimento de 62,8% face ao período homólogo, impulsionado pela evolução favorável de preços;
- Saliente-se que 95% do volume de vendas em toneladas de UWF foi efetuado em mercados externos; não obstante, as vendas no mercado nacional aumentaram em cerca de 8%, em resposta à escassez de papel que se fez sentir no país, mas no qual a subida de preços foi mais contida;
- A Empresa atingiu um EBITDA de € 551,9 milhões, que compara com € 246,0 milhões do período homólogo e uma margem sobre vendas de 30,3% (+ 8,3 p.p. face ao período homólogo), beneficiando do esforço de melhoria de eficiência, e evolução muito favorável dos preços de venda nos mercados internacionais;
- Os resultados líquidos do período totalizaram € 270,5 milhões, comparando com € 114,2 milhões registados no período homólogo;
- O endividamento líquido registou uma redução relevante face ao final de 2021, apesar do pagamento de € 100 milhões de dividendos verificado no 1º semestre, melhorando o rácio de Net Debt / EBITDA para 0,56x.

2. SÍNTESE DOS PRINCIPAIS INDICADORES

Milhões de euros	9M 2022	9M 2021	Varição ⁽⁸⁾ 1ºS 22/1ºS 21
Vendas Totais	1.822,5	1.119,7	62,8%
EBITDA ⁽¹⁾	551,9	246,0	124,4%
Resultados Operacionais (EBIT)	437,9	156,8	179,3%
Resultados Financeiros	-60,1	-12,7	-371,9%
Resultado Líquido	270,5	114,2	136,7%
Cash Flow Exploração	384,5	203,5	181,0
Cash Flow Livre ⁽²⁾	322,4	182,7	139,7
Investimentos	64,6	51,8	12,8
Dívida Líquida Remunerada ⁽³⁾	372,5	596,9	- 224,4
EBITDA/Vendas	30,3%	22,0%	8,3 pp
ROS	14,8%	10,2%	4,6 pp
ROCE ⁽⁴⁾	35,8%	12,5%	23,3 pp
ROE ⁽⁵⁾	31,4%	14,8%	16,6 pp
Autonomia Financeira	43,3%	42,0%	1,4 pp
Dívida Líquida Remunerada / EBITDA ^{(6) (7)}	0,56	1,86	-1,30

Milhões de euros	3º T 2022	2º T 2022	Varição ⁽⁸⁾ 3ºT 22/2ºT 22	3ºT 2021	Varição ⁽⁸⁾ 3ºT 22/3ºT 21
Vendas Totais	680,4	649,8	4,7%	404,9	68,0%
EBITDA ⁽¹⁾	207,4	223,0	-7,0%	95,5	117,1%
Resultados Operacionais (EBIT)	165,0	183,6	-10,1%	66,1	149,6%
Resultados Financeiros	- 15,1	- 40,4	62,7%	- 2,6	-475,4%
Resultado Líquido	108,6	111,3	-2,4%	49,8	117,9%
Cash Flow Exploração	150,9	150,7	0,2	79,3	71,7
Cash Flow Livre ⁽²⁾	148,2	97,3	50,9	61,2	87,0
Investimentos	30,3	19,6	10,7	19,0	11,3
Dívida Líquida Remunerada ⁽³⁾	372,5	520,6	- 148,2	596,9	- 224,4
EBITDA/Vendas (%)	30,5%	34,3%	-3,8 pp	23,6%	6,9 pp
ROS	16,0%	17,1%	-1,2 pp	12,3%	3,7 pp
ROCE ⁽⁴⁾	40,4%	44,5%	-4,1 pp	15,8%	24,6 pp
ROE ⁽⁵⁾	37,8%	40,8%	-2,9 pp	19,3%	18,5 pp
Autonomia Financeira	43,3%	40,6%	2,8 pp	42,0%	1,4 pp
Dívida Líquida Remunerada / EBITDA ^{(6) (7)}	0,56	0,95	-0,38	1,86	-0,91

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 empregue (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: Net Debt / EBITDA a 30/09/2022 de 0,83; Net Debt / EBITDA a 30/09/2021: 2,02;
8. Variação de valores não arredondados

3. ANÁLISE DE RESULTADOS

No período, a Navigator registou um volume de negócios de € 1.822,5 milhões, tendo as vendas de papel representado cerca de 73% do total (em linha com o verificado no período homólogo), as vendas de pasta 9% (vs. 10%), as vendas de tissue 8% (vs. 9%) e as vendas de energia 10% (vs. 8%).

Preços da pasta em máximos históricos

O índice de referência de pasta de fibra curta (hardwood) na Europa – PIX BHKP em euros – apresentava no final de setembro um aumento de 42% em relação ao início do ano, para 1.428 €/t, uma variação de cerca de 45% no índice de preços dos primeiros 9 meses 2022 vs. 9 meses 2021, nível mais elevado de sempre. De referir também que o aumento do preço da pasta foi mais expressivo em euros do que em dólares, dada a apreciação vincada do dólar face ao euro ao longo do período. O índice de referência na China para a pasta hardwood registou um aumento de 50% entre o princípio do ano e o final de setembro, para 862 USD/t, valor historicamente elevado, em linha com os máximos registados em 2010.

Esta evolução dos preços continuou a ser impulsionada por um forte desequilíbrio entre a Oferta e a Procura. Diferentes fatores estão a contribuir para este desequilíbrio: no Norte da Europa, a greve que se prolongou durante os primeiros quatro meses do ano retirou mais de meio milhão de toneladas de pasta ao mercado; atraso no arranque de novos investimentos em pasta na LatAm; a invasão da Ucrânia pela Rússia e consequente embargo das importações de madeira providas deste país diminuiu drasticamente a disponibilidade de madeira de bétula no Norte da Europa (estima-se que afete cerca de 1 milhão de toneladas de produção anual deste tipo de pasta); por outro lado a persistência dos constrangimentos logísticos continua a penalizar a oferta disponível de pasta no mercado.

Adicionalmente, as exportações de pasta da Rússia foram limitadas pelas dificuldades operacionais devido ao embargo na importação de matérias-primas, subsidiárias, peças de reserva e equipamentos para este país.

Neste trimestre verificaram-se também paragens não planeadas devido a questões ambientais (secas), por incêndios e problemas logísticos (rodoviários e marítimos), na Europa, na Indonésia e Canadá, que impactaram a disponibilidade de pasta.

No final do trimestre os níveis de stocks de pasta mundiais encontram-se equilibrados ou baixos ao longo da cadeia de valor (produtores, portos e consumidores), especialmente os de fibra curta (hardwood).

A Navigator iniciou o ano de 2022 com um nível de stocks de pasta relativamente baixo, o que, a par com uma significativa maior integração em papel, restringiu a quantidade de pasta disponível para venda no período. As vendas situaram-se assim em 203 mil toneladas, o que reflete uma redução de 2,0% face ao período homólogo. A subida de preços de pasta verificada nos últimos 12 meses permitiu compensar o decréscimo de volumes face ao período homólogo, com o volume de negócios nesta rubrica a refletir uma variação positiva de 42,3%.

Dinâmica do mercado de papel condicionada pela redução da oferta disponível

A procura global de papéis de impressão e escrita diminuiu 1,2% (YTD agosto), tendo a procura de papel UWF registado um crescimento de 0,7% e os papéis coated um crescimento de 0,5%; já os papéis com fibra obtida por via mecânica registaram uma queda de 8%.

Na Europa, a procura aparente de papel UWF durante o terceiro trimestre teve uma evolução negativa de 4%, levando a procura acumulada até setembro a níveis 5,4% abaixo do período homólogo. Esta quebra na procura aparente resulta do modelo de cálculo (baseado em entregas dos produtores), refletindo uma procura latente não satisfeita, que se traduziu em reduções de stocks na cadeia ao longo dos primeiros meses do ano e em aumentos expressivos nas carteiras de encomendas dos produtores.

Nos Estados Unidos verificou-se um crescimento na procura de papel UWF nos primeiros 8 meses de 2022 de 2,7% e nas restantes regiões mundiais uma queda de 1,7%.

A indústria dos papéis de impressão e escrita vive assim, a nível global, um momento único. O receio de uma redução expressiva da procura de papéis UWF pós-pandemia veio acelerar decisões de fecho e reconversão de unidades fabris na Europa e EUA, as quais, associadas às dificuldades logísticas e aos aumentos de custos de energia, reduziram de forma significativa a oferta, particularmente nestas regiões. No entanto, a procura pós-pandemia revelou-se mais sólida do que o esperado, pelo que os produtores que não foram afetados por essas decisões se encontram a laborar a plena capacidade e com carteiras de encomendas historicamente elevadas.

Na Europa assistimos a uma redução muito significativa de capacidade (-12% YoY, sobretudo no seguimento do fecho de uma fábrica na Escandinávia no final do 3ºT 2021 e da conversão para packaging de uma fábrica em França no 1º trimestre deste ano), a que acresceu a greve no Norte da Europa, que se prolongou durante as primeiras 16 semanas de 2022. Acresce a restrição do volume de importação, que registou ainda níveis abaixo do normal, em resultado das conhecidas dificuldades logísticas. Assim, se tivermos em conta a redução de capacidade verificada, e conseqüentemente a redução de produção e entregas, estimamos que sem estes efeitos, a queda da procura aparente de papel UWF na Europa teria sido em linha com o passado recente.

Mais recentemente, o aumento expressivo de custos, nomeadamente nos custos de energia, que durante o 3º trimestre atingiram níveis historicamente altos, está a obrigar algumas empresas, principalmente as não integradas, a fecharem temporariamente ou reduzirem as operações, uma vez que não conseguem repercutir nos preços, o seu aumento de custos. Este facto veio acentuar o desequilíbrio entre a oferta e a procura.

Consequentemente, e durante os primeiros nove meses do ano, verificou-se uma escassez de oferta papeleira na Europa, que não foi exclusiva ao papel UWF. A maioria dos papéis gráficos, alvo de reduções relevantes de capacidade nos últimos 3 anos e também em resultado da greve supramencionada, experienciou igualmente uma situação de sub-oferta. Este desequilíbrio, a par com o aumento significativo de custos de produção (transversal à fibra, químicos, energia, materiais de embalagem) e logística (via aumento de custos e escassez de meios), contribuiu para que se verificasse um aumento generalizado de preços de todos os papéis gráficos.

Em 2022 verificou-se um aumento das taxas de utilização da capacidade produtiva em relação a 2021. Na Europa, isto aconteceu em praticamente todas as grades de papel e nos EUA verificou-se igualmente de forma generalizada. No caso específico dos papéis finos não revestidos, as taxas de utilização superaram os 90%, quer na Europa, quer nos EUA.

O índice de referência para o papel de escritório na Europa no final de setembro situava-se em 1.327 € /t, uma evolução positiva de +351 €/t (+36%) face ao início do ano (976 €/t). De realçar mais uma vez o esforço da Navigator na implementação de uma política de preços responsável que permitisse, contudo, proteger margens, antecipando os impactos do aumento continuado de custos.

Neste enquadramento, a Navigator mantém uma carteira de encomendas historicamente alta, reflexo da forte quebra de oferta disponível nas principais regiões onde opera. Na Europa, poderá haver espaço para novas reduções temporárias ou definitivas de capacidade no seguimento de decisões estratégicas e/ou devido a problemas de rentabilidade dado o forte aumento de custos variáveis que tem assolado o setor, nomeadamente por via do aumento exponencial dos custos de energia.

As vendas de UWF da Navigator totalizaram 1,1 milhões de toneladas nos primeiros nove meses, um aumento de 4,9% face ao período homólogo, denotando um esforço significativo da Companhia em servir as necessidades crescentes dos seus clientes, num enquadramento de constrangimentos da oferta disponível e marcado por graves restrições logísticas. O valor das vendas foi impulsionado pela subida generalizada de preços a nível internacional, que a Navigator acompanhou, evidenciando assim um crescimento de cerca de 65% face ao período homólogo.

De referir que 95% do volume de vendas em toneladas de UWF foram efetuadas em mercado externo. O mercado interno, embora representando apenas 5%, registou um crescimento de volume de vendas de 8% em relação ao período homólogo, dada a forte escassez que se tem feito sentir, mas no qual a subida de preços foi mais contida. Foi também possível ao longo do período enriquecer o mix de produtos da Navigator, atingindo níveis máximos de vendas de produtos premium e marcas de fábrica.

Na sequência do aumento do influxo de encomendas, a par de restrições de oferta, assim como dos expressivos aumentos dos fretes marítimos, o aumento de preços, face ao período homólogo, verificado em mercados fora da Europa foi cerca de dois terços superior ao dos mercados europeus. Por outro lado, na Península Ibérica, os preços subiram muito menos do que no resto da Europa, sendo hoje Portugal um dos países do Mundo com mais baixo preço de papel.

From Fossil to Forest – aposta na sustentabilidade e inovação através do packaging

O segmento de Packaging continua a revelar sinais positivos, traduzidos pela crescente base de clientes, reconhecimento da qualidade dos nossos produtos e que irá reforçar a marca gKraft, servindo a marcas de grande exposição, em setores tão distintos como a área da moda, retalho alimentar, e-commerce, indústria ou agricultura.

Neste trimestre, assistimos a uma ligeira desaceleração na procura provocado pelo efeito da sazonalidade associada ao Verão e também um sentimento global de inversão de ciclo económico, afetado pelo atual contexto de forte inflação e dúvidas relativamente à evolução das economias, que levaram a algum abrandamento do negócio. Não obstante, nos primeiros nove meses do ano foram atingidas vendas superiores a € 70 milhões para o setor de embalagem, para as indústrias transformadoras de sacos, de

embalagens flexíveis e de cartão canelado. Nesta última, o nosso foco foi sobretudo em nichos de maior valor acrescentado, como por exemplo, as caixas para uso na área alimentar ou embalagens que exijam maior qualidade de impressão e certificação de garantia de contacto alimentar. Nestes produtos a fibra reciclada não é adequada nem valorizada por questões de segurança alimentar.

A marca gKraft continua a assentar a sua estratégia de crescimento em produtos de maior valor acrescentado, impondo gradualmente os seus argumentos de diferenciação e sustentabilidade, muito assentes nas matérias-primas (sobretudo em fibra derivada do *Eucalipto Globulus*), desenho de produto (especificações de produto que realçam características de superfície, qualidade de impressão, redução de gramagem com vantagens para embaladores e consumidores e uma performance física irrepreensível na transformação e uso final).

Neste esforço de corresponder aos requisitos dos mercados mais exigentes, a Navigator dá continuidade às adaptações fabris necessárias e ao seu plano de desenvolvimento de produtos, acrescentando às suas gamas produtos de baixas gramagens, sobretudo destinados a aplicações de *flexible packaging* para a área alimentar, e produtos de alta gramagem (nomeadamente cartolinas sólidas) com vista à produção de embalagens para a área alimentar, cosmética e perfumes e caixas de maior resistência (*Heavy Duty*).

Neste âmbito, e com o apoio crucial do RAIZ - Instituto de Investigação da Floresta e Papel – a Navigator prepara-se para nos próximos trimestres fazer os seus primeiros testes industriais com produtos “equipados” das chamadas barreiras funcionais sustentáveis, prosseguindo o objetivo de proporcionar mais soluções de substituição de embalagens de plástico de origem fóssil por outras mais sustentáveis.

Um sinal do reconhecimento deste esforço é traduzido pela adoção cada vez mais espontânea e crescente por parte dos clientes Navigator do “logotipo gKraft”, com a alegação “From Fossil to Forest, by The Navigator Company”.

Este selo de qualidade é, no fundo, uma garantia única para o consumidor final, cada vez mais consciente da importância da Sustentabilidade, pois assegura que o produto que está a utilizar, sendo uma solução natural, reciclável e biodegradável, contribui para o aumento da fixação de carbono, produção de oxigénio, proteção da biodiversidade, fertilização do solo e para o combate às alterações climáticas.

Negócio de tissue mantém o bom desempenho

Os primeiros 9 meses de 2022 foram pautados pela inflação dos vários fatores de custos (energia, logística, químicos, e da pasta) que obrigaram à implementação de aumentos de preço. Neste contexto adverso, a Navigator acompanhou a subida de preços praticada no setor.

A Navigator continua a adotar, também nesta sua área de atividade, uma gestão prudente dos seus custos variáveis e fixos para contrabalançar os impactos negativos do aumento de custos, assim como várias medidas de melhoria de eficiência, nomeadamente reduzindo o consumo específico de eletricidade, através da utilização de enzimas e assim otimizando a energia de refinação.

O volume de vendas de tissue atingiu cerca de 77 mil toneladas, uma redução de perto de 1% face ao período homólogo. A quebra homóloga deve-se essencialmente à desaceleração da venda de bobines para transformadores não integrados, tendo o produto acabado registado um crescimento de 3%. Este crescimento foi sustentado sobretudo no segmento Consumer, com o crescimento das exportações, mas também no segmento Away from Home, com a progressiva retoma do turismo a dinamizar o canal Horeca, fortalecida no período sazonalmente forte de Verão. A evolução de preços impulsionou o valor das vendas, que registou um crescimento de cerca de 35% face ao período homólogo, bem como um crescimento de perto de 14% face ao trimestre anterior e de perto de 47% face ao 3º trimestre de 2021.

Produção de Energia Elétrica de 1.330 GWh

As centrais de cogeração renováveis do grupo estão desde janeiro do corrente ano a vender eletricidade produzida a preços de mercado (OMIE).

Nos primeiros nove meses do ano, a venda de energia elétrica totalizou aproximadamente 195M€ o que representa um aumento de 106% face ao período homólogo. A contribuir para o aumento significativo destes resultados, está o facto do preço do mercado ibérico de eletricidade (OMIE), que serve de referência à venda, ter registado um valor médio de aproximadamente 188 €/MWh. A venda a preços de mercado permitiu compensar, em parte, a subida de preços de compra de energia elétrica na componente ainda não fixada, por contrato de futuros, para o período.

Destaque ainda para o bom desempenho das duas centrais termoelétricas a biomassa do grupo, cuja venda totalizou no período em análise cerca de 18M€, o que representa um aumento de 13% face ao período homólogo.

4. DADOS OPERACIONAIS

	9M 2021	9M 2022	9M 21/ 9M 22	
Pasta	Produção de BEKP	1.074	1.146	6,8%
	FOEX – BHKP Eur/t	824	1.192	44,7%
	FOEX – BHKP USD/t	983	1.261	28,3%
Papel	Produção de UWF	1.074	1.154	7,4%
	FOEX – A4-Bcopy Eur/t	824	1.172	42,3%
	Produção de bobines	83	85	2,6%
Energia	Produção (GWh)*	1.289	1.330	3,2%

* produção líquida

EBITDA: Foco na eficiência das operações e evolução favorável de preços compensam o forte aumento de custos e permitem registar EBITDA de € 552 milhões

Ao longo do período verificou-se um aumento de mais de 35% dos custos de produção quando comparados com o período homólogo, penalizados essencialmente pelo aumento de custo da madeira, por via do mix de abastecimento, e também pelo aumento do custo das fibras externas, da energia e dos químicos.

Verificou-se também um agravamento significativo dos custos de logística, com um aumento de perto de 43% face ao período homólogo; os constrangimentos logísticos persistem e estão a afetar de forma transversal a economia. Apesar de começarmos a assistir a uma redução global dos custos dos fretes logísticos, com particular relevo nas rotas da Ásia para a Europa, as principais rotas logísticas da Navigator

continuam a ser afetadas por um nível de preços elevados, nomeadamente no transporte terrestre europeu e nas rotas marítimas da Europa e Mediterrâneo. Manteve-se a situação difícil de disponibilidade de meios logísticos entre Portugal e Estados Unidos que continuou a afetar igualmente o nível de preços.

O aumento de custos com pessoal em perto de € 22 milhões resulta em boa medida do bom desempenho da Navigator no período, o que permitirá elevar a distribuição de prémios aos colaboradores e reforçar o programa de rejuvenescimento. Os custos fixos totais acabaram por situar-se 16% acima dos custos fixos do período homólogo, valor essencialmente explicado pela rúbrica de custos com pessoal, pela razão referida, e pelo aumento de custos de funcionamento inerente ao aumento de atividade pós-pandemia, em linha com o que se tinha antecipado.

Neste enquadramento, a conjuntura internacional favorável de evolução de preços e os esforços de aumento de produtividade e eficiência compensaram o forte aumento do custo dos fatores de produção e permitiram atingir um EBITDA de € 552 milhões no período. A margem EBITDA / Vendas foi de 30,3% (+8,3 p.p. face ao período homólogo). De realçar o impacto positivo líquido da taxa de câmbio no EBITDA de cerca de € 50 milhões, com um EUR/USD médio nos nove meses de 2022 de 1,06 vs. 1,20 nos 9 meses de 2021.

Custos não recorrentes impactam resultados financeiros em € 40 milhões

Os resultados financeiros situaram-se em € -60,1 milhões (vs. € -12,7 milhões), um agravamento de perto de € 47 milhões, essencialmente explicado pelos impactos não recorrentes (€40 milhões), cerca de € 6 milhões em acréscimo ao verificado em Q2, dos quais parte reclassificados de capitais próprios para resultados. Sem os impactos não recorrentes, os resultados financeiros seriam de € -20,2 milhões de euros.

A evolução dos resultados financeiros correntes resulta essencialmente da variação negativa nos juros compensatórios (€ -3,3 milhões) e dos resultados cambiais correntes (€ -2,6 milhões). De realçar, no entanto, uma melhoria nos custos das operações de financiamento (€ 0,4 milhões) sobretudo na sua componente de juros em resultado da redução do volume de dívida remunerada face ao período homólogo.

Geração de Cash Flow Livre de € 322 milhões

A geração de cash flow livre, €322,4 milhões (vs. € 182,7 milhões), reflete as circunstâncias muito favoráveis de desempenho operacional, em particular no que se refere a vendas e preços.

O valor do fundo de maneio tem-se mantido relativamente estável. Verifica-se um acréscimo assinalável dos valores de inventários (por via de aumento de preços) e de clientes (em linha com o movimento de forte expansão da atividade), mas a tendência de crescimento do fundo de maneio que daqui resultaria foi contida pela prossecução de uma política de gestão de fornecedores que vai favorecendo a geração de liquidez. Na implementação desta política, foi reforçada a preocupação de garantir a disponibilização de soluções de suporte à liquidez dos nossos parceiros.

Redução do endividamento líquido para € 372 milhões

O endividamento líquido registou uma redução relevante face ao final de 2021, apesar do pagamento de € 100 milhões de dividendos verificado no 1º semestre. Suportado pela melhoria da performance operacional, o rácio Net Debt/EBITDA, de 0,6, exhibe uma trajetória descendente, consolidando o perfil de robustez financeira do Grupo.

Importa referir que mais de 90% da dívida bruta se encontra a taxa fixa ou tem a taxa fixada através de um instrumento financeiro de cobertura de taxas de juro, pelo que a dívida se encontra quase totalmente imunizada perante o movimento de subida das taxas de juro. Por outro lado, é de realçar que perto de 40% do total da dívida emitida tem cariz sustentável.

Capex de € 65 milhões

No período o montante total de investimentos ascendeu a cerca de € 65 milhões (vs. € 52 milhões), dos quais perto de € 26,6 milhões referentes a investimentos classificados como Ambiente, o que representa perto de 41% do investimento total do período.

Este montante inclui maioritariamente investimentos direcionados para a manutenção da capacidade produtiva, modernização dos equipamentos e melhoria de eficiência. Inclui ainda projetos estruturais e ambientais e de descarbonização, alguns já iniciados em 2020 e em 2021, como são os casos do Novo Parque de Madeiras na Figueira, da Nova Linha de Evaporação em Aveiro e da Substituição das Caldeiras a Fuel-Óleo em Setúbal.

O reduzido nível de endividamento que a Navigator regista atualmente permite-lhe considerar estratégias de crescimento, estando a Companhia atenta a oportunidades através de investimento e/ou parcerias para o desenvolvimento do seu negócio, nomeadamente oportunidades de eliminação de estrangulamentos de produção nos seus negócios tradicionais, bem como de crescimento nos segmentos de tissue, packaging e energia.

5. COMPROMISSO COM SUSTENTABILIDADE

No último trimestre, a Navigator recebeu a aprovação das suas metas de redução das emissões de gases com efeito de estufa (GEE) por parte da Science Based Targets Initiative (SBTi), organização global reconhecida internacionalmente para a avaliação das iniciativas das empresas rumo a uma economia de baixo carbono.

A SBTi elogiou as “metas ambiciosas” propostas pela Empresa no início deste ano, pouco depois da sua adesão, e sublinhou o contributo da Navigator para alcançar os objetivos estabelecidos no Acordo de Paris de não ultrapassar o aumento de temperatura de 1,5°C, atualmente a designação mais ambiciosa no âmbito do processo de aprovação por esta organização.

Assumindo um papel ativo na procura de soluções para o desafio climático, a Navigator compromete-se a reduzir as emissões de gases com efeito de estufa (âmbitos 1 e 2, referentes às emissões libertadas para a atmosfera como resultado direto das suas operações, bem como das emissões indiretas provenientes da energia elétrica adquirida para uso da Empresa) em 63% até 2035, face a 2020.

A The Navigator Company está igualmente empenhada em diminuir as emissões de âmbito 3 (que ocorrem na cadeia de valor) em 37,5%, no mesmo período, um importante passo no combate às alterações climáticas, em linha com a limitação do aumento de temperatura a níveis bem abaixo de 2°C.

A Empresa congratula-se com a aprovação das suas metas baseadas na ciência climática, que foram consideradas pela SBTi como um “elemento-chave” para uma trajetória de descarbonização net-zero, tal como preconizado no relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) com vista a alcançar emissões líquidas nulas em meados do século.

Ao antecipar o prazo de dois anos estipulado para a apresentação de limites de redução de emissões de gases com efeito de estufa com base na mais atual ciência climática, e ao contrário do que tem sido feito pela generalidade das empresas, a Navigator demonstra, mais uma vez, o seu compromisso claro de contribuir para uma sociedade de baixo carbono e em ser uma bioindústria no lado certo do futuro.

Recorde-se que a Navigator tornou-se a primeira empresa portuguesa, e uma das primeiras a nível mundial, a definir o ambicioso compromisso de antecipar em 15 anos a neutralidade carbónica dos seus complexos industriais, um objetivo para o qual alocou um investimento de mais de 200 M€, parte dos quais já executado com a construção de uma Caldeira a Biomassa na Figueira da Foz e outra parte com candidatura apresentada

à componente da Descarbonização na Indústria do PRR – Plano de Recuperação e Resiliência, que permitirá atingir no final de 2026 as metas propostas inicialmente no Roteiro de Descarbonização para final de 2029.

O plano de investimentos da Navigator é também fortemente orientado pelo cumprimento dos compromissos da Agenda 2030, com destaque para os projetos integrados no Roteiro de Descarbonização.

Com um Propósito corporativo e a Agenda de Gestão Responsável 2030 alinhados com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, a estratégia da Navigator está assente num forte investimento para desenvolver bioprodutos sustentáveis, reduzindo a dependência dos recursos fósseis e promovendo a descarbonização da economia.

Criada em 2015, a Science Based Targets initiative é uma organização global, que integra o CDP (Disclosure Insight Action), a United Nations Global Compact (UNGC), o World Resources Institute (WRI) e o World Wide Fund for Nature (WWF), com o objetivo de mobilizar o setor privado a assumir um papel de liderança no âmbito das alterações climáticas. Para cumprir este desígnio, desenvolveu abordagens de cálculo de metas de redução de GEE com base em dados científicos, designadas como “Science Based Targets”.

6. PERSPETIVAS FUTURAS

O atual contexto geopolítico, marcado pelo prolongar da guerra na Ucrânia e pelas sanções à Rússia, faz com que permaneça no mercado uma situação de grande complexidade nas operações industriais e logísticas.

A previsibilidade atual é muito limitada e a forte pressão inflacionista e a rápida subida de taxas de juro poderão resultar numa desaceleração económica global e, conseqüentemente, provocar efeitos adversos transversais à indústria, incluindo, inevitavelmente o setor em que a Navigator atua. A eficácia da resposta da política económica na Europa ao problema energético e a flexibilidade dos Bancos Centrais em adaptarem as suas políticas às exigências que surjam no âmbito da normalização monetária, bem como a evolução do risco geopolítico, terão um papel determinante.

Eventuais riscos de fornecimento de energia, bem como as descontinuidades no abastecimento de matérias-primas e subsidiárias ou nos meios logísticos, deverão continuar a pressionar as margens, particularmente dos produtores de papel não-integrados, bem como a dificultar o normal funcionamento das operações industriais e de transporte europeias.

O enquadramento atual de mercado poderá levar a novas reduções de capacidade na Europa temporárias ou definitivas, no seguimento de decisões estratégicas e/ou devido a problemas de rentabilidade, de forma a fazer frente ao acentuado aumento de custos variáveis.

A magnitude e persistência do choque energético e as crescentes pressões inflacionistas poderão levar a novos aumentos de preços. Existe o risco de o atual nível de preços do papel na Europa, conjugado com uma diminuição do custo logístico, tornar atrativa a importação de papel, nomeadamente com origem em players asiáticos ou americanos, com a conseqüente pressão nos preços de papel na Europa. De facto, já se verifica uma gradual retoma da atividade dos players asiáticos nos mercados onde a Navigator opera, com uma política de preços agressiva, nomeadamente no Médio Oriente e Norte de África. Regista-se, no entanto, que a indústria europeia inicia o 4º trimestre com uma carteira de encomendas em nível elevado e num contexto de relativa indisponibilidade de papel na Europa.

A evolução de custos continua a ser uma das principais preocupações da Navigator. Mantém-se o foco na proteção das margens, sem comprometer a capacidade de aquisição por parte dos consumidores. É um balanceamento sensível, a que a Navigator está permanentemente atenta.

A Navigator continua focada na eficiência das suas operações, atuando na gestão dos seus custos fixos e variáveis de forma transversal, bem como no aumento da produtividade e eficiência energética, assegurando a sustentabilidade das operações.



O Grupo mantém o plano ambicioso de diversificação e de desenvolvimento de produtos, nomeadamente nos segmentos de Tissue e Packaging.

O enquadramento atual é sem dúvida desafiante, com pouca visibilidade sobre a evolução da conjuntura geopolítica e macroeconómica, o que exigirá uma constante adaptação à realidade. A rápida atuação da Empresa durante os primeiros nove meses do ano, com uma cuidadosa gestão e planeamento da produção de todos os produtos, estratégias comerciais implementadas com sucesso e foco nos programas de eficiência produtiva, evidencia a resiliência do modelo de negócio da Navigator.

Lisboa, 25 de outubro de 2022

Conference Call e Webcast

Data: 28 de outubro de 2022

Horário: 15:30 (Western European Time)

Dial-in para os participantes:

Portugal: +351 308 806 432

Espanha:(local) 919 01 16 44

Reino Unido (local): 020 3936 2999

Estados Unidos:(local) 1 646 664 1960

Todas as outras localizações: +44 20 3936 2999

7. DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

The Navigator Company, S.A.
Demonstração dos Resultados Consolidados
30 de setembro de 2022 e 2021

Valores em Euros	9 meses 30-09-2022	9 meses 30-09-2021
Réditos	1.822.465.859	1.119.683.196
Outros rendimentos e ganhos operacionais	34.290.611	23.770.793
Varição de Justo valor nos ativos biológicos	(23.251.074)	(6.353.852)
Custos das mercadorias vendidas e das matérias consumidas	(695.349.144)	(449.564.880)
Varição da produção	66.702.545	11.322.299
Fornecimentos e serviços externos	(463.295.152)	(313.526.432)
Gastos com o pessoal	(132.541.368)	(109.299.163)
Outros gastos e perdas operacionais	(57.079.712)	(30.032.065)
Provisões líquidas	2.509.125	144.318
Depreciações, amortizações e perdas por imparidade em ativos não financeiros	(116.503.092)	(89.367.807)
Resultado operacional	437.948.599	156.776.407
Rendimentos e ganhos financeiros	604.266	7.166.720
Gastos e perdas financeiras	(60.728.814)	(19.907.263)
Resultados financeiros	(60.124.548)	(12.740.543)
Resultados de associadas e empreendimentos conjuntos	-	-
Resultado antes de impostos	377.824.051	144.035.864
Imposto sobre o rendimento	(107.354.871)	(29.781.060)
Resultado líquido do período	270.469.179	114.254.804
Atribuível aos detentores do capital da Navigator	270.480.922	114.244.356
Atribuível a interesses que não controlam	(11.743)	10.448

The Navigator Company, S.A.
Demonstração da Posição Financeira Consolidada
em 30 de setembro de 2022 e 31 de dezembro de 2021

Valores em Euros	30/09/2022	31/12/2021
ATIVO		
Ativos não correntes		
<i>Goodwill</i>	377.339.466	377.339.466
Ativos intangíveis	44.813.397	24.752.529
Ativos fixos tangíveis	1.095.093.644	1.145.244.507
Ativos sob direito de uso	55.319.905	51.192.959
Ativos biológicos	124.072.986	147.324.061
Propriedades de investimento	91.354	92.589
Valores a receber não correntes	10.008.018	8.604.547
Ativos por impostos diferidos	25.447.052	28.037.408
	1.732.185.824	1.782.588.066
Ativos correntes		
Inventários	275.479.013	186.550.658
Valores a receber correntes	524.378.123	317.882.760
Imposto sobre o rendimento	12.437.934	1.118.815
Caixa e equivalentes de caixa	360.633.555	239.171.252
	1.172.928.626	744.723.485
Ativo total	2.905.114.450	2.527.311.551
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO		
Capital e reservas		
Capital social	500.000.000	500.000.000
Ações próprias	-	-
Reserva de conversão cambial	13.574.601	(24.346.001)
Reserva de justo valor	9.414.882	(5.604.076)
Reserva legais	100.000.000	100.000.000
Outras reservas	121.836.100	121.836.100
Resultados transitados	236.367.233	231.525.876
Resultado líquido do período	270.480.922	171.411.455
Dividendos antecipados		(49.996.170)
Capital Próprio atribuível aos detentores do capital da Navigator	1.251.673.739	1.044.827.184
Interesses que não controlam	275.482	286.896
Total do Capital Próprio	1.251.949.221	1.045.114.080
Passivos não correntes		
Financiamentos obtidos	660.814.855	714.625.892
Passivos de locação	52.811.064	47.417.092
Responsabilidades por benefícios definidos	17.487.276	5.674.918
Passivos por impostos diferidos	87.336.899	92.528.775
Provisões	24.296.188	26.752.081
Valores a pagar não correntes	39.126.225	37.014.427
	881.872.508	924.013.185
Passivos correntes		
Financiamentos obtidos	72.294.836	119.318.157
Passivos de locação	5.919.868	5.823.833
Valores a pagar correntes	558.307.468	393.161.894
Imposto sobre o rendimento	134.770.550	39.880.402
	771.292.722	558.184.286
Passivo total	1.653.165.229	1.482.197.471
Capital Próprio e Passivo total	2.905.114.450	2.527.311.551