

'22

**Divulgação
dos Resultados**

1º trimestre

1 / 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 1º TRIMESTRE DE 2022**
- 2. SÍNTESE DOS PRINCIPAIS INDICADORES**
- 3. ANÁLISE DE RESULTADOS**
- 4. DADOS OPERACIONAIS TRIMESTRAIS**
- 5. PERSPETIVAS FUTURAS**
- 6. DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS**

1. DESEMPENHO DO 1º TRIMESTRE DE 2022

O início de 2022 está marcado pela invasão Russa da Ucrânia e começo da guerra na Europa. A Europa vive hoje num ambiente geopolítico adverso: o futuro próximo antevê-se muito desafiante, num contexto internacional de extrema incerteza e instabilidade. Assistimos a um agravamento generalizado dos custos das matérias-primas, nomeadamente químicos, da energia e de logística. Os constrangimentos têm-se agravado, e a Navigator está a gerir esta tendência desfavorável com um forte empenho no aumento de eficiência, potenciando a produtividade, moderando o aumento dos custos variáveis via contenção dos consumos, e com um esforço continuado de controlo dos custos fixos.

Neste enquadramento desfavorável, a Navigator conseguiu um incremento das suas vendas, compensando as fortes pressões sobre os custos. A operar em concorrência nos mercados internacionais, onde o preço é definido com base nas expectativas dos agentes e no balanço entre a oferta e a procura, é a resiliência e agilidade do modelo de negócio que suportam os bons resultados. O modelo baseado na excelente qualidade da fibra e verticalmente integrado permitiu operar com eficiência competitiva. O profundo conhecimento de todas as equipas, e uma estratégia de diferenciação alicerçada em produtos premium e marcas próprias de prestígio e reputação internacional, suportam o bom desempenho da Companhia neste contexto de mercado de forte incerteza.

Análise do 1º trimestre (vs. 4º T 2021 e vs. 1ºT 2021)

- A dinâmica do mercado de papel foi condicionada por diversos fatores, no trimestre, desde logo pelo escalar da guerra na Europa que condicionou os mercados com aumento de incerteza e receios de disrupção nas várias cadeias de abastecimento a montante e a jusante da nossa atividade. O consequente aumento de custos face ao trimestre anterior foi bastante expressivo, com destaque para as matérias-primas, nomeadamente os químicos, energia e logística. Saliente-se que os incrementos de custos não expressam ainda na totalidade os aumentos de preços já anunciados pelos fornecedores, dado que em parte refletem stocks ou contratos que transitaram de 2021;
- Por outro lado, a greve prolongada no Norte da Europa, em alguns dos competidores da Navigator, com impacto em todos os papéis de impressão e escrita, os constrangimentos logísticos, que já se fazem sentir há mais de um ano, bem como a saída e conversão expressiva de capacidade, nomeadamente na Escandinávia, condicionaram significativamente o volume da oferta disponível na Europa;
- O trimestre foi marcado por um forte crescimento dos preços da pasta com o índice de referência a aumentar +48% em USD e +58% em Euros em relação ao preço médio do 1º trimestre de 2021 e a aumentar +1% em USD e +3% em Euros em relação ao 4º trimestre de 2021;
- Condicionado pelo índice de preços da pasta, pelo aumento generalizado da energia, matérias-primas e logística, e ainda por um balanço oferta vs procura ímpar, o índice de preços do papel na Europa registou também um forte crescimento no 1º trimestre de 2022, tanto em comparação com o preço médio do 1º trimestre de 2021 (+28%), como face ao preço médio do trimestre anterior (+15%);
- O volume de vendas de papel situou-se 17% abaixo do 4º trimestre de 2021 e 3% abaixo do 1º trimestre de 2021. A evolução negativa fundamentou-se na necessidade de reposição de stocks e em dificuldades logísticas que se vinham já a sentir, acrescidas pelo constrangimento nos meios rodoviários desencadeado pela greve em Espanha no final do trimestre, e consequente migração de volume do modal rodoviário para o marítimo na Europa;

- O volume de vendas de pasta ficou 9% abaixo do 4º trimestre e 1% abaixo do 1º trimestre de 2021, dada também a necessidade de reposição de stocks de pasta e maior integração em papel;
- O volume de tissue diminui 6% em relação ao trimestre anterior e 4% face ao trimestre homólogo, essencialmente pelo desacelerar acentuado de vendas de bobines, tendo o segmento de produto acabado continuado a registar crescimento;
- O volume de produção aumentou em todos os negócios face ao período homólogo, com aumento de 12% no segmento de pasta, 5% no segmento de papel, 2% no segmento de Tissue e 3% no segmento de energia, o que potenciou aumentos de eficiência no uso de várias matérias-primas;
- O volume de negócios totalizou € 492 milhões, impulsionado pela evolução favorável de preços, um crescimento de 44% face ao trimestre homólogo e 3% face ao trimestre anterior; saliente-se que a Navigator exportou 93% das suas vendas de UWF no primeiro trimestre, com apenas 7% das suas vendas realizadas no mercado nacional;
- A Empresa atingiu um EBITDA de € 122 milhões e uma margem sobre vendas de 25% (+ 4 p.p. face ao trimestre homólogo e + 2 p.p. face ao último trimestre), beneficiando do esforço de melhoria de eficiência e consumos, e evolução favorável dos preços de venda estabelecidos nos mercados internacionais;
- Os resultados líquidos do trimestre totalizaram € 50,6 milhões e comparam com €51,2 milhões registados no 4º trimestre de 2021 e € 23,5 milhões do trimestre homólogo;
- Destaca-se a forte geração de Free Cash Flow de € 77 milhões e a redução do endividamento líquido para € 518 milhões reduzindo o rácio de Net Debt / EBITDA para um nível de 1,3 X.

2. SÍNTESE DOS PRINCIPAIS INDICADORES

Milhões de euros	1º T 2022	1º T 2021	Varição ⁽⁸⁾ 1ºT 22/1ºT 21	4ºT 2021	Varição ⁽⁸⁾ 1ºT 22/4ºT 21
Vendas Totais	492,2	340,8	44,4%	476,2	3,4%
EBITDA ⁽¹⁾	121,6	70,6	72,3%	108,7	11,8%
Resultados Operacionais (EBIT)	89,4	40,1	123,1%	72,8	22,8%
Resultados Financeiros	- 4,7	- 9,7	51,7%	- 5,0	6,6%
Resultado Líquido	50,6	23,5	115,2%	57,2	-11,5%
Cash Flow Exploração	82,8	54,0	28,8	93,1	- 10,3
Cash Flow Livre ⁽²⁾	77,0	56,4	20,5	52,1	24,9
Investimentos	14,7	20,1	- 5,4	28,3	- 13,6
Dívida Líquida Remunerada ⁽³⁾	517,9	623,6	- 105,7	594,8	- 77,0
EBITDA/Vendas	24,7%	20,7%	4,0 pp	22,8%	1,9 pp
ROS	10,3%	6,9%	3,4 pp	12,0%	-1,7 pp
ROCE ⁽⁴⁾	22,1%	9,5%	12,6 pp	17,4%	4,7 pp
ROE ⁽⁵⁾	19,1%	9,1%	10,0 pp	22,1%	-3,0 pp
Autonomia Financeira	40,6%	39,9%	0,7 pp	41,4%	-0,7 pp
Dívida Líquida Remunerada / EBITDA ⁽⁶⁾⁽⁷⁾	1,28	2,33	-1,05	1,68	-0,40

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 1ºT 2022 de 1,41; Net Debt / EBITDA 1º T 2021: 2,53;
8. Variação de valores não arredondados

3. ANÁLISE DE RESULTADOS

No primeiro trimestre de 2022, a The Navigator Company registou um volume de negócios de € 492 milhões, tendo as vendas de papel representado cerca de 67% do volume de negócios, as vendas de pasta 11%, as vendas de tissue 9% e as vendas de energia 13%.

Dinâmica do mercado de papel muito condicionada pela redução da capacidade na Europa e Estados Unidos e pela redução da oferta nos mercados do Médio Oriente e África

A procura global de papéis de impressão e escrita cresceu 0,6% (YTD fevereiro), tendo o papel UWF registado um crescimento de 0,7% e os papéis coated 4,5%; já os papéis com fibra obtida por via mecânica registaram uma queda de -4,1%.

Na Europa, a procura aparente de papel UWF durante o trimestre teve uma evolução negativa de 6,8%. Esta quebra na procura aparente resulta do modelo de cálculo (baseado em entregas dos produtores) que foi muito influenciado pelos constrangimentos da oferta a que assistimos na Europa (-9% YoY, sobretudo no seguimento do fecho de uma fábrica na Escandinávia no final do 3ºT 2021) a que acresceu a greve na mesma região, iniciada em janeiro, e o baixo nível de importações em resultado das atuais dificuldades logísticas. Sem estes efeitos, a procura aparente de papel UWF na Europa teria tido, certamente, uma evolução positiva.

Nos Estados Unidos verificou-se estabilidade na procura de papel UWF no primeiro trimestre (-0,1% YoY) e nas restantes regiões mundiais o crescimento da procura de papel UWF foi na ordem dos 2,1% (YTD fevereiro).

O índice de referência para o papel de escritório na Europa no final de março situava-se em 1.104 € /t, uma evolução positiva face ao início do ano (976 €/t). De realçar o esforço da Navigator na implementação de uma política de preços responsável que permitisse, contudo, proteger margens antecipando os impactos do aumento de custos. De facto, não obstante os aumentos de preços implementados ao longo do trimestre as margens unitárias do negócio de papel mantiveram-se praticamente inalteradas em relação ao período homólogo.

Neste enquadramento, a Navigator mantém uma carteira de encomendas forte, a par com a indústria e reflexo da forte quebra de oferta disponível nas principais regiões onde opera. As vendas de UWF da Navigator totalizaram 327 mil toneladas uma redução de -2,6% face ao período homólogo e 17,2% face ao último trimestre, penalizadas pelos atuais constrangimentos logísticos e pela necessidade de reposição de stocks. 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 39% face ao período homólogo e uma queda de 4,6% face ao último trimestre. De referir que a Navigator exportou 93% das suas vendas de UWF no primeiro trimestre, apenas realizando 7% das suas vendas no mercado nacional, no qual a subida de preços foi mais contida.

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 verificado em mercados fora da Europa foi cerca do dobro do que nos mercados Europeus, face ao período homólogo. Por outro lado, na Europa, o aumento de preços foi mais expressivo fora dos mercados Ibéricos.

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

A aposta no segmento de packaging continua a consolidar-se e a produção e dinâmica de vendas mantêm-se como planeado.

As máquinas PM1 e PM3 da fábrica de Setúbal asseguram a oferta em regime de flexibilidade, e complementaridade de produtos a nível das gamas de gramagem disponibilizadas por cada uma das máquinas.

A PM1 está já totalmente dedicada a produtos packaging (branco e castanho), mas não perdeu a capacidade de fazer papel UWF sempre e quando necessário. No primeiro trimestre foram atingidas vendas de € 21 milhões para o setor de embalagem, cerca de metade da faturação de todo o ano de 2021, servindo indústrias transformadoras de sacos, embalagens flexíveis e cartão canelado, neste último sobretudo em nichos de maior valor acrescentado (por exemplo, as caixas para uso na área alimentar, ou embalagens, nas quais a impressão e a certificação de garantia de contacto alimentar, que a fibra reciclada não proporciona, são valorizados).

As vendas refletem também as condições atuais favoráveis da procura, a grande aceitação dos produtos da Navigator e o esforço de desenvolvimento da base de clientes e de produtos inovadores, dedicados a aplicações e nichos de maior valor acrescentado.

De realçar que os nossos produtos, com base na fibra de *Eucalyptus globulus*, garantem a produção de sete vezes mais área de embalagem (m²) por hectare de floresta (em comparação com o pinho escandinavo, por exemplo), têm metade do consumo específico de madeira (em comparação, nomeadamente, com o pinho norte-americano), e possibilitam até 14% de economia de gramagem para uma mesma resistência quando comparado com outras fibras concorrentes. Com certificação para o contacto alimentar, são mais resistentes, mais higiénicos e mais seguros para uso na indústria alimentar que, por exemplo, a embalagem com base em fibra reciclada. Adicionalmente resultam em embalagens mais recicláveis e com reciclados de melhor qualidade.

O plano ambicioso de desenvolvimento de produtos iniciado em 2020, mantém-se, quer pelo alargamento de gamas em termos de gramagens, quer pela inovação e desenvolvimento de novas soluções de embalagem sustentáveis, para substituição de produtos de base fóssil/plástico.

No âmbito do projecto gKraft, já em 2022 foram submetidas mais duas patentes, que refletem o esforço de inovação para o aumento de eficiência e foco na qualidade do papel, nomeadamente na resistência e impressão.

Em paralelo, o RAIZ tem desenvolvido extensa investigação a nível das chamadas “barreiras funcionais sustentáveis”. Estas barreiras mais amigas do ambiente visam vir a replicar, usando produtos naturais, as propriedades funcionais oferecidas pelos filmes de origem plástica, ou de forma mais abrangente, pelos produtos de origem fóssil.

A Navigator vai alargando o âmbito de atuação neste segmento, investindo igualmente em servir as indústrias de “enchimento”, focadas em produtos alimentares, como as farinhas, açúcar, massas e cereais de alimentação humana, e as não alimentares, como, por exemplo, as indústrias de argamassas e alimentação animal, através de pacotes ou sacos que podem conter até 30 ou 40 kg.

Como forma de transmitir ao mercado a corrente de mudança em curso no mundo dos materiais de embalagem, a Navigator lançou um logotipo associado à marca gKraft, fazendo uso do “Hashtag” #From Fossil to Forest, que poderá ser aplicado por todos os produtores que usarem o papel gKraft como matéria-prima, reforçando assim o seu compromisso na contribuição para um mundo mais sustentável e permitindo, ao mesmo tempo, que as diferentes entidades parceiras fiquem elegíveis para futuras iniciativas da marca. Este selo de qualidade é, no fundo, uma garantia única para o consumidor final 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. Esta chancela garante também que os produtos não têm incorporação de fibras recicladas, sendo, portanto, isentos dos contaminantes altamente nocivos para a saúde humana que lhe estão associados, e por isso garantidos para contacto com alimentos.

Preços da pasta estabilizam em máximos históricos

O trimestre foi marcado por uma subida significativa dos preços de referência do mercado da pasta. O índice de referência de pasta hardwood na Europa – PIX BHKP em Euros apresentava no final do trimestre um aumento de 6% em relação ao início do ano, para 1.069 €/t, com uma variação muito expressiva de cerca de 58% nos preços médios do 1º trimestre 2022 vs. 1º trimestre 2021. O índice de referência na China para a pasta hardwood tem vindo a registar um forte aumento de 28% desde o início do ano, tendo terminado o trimestre em 737 USD/t.

Esta melhoria dos preços da pasta na Europa foi sustentada por um conjunto de fatores, entre os quais podemos destacar o aumento da procura de pasta pela indústria papelreira (sobretudo especialidades, papéis de impressão e escrita, packaging e, em menor grau, tissue) bem como por vários choques negativos do lado da oferta de pasta de mercado. No Norte da Europa a greve de um concorrente relevante retirou mais de meio milhão de toneladas de pasta ao mercado. A concentração de paragens de manutenção anuais no 1ºT (estima-se que quase metade das paragens anuais de manutenção nas linhas de fibra curta tenham ocorrido no 1ºT). A invasão da Ucrânia pela Rússia e consequente embargo das importações de madeira providas deste país diminuiu drasticamente o fornecimento de madeira importada de bétula no Norte da Europa (estima-se que afete cerca de 1 milhão de toneladas de produção anual deste tipo de pasta). A interrupção de abastecimento de químicos necessário ao fabrico de pasta e a quebra de serviços logísticos criaram constrangimentos operacionais à produção de pasta de mercado na Rússia, restringindo o fornecimento desta no mercado chinês, o seu principal destino. Por outro lado, os constrangimentos logísticos foram também exacerbados pela estratégia muito estrita de zero-covid na China.

A Navigator iniciou o ano de 2022 com um nível de stocks de pasta relativamente baixo, o que, a par com uma maior integração em papel, restringiu a quantidade de pasta disponível para venda no período. As vendas situaram-se assim em 78 mil toneladas, o que reflete uma redução de 1% face ao período homólogo e uma redução de 9% face ao 4º trimestre. 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 a refletir uma variação positiva de 52% ainda que registando uma redução de 5% quando comparado com o último trimestre.

Negócio de tissue mantém o bom desempenho

A subida acentuada ao longo do trimestre dos custos de energia, logística e commodities, em particular do preço dos químicos e da pasta, colocou uma grande pressão na margem dos produtores de tissue, tendo um número alargado anunciado aumentos de preço. Neste contexto adverso, a Navigator antecipou o impacto forte de aumento de custos, que ainda se vão continuar a refletir, e acompanhou a subida de preços praticada no sector. Não obstante os aumentos de preços, a margem unitária do negócio tissue sofreu uma redução expressiva quando comparada com o período homólogo.

De referir, que para além de uma política de preços responsável, a Navigator continua a adotar uma gestão prudente dos seus custos variáveis e fixos para contrabalançar os impactos negativos do aumento dos custos da energia, logística e commodities.

O volume de vendas de tissue atingiu 26 mil toneladas, uma redução de perto de 4% face ao trimestre homólogo e de 6% face ao trimestre anterior. A quebra homóloga deve-se essencialmente a um desacelerar acentuado de vendas de bobines, visto que no segmento de produto acabado regista-se um crescimento (+5% vs. 1º trimestre 2021 e relativamente estável quando comparamos com o último trimestre), tanto em termos domésticos como nos mercados de exportação. A evolução de preços impulsionou o valor das vendas, evidenciando assim um crescimento de cerca de 17% face ao primeiro trimestre de 2021 e 5% face ao último trimestre.

A aposta na inovação no segmento de Tissue mantém-se. Após o lançamento do premiado papel Amoos Aquactive™ – rolo de papel doméstico inovador com sabão integrado apto para limpeza de superfícies, que foi galardoado pelo Prémio Cinco Estrelas 2022, a The Navigator Company lançou no mercado a primeira gama de papel higiénico com perfume de longa duração: o Amoos Air Sense™.

A sofisticação e inovação de produtos como o Amoos Aquactive™ e, agora, o Air Sense™, é possível graças ao trabalho desenvolvido em conjunto com o RAIZ – Instituto de Investigação da Floresta e do Papel, que integra uma equipa de investigadores de topo, além de laboratórios com tecnologia de ponta dedicados à investigação e inovação aplicada a produtos de diversos segmentos, desde pasta, papel, tissue, embalagem entre muitas outras linhas de investigação.

De destacar que todo o papel produzido pela Navigator é sustentável, ambientalmente responsável e biodegradável, obtido a partir de um recurso natural renovável, plantado especificamente para este fim e feito com fibra virgem de eucalipto certificada de acordo com o FSC® (Forest Stewardship Council).

Produção de Energia de 511 Gwh no primeiro trimestre

As centrais de cogeração renováveis do grupo estão desde janeiro do corrente ano a vender a eletricidade produzida valorizada a preços de mercado, em detrimento da tarifa de venda regulada, nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 4.º -B do Decreto-Lei n.º 23/2010, de 25 de março, na sua redação atual.

Esta alteração de regime remuneratório decorre da publicação do Decreto-Lei n.º 119-A/2021, de 22 de dezembro, que estabelece entre outros aspetos, um regime excecional aplicável à atividade de cogeração, que permite a venda em mercado por um período máximo de um ano, após o qual regressa à modalidade especial de origem com tarifa regulada.

A venda a preços de mercado permitiu compensar, em parte, a subida de preços de compra de energia na componente ainda não fixada para o período. De referir que o preço do mercado ibérico de eletricidade registou níveis bastante elevados, fechando o trimestre com um preço médio de 228,61 €/MWh face ao preço médio de 44,75 €/MWh registado no período homólogo.

Neste contexto, no primeiro trimestre de 2022, a venda de energia elétrica totalizou € 65 M, o que representa um aumento de 108% face ao período homólogo.

4. DADOS OPERACIONAIS TRIMESTRAIS

Pasta

	1ºT 2021	1ºT 2022	1ºT 22/ 1ºT 21
Produção de BEKP	337,1	378,2	12,2%
FOEX – BHKP Euros/ton	650	1030	58,4%
FOEX – BHKP USD/ton	782	1155	47,6%

Papel

	1ºT 2021	1ºT 2022	1ºT 22/ 1ºT 21
Produção de UWF	348,3	366,0	5,1%
FOEX – A4-BCopy Euros/ton	809	1038	28,3%

Tissue

	1ºT 2021	1ºT 2022	1ºT 22/ 1ºT 21
Produção de bobines	29,4	30,0	2,0%

Energia

	1ºT 2021	1ºT 2022	1ºT 22/ 1ºT 21
Produção (GWh)	479,3	494,0	3,1%

EBITDA: Foco na eficiência das operações e evolução favorável de preços compensam o forte aumento de custos e permitem registar EBITDA de € 122 milhões

Ao longo do trimestre verificou-se uma evolução negativa dos custos de produção em cerca de € 39 milhões, quando comparamos com o período homólogo, penalizados essencialmente pelo aumento de custo da madeira, por via do *mix* de madeiras, e também pelo aumento do custo das fibras externas, da energia e dos químicos.

Verificou-se também um agravamento significativo dos custos de logística que apresentam uma evolução negativa de € 12 milhões; os constrangimentos logísticos mantêm-se e estão a afetar de forma transversal a economia.

O efeito do forte aumento de custos de energia, nomeadamente o aumento de custo de gás natural foi mitigado pela política de cobertura de risco com contratação a taxa fixa para parte das compras de 2022. Recorde-se que em 2020 arrancou a caldeira de biomassa da Figueira da Foz, um investimento que diminuiu significativamente a dependência do Grupo ao gás natural. Por outro lado, a venda de eletricidade produzida valorizada a preços de mercado permitiu compensar, em parte, a subida de preços de compra de eletricidade na componente ainda não fixada para o período.

Face ao período homólogo registámos um aumento de produção transversal a todos os negócios, o que permitiu aumentar a eficiência das operações. O foco da empresa na redução de consumos específicos permitiu atenuar o forte aumento de custos nas matérias primas e matérias subsidiárias, que se fizeram sentir este trimestre, contribuindo assim para os resultados.

O aumento de custos com pessoal acompanhou o desempenho da Navigator no trimestre, que permitirá reforçar a distribuição de prémios aos colaboradores e o reforçar do programa de rejuvenescimento. Os custos fixos totais acabaram por situar-se 22% acima dos custos fixos do período homólogo, valor essencialmente explicado pela rubrica de custos com pessoal e com o aumento de custos de funcionamento inerentes ao aumento de atividade pós pandemia.

Neste enquadramento, os esforços de aumento de eficiência e contenção de custos bem como a conjuntura favorável de evolução de preços compensaram o forte aumento do custo dos fatores de produção e permitiram atingir um EBITDA de € 122 milhões no trimestre. A margem EBITDA / Vendas foi de 25% (+4,0 p.p. face ao período homólogo). De realçar o impacto positivo líquido da taxa de câmbio no EBITDA, de cerca de € 8 milhões, com um EUR/USD médio do trimestre de 1,12 que compara com 1,20 do período homólogo.

Custos Financeiros reduziram € 5 milhões para €4,7 milhões

Os resultados financeiros situaram-se em € -4,7 milhões (vs. € -9,7 milhões), uma melhoria de € 5,0 milhões, explicada em parte por resultados com valor expressivo ocorridos em 2021 (€ -4,7 milhões) e que não se verificam em 2022, nomeadamente o custo do cancelamento de um swap de taxas de juro associado a um empréstimo obrigacionista, o resultado cambial do financiamento da subsidiária em Moçambique, juros compensatórios recebidos, e proveitos associados ao processo antidumping nos EUA. Sem estes impactos não recorrentes, os resultados financeiros teriam registado uma diminuição de € 0,3 milhões, essencialmente como resultado da evolução positiva dos custos das operações de financiamento (€ -0,7 milhões) devido principalmente à diminuição da dívida média face ao período homólogo. Em sentido contrário, e face à evolução dos mercados financeiros, os juros obtidos apresentam uma evolução negativa (€ -0,2 milhões).

O Grupo atingiu resultados líquidos no trimestre de € 50,6 milhões. A taxa efetiva de imposto encontra-se afetada por liquidações adicionais de imposto sobre o rendimento de anos anteriores que a empresa pretende contestar.

Geração de Cash Flow Livre no 1º trimestre de € 77 milhões

A geração de cash flow livre, €77 milhões, reflete as circunstâncias muito favoráveis de desempenho operacional, em particular no que se refere a vendas e preços.

A manutenção do valor investido em fundo de manuseio num nível reduzido foi um fator suplementar de suporte à geração de cash. Houve uma subida expressiva de alguns stocks no trimestre, bem como um significativo incremento dos saldos de clientes – papel e energia, sobretudo – acompanhando a forte expansão do volume de negócios; verificou-se, em contraponto, a implementação de uma política de gestão de fornecedores que favoreceu a geração de liquidez, mas articulada com a disponibilização de soluções de suporte à liquidez dos nossos parceiros. Esta intervenção bem calibrada é um contributo importante para a manutenção de um nível estável e elevado de geração de cash que o Grupo tem vindo a evidenciar.

Redução do Endividamento líquido para € 518 milhões

Em resultado da forte geração de cash flow livre no período, o endividamento líquido registou uma significativa redução, de €77 milhões, face ao final de 2021. O rácio Net Debt/EBITDA,

em 1,28X, prosseguiu uma trajetória descendente e exibe um dos níveis mais baixos da última década, permitindo sublinhar o cumprimento de um objetivo estrutural da política do Grupo e consolidando o seu perfil de robustez financeira.

Sem novas emissões de dívida ao longo do trimestre, foram realizados reembolsos no valor total de €100 milhões, que constituíram o facto mais marcante da gestão da dívida no 1º trimestre.

Capex de € 15 milhões (vs. € 23 milhões YoY e € 11 QoQ)

O valor do investimento no trimestre foi de perto de € 15 milhões. 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, 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.

O compromisso da Navigator com a inovação e com o desenvolvimento de projetos que potenciem a resiliência, a transição climática e a transição digital, coloca a empresa numa posição privilegiada para investimentos no âmbito do Plano de Recuperação e Resiliência (PRR). A Navigator apresentou várias candidaturas enquadráveis na sua estratégia que, no caso das Agendas mobilizadoras, passaram para a fase seguinte e que, como antecipado, foram submetidas no início de abril de 2022.

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. PERSPETIVAS FUTURAS

A rápida mudança do quadro macroeconómico e geopolítico Europeu causada pela guerra na Ucrânia está a aumentar a incerteza e insegurança em termos globais.

As sanções à Rússia e medidas de retaliação, bem como os riscos operacionais e de relações comerciais estão a aumentar a complexidade das operações industriais e logísticas. Permanece o risco de aumento ou manutenção de custos variáveis em níveis historicamente altos, em consequência da volatilidade dos preços de matérias-primas, energia, madeira e logística.

A forte pressão inflacionista aliada a uma expectativa de rápida subida de taxas de juro poderá resultar numa desaceleração económica global e, consequentemente, provocar efeitos adversos transversais à indústria e ao sector em particular.

Noutra perspetiva, a pandemia de COVID-19 continua a representar uma incerteza significativa.

Neste contexto, apesar da indústria iniciar o segundo trimestre com níveis elevados de encomendas, existe um grande nível de incerteza associada às operações (dificuldades

logísticas na expedição e no abastecimento de matérias primas). De referir, também, a pressão sobre os custos e disponibilidade de meios logísticos intensificada pela política de zero-covid da China, que está a limitar operações portuárias, a aumentar prazos de entrega e a reter /imobilizar equipamentos.

A evolução de custos continua a ser uma das principais preocupações da Navigator. Durante o primeiro trimestre a Navigator ainda beneficiou de contratos em que a fixação de preços foi realizada em 2021, pelo que as pressões inflacionistas continuarão a fazer sentir-se na atividade da empresa. Mantém-se o foco na proteção das margens de papel e de tissue, com a prudência necessária de modo a procurar garantir a transmissão do custo pelos canais de venda e a capacidade de aquisição por parte dos consumidores.

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 empenho na sustentabilidade das operações.

Lisboa, 24 de maio de 2022

Conference Call e Webcast

Data: 24 de maio de 2022

Horário: 15:00 (Western European Time)

Dial-in para os participantes:

Portugal: +351 308 806 432

Espanha:(local) 919 01 16 44

Estados Unidos:(local) 1 646 664 1960

Todas as outras localizações: +44 20 3936 2999

6. DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

The Navigator Company, S.A.
Demonstração dos Resultados Consolidados
31 de março de 2022 e 2021

Valores em Euros	3 meses 31-03-2022	3 meses 31-03-2021
	<i>Não auditado</i>	
Réditos	492,229,639	340,822,999
Outros rendimentos e ganhos operacionais	13,196,064	6,513,807
Varição de Justo valor nos ativos biológicos	(5,484,454)	(1,087,009)
Custos das mercadorias vendidas e das matérias consumidas	(215,360,445)	(143,051,928)
Varição da produção	38,075,961	2,195,489
Fornecimentos e serviços externos	(140,129,861)	(89,451,388)
Gastos com o pessoal	(42,095,667)	(35,829,616)
Outros gastos e perdas operacionais	(18,856,698)	(9,551,980)
Provisões líquidas		(166,210)
Depreciações, amortizações e perdas por imparidade em ativos não financeiros	(32,189,183)	(30,329,401)
Resultado operacional	89,385,356	40,064,762
Rendimentos e ganhos financeiros	163,870	969,277
Gastos e perdas financeiras	(4,865,782)	(10,697,441)
Resultados financeiros	(4,701,912)	(9,728,164)
Resultados de associadas e empreendimentos conjuntos	-	-
Resultado antes de impostos	84,683,444	30,336,598
Imposto sobre o rendimento	(34,084,876)	(6,824,402)
Resultado líquido do período	50,598,568	23,512,196
Atribuível aos detentores do capital da Navigator	50,602,596	23,514,983
Atribuível a interesses que não controlam	(4,028)	(2,787)

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

Valores em Euros	31/03/2022	31/12/2021
	<i>Não auditado</i>	
ATIVO		
Ativos não correntes		
Goodwill	377,339,466	377,339,466
Ativos intangíveis	64,801,966	24,752,529
Ativos fixos tangíveis	1,127,889,151	1,145,244,507
Ativos sob direito de uso	50,052,747	51,192,959
Ativos biológicos	141,839,607	147,324,061
Propriedades de investimento	92,178	92,589
Valores a receber não correntes	9,870,750	8,604,547
Ativos por impostos diferidos	33,069,806	28,037,408
	1,804,955,672	1,782,588,066
Ativos correntes		
Inventários	234,764,434	186,550,658
Valores a receber correntes	403,812,088	317,882,760
Imposto sobre o rendimento	1,118,815	1,118,815
Caixa e equivalentes de caixa	216,288,014	239,171,252
	855,983,351	744,723,485
Ativo total	2,660,939,023	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	(21,936,170)	(24,346,001)
Reserva de justo valor	(13,086,069)	(5,604,076)
Reserva legais	100,000,000	100,000,000
Outras reservas	121,836,100	121,836,100
Resultados transitados	341,073,149	231,525,876
Resultado líquido do período	50,602,596	171,411,455
Dividendos antecipados	-	(49,996,170)
Capital Próprio atribuível aos detentores do capital da Navigator	1,078,489,606	1,044,827,184
Interesses que não controlam	283,784	286,896
Total do Capital Próprio	1,078,773,390	1,045,114,080
Passivos não correntes		
Financiamentos obtidos	665,002,491	714,625,892
Passivos de locação	46,461,714	47,417,092
Responsabilidades por benefícios definidos	15,212,368	5,674,918
Passivos por impostos diferidos	95,771,978	92,528,775
Provisões	26,758,245	26,752,081
Valores a pagar não correntes	37,925,028	37,014,427
	887,131,823	924,013,185
Passivos correntes		
Financiamentos obtidos	69,175,300	119,318,157
Passivos de locação	5,730,781	5,823,833
Valores a pagar correntes	547,333,513	393,161,894
Imposto sobre o rendimento	72,794,216	39,880,402
	695,033,810	558,184,286
Passivo total	1,582,165,633	1,482,197,471
Capital Próprio e Passivo total	2,660,939,023	2,527,311,551