



Comunicado de Imprensa – 16 de fevereiro de 2023

Aumento de custos com pessoal em 31 milhões de euros garante melhores prémios de sempre aos colaboradores

## **Navigator regista vendas de 2.465 milhões de euros**

A The Navigator Company registou em 2022 um volume de negócios de € 2.465 milhões, ultrapassando pela primeira vez a história barreira dos dois mil milhões de euros, tendo as vendas de papel representado cerca de 74% do volume de negócios (vs. 72%), as vendas de pasta 8% (vs. 11%), as vendas de tissue 8% (vs. 9%) e as vendas de energia 10% (vs. 8%).

A dinâmica dos preços internacionais de pasta, papel embalagem e tissue, potenciada pela melhoria do mix de produto e o foco no aumento de produtividade, a par da evolução dos preços de venda de energia renovável, impulsionaram os bons resultados registados no ano.

As vendas alcançadas pela Navigator permitiram reforçar em € 31 milhões os custos com pessoal, o que possibilitou elevar a distribuição de prémios de desempenho, distribuir um novo prémio de produtividade aos colaboradores e reforçar o programa de rejuvenescimento.

Também em 2022, a Empresa aumentou em mais de 40%, para € 112,5 milhões, o valor do investimento, dos quais perto de € 39,1 milhões referentes a investimentos classificados como ambientais, o que representa 35% do investimento total.

Nos próximos anos, a Navigator, impulsionará o nível de investimento, nomeadamente no âmbito do Plano de Recuperação e Resiliência (PRR), com destaque para a Agenda From Fossil to Forest – “Sustainable packaging and products to replace fossil plastic”, que inclui entre outros: i) projetos para o desenvolvimento

de Pasta química de alto rendimento e papéis castanhos; ii) projetos de desenvolvimento de celulose moldada para embalagens rígidas; iii) e projetos de desenvolvimento de papéis com maior resistência mecânica, e iv) papéis com propriedades barreira.

A Navigator participa noutras agendas como parceiro, nomeadamente, no desenvolvimento de novos materiais genéticos para uma floresta mais produtiva e resiliente, na circularidade de resíduos industriais, na robotização de operações de intra-logística, na transformação digital das cadeias de valor florestais e na transformação digital e ecológica de redes logísticas e de transportes, no âmbito da Agenda Mobilizadora da Fileira das Tecnologias de Produção para a Reindustrialização e da Agenda para a transformação digital das cadeias de valor florestais numa economia portuguesa mais resiliente e hipocarbónica.

### **2022: Ano marcado pela incerteza, insegurança e aumento generalizado dos custos**

Em 2022 verificou-se um aumento muito significativo dos custos de produção, penalizados essencialmente pelo aumento de custo da madeira por via do aumento expressivo de preço à porta da fábrica na madeira nacional, pela taxa de câmbio e por via do mix de abastecimento, e também pelo aumento do custo das fibras, da energia e dos químicos.

Verificou-se também um forte agravamento dos custos de logística e uma grande escassez de meios de transporte de mercadorias, face ao ano anterior. Na segunda metade do ano, a disponibilidade de meios logísticos melhorou, embora os custos se tenham mantido num nível muito elevado, tendo começado a reduzir ligeiramente no final do ano de 2022. A redução de preços começou da Ásia para a Europa e só mais tarde, e com menos expressão, da Europa para os restantes mercados. Manteve-se a situação de falta de alternativas para o transporte de mercadorias entre Portugal e Estados Unidos que continuou a afetar o nível de preços.

Os custos fixos totais acabaram por situar-se 17% acima dos custos fixos de 2021, valor essencialmente explicado pela rubrica de custos com pessoal, pela razão referida (reforço da atribuição de prémios aos colaboradores), mas também pela rubrica de custos de manutenção, impactada pelo aumento generalizado dos custos dos materiais e serviços num contexto de pressões inflacionistas, e pelo aumento de custos de funcionamento, nomeadamente o aumento de custos com projetos tendentes ao apoio e diversificação da atividade do grupo, o aumento dos custos de

outsourcing em resultado sobretudo dos aumentos salariais e o inerente ao aumento de atividade pós-pandemia.

Neste enquadramento, a conjuntura internacional favorável de balanço entre oferta e procura que potenciou a evolução de preços e os esforços de aumento de produtividade e eficiência compensaram o forte aumento do custo dos fatores de produção.

### **Indústria dos papéis de impressão e escrita viveu, a nível global, um momento único em 2022**

A indústria dos papéis de impressão e escrita viveu, a nível global, um momento único em 2022, se bem que se possa diferenciar claramente a primeira da segunda metade do ano.

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.

O aumento expressivo de custos, nomeadamente nos custos de energia, que desde o início da invasão da Ucrânia pela Rússia atingiram níveis historicamente altos, obrigou algumas empresas, principalmente as não integradas, a fecharem temporariamente ou reduzirem as operações, uma vez que não os conseguiam repercutir nos preços.

Consequentemente, na primeira metade de 2022, verificou-se uma forte escassez de oferta papelreira 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 e constante ao longo do ano dos preços de todos os papéis gráficos e para que se atingissem níveis de carteira de encomendas nos produtores e tempos de entrega historicamente elevados.

A situação de forte escassez de oferta atrás referida levou a um volume anormal de encomendas durante o primeiro semestre com os clientes a reagir a um receio de prolongada falta de papel. Mas os receios de abrandamento económico, que se avolumaram sobretudo a partir de metade do ano, levaram a uma redução de procura

num momento em que os stocks estavam altos e em que se assistiu a uma regularização relativamente rápida das cadeias logísticas. A redução deste stock acumulado no pipeline demorará mais ou menos tempo em função da regularização das cadeias de fornecimento e da logística, bem como de um maior ou menor abrandamento económico e ainda da evolução da procura na Ásia para as novas capacidades de papel gráfico construídas nos últimos anos.

A procura de papel UWF registou um crescimento de 0,3% e os papéis coated um decréscimo de 2,5%. Por outro lado, os papéis com fibra obtida por via mecânica registaram uma expressiva queda de 9,9%. Assim, em 2022, a procura global de papéis de impressão e escrita diminuiu 2,3%, continuando o UWF a mostrar notável resiliência.

Assistimos na Europa a uma redução muito significativa de capacidade (-10% 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 ainda a restrição do volume de importação, que registou níveis abaixo do normal, em resultado das conhecidas dificuldades logísticas. Assim, se tivermos em conta a redução de capacidade verificada, e consequentemente a redução de produção e entregas, estimamos que, sem estes efeitos, a queda da procura aparente de papel UWF na Europa teria sido bem inferior, e em linha com a redução média de consumo dos últimos anos.

Pelo contrário, nos Estados Unidos verificou-se um expressivo crescimento na procura de papel UWF em 2022 de 5,3% e nas restantes regiões mundiais de 0,7%.

### **Navigator em máximos de vendas de produtos premium e marcas de fábrica**

O índice de referência para o papel de escritório na Europa no final de dezembro situava-se em 1.331 €/ton que compara com 976 €/ton registado no início do ano, o preço médio do índice em 2022 cresceu +44%, face a preço médio de 2021. A evolução do preço de venda ao longo de 2022 coloca o preço de venda médio do ano acima do registado em 2021 (+55%), a evolução do preço de venda decorreu do forte aumento de custos, a destacar químicos, energia e logística.

As vendas de UWF da Navigator totalizaram 1,5 milhões de toneladas, um aumento de 2% face a 2021, denotando um esforço significativo da Companhia em servir as necessidades dos seus clientes, num enquadramento de estrangimentos da oferta disponível, marcado por reduções de capacidade e graves restrições logísticas, principalmente no primeiro semestre. O valor das vendas foi impulsionado pela

subida generalizada de preços a nível internacional, que a Navigator liderou ou acompanhou, evidenciando assim um crescimento de cerca de 57% face ao período homólogo.

A evolução positiva de preços foi muito potenciada pelo enriquecimento do mix de produtos, tendo a Navigator atingido níveis máximos de vendas de produtos premium e marcas de fábrica.

### **Portugal é um dos países do Mundo com mais baixo preço de papel de impressão e escrita**

O aumento de preços verificado durante o ano nos 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 desenvolvimento do novo segmento de Packaging continua a revelar sinais bastante positivos, traduzidos pela crescente base de clientes, reconhecimento da qualidade dos nossos produtos 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.

O segmento de Packaging revelou, contudo, ter sido mais sensível à conjuntura de mercado, dado que foi o segmento onde o arrefecimento repentino e expressivo da procura mais se fez sentir, logo a partir do final do primeiro semestre, com bastante evidência no último trimestre de 2022.

Apesar do contexto macroeconómico desfavorável, a Navigator em 2022 atingiu vendas superiores a € 90 milhões, duplicando o valor de vendas de 2021, e representando em apenas dois anos já cerca de 4% da facturação do grupo para o setor de embalagem, nomeadamente para as indústrias transformadoras, de sacos de papel, de embalagens flexíveis e de caixas para uso na área alimentar. Este crescimento foi sustentado por um aumento da base de clientes, que totalizavam no final do ano 212 empresas situadas em 26 países.

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 de Eucalipto Globulus), que apresenta particularidades muito interessantes que

permitem reduzir o consumo de fibra quando comparada com fibra longa e apresenta benefícios técnicos distintos, a destacar a qualidade de impressão e as características de superfície.

As embalagens alimentares apresentam um elevado potencial de crescimento, tendo em conta a crescente consciencialização e ação global para substituição de plástico por papel e sendo a fibra virgem a mais adequada para embalagens alimentares. Nestes produtos, por razões de higiene e segurança alimentar, a fibra reciclada não é adequada nem valorizada, o que oferece grandes oportunidades de crescimento.

Estão atualmente em curso vários desenvolvimentos que poderão abrir portas a outros segmentos de alto valor acrescentado a curto prazo.

No seguimento da estratégia definida para a área de Packaging, a Navigator iniciou um projeto para construção de uma fábrica de produção de peças de celulose moldada destinada a substituir peças de plástico que protegem alimentos e que são utilizadas em embalagens nos pontos de vendas ou são utilizadas numa perspetiva de utilização única. A fábrica irá ficar localizada no Site industrial de Aveiro, terá uma capacidade inicial de 100 milhões de peças e está prevista arrancar com a produção no final do primeiro trimestre de 2024. O desenvolvimento de propriedades barreiras biodegradáveis que permitam assegurar as funções de proteção dos alimentos e de isolamento apropriado a líquidos e gorduras constituintes dos mesmos, constituirá uma vantagem adicional

### **Negócio de tissue mantém o bom desempenho e a aposta na inovação**

A recuperação económica pós-pandemia nos nossos mercados, resultou num aumento do consumo – estima-se que em 2022 (YTD outubro) o mercado global de Tissue terá crescido cerca de 2%. Por outro lado, verificou-se um crescimento significativo dos níveis de preços, numa conjuntura marcada por disrupções e turbulência nas cadeias de valor, e, no caso da Europa, pelas tensões geopolíticas, com impacto particularmente expressivo na evolução dos custos energéticos.

Apesar deste contexto desafiante, a gestão das capacidades de produção, dos serviços logísticos e dos consequentes aumentos de preços com os clientes foi concretizada de forma fluída e consequente.

A Navigator atingiu um volume de vendas de Tissue de 102 mil toneladas, com o volume de produto acabado vendido (tons) face a 2021 a evoluir no entanto cerca de 2%. O valor das vendas foi impulsionado pela subida de preços, evidenciando um crescimento de 36% face a 2021 (38% em produto acabado).

O crescimento das vendas deu-se sobretudo através do canal At Home, com um crescimento de 5%, impulsionado pela captação de novos clientes e reforço da posição na base pré-existente.

A base global de clientes manteve-se bastante diversificada – cerca de 600 clientes com compras ativas em 2022 - o que assegura uma diversificação sustentável da atividade comercial.

A empresa foi particularmente bem-sucedida na prossecução do crescimento de vendas e distribuição das suas marcas de fábrica, com progressos na comunicação da proposta de valor em termos de qualidade, sustentabilidade e inovação. Como resultado, as vendas de marcas Navigator cresceram quase 9% no conjunto dos vários canais e mercados, atingindo em 2022 cerca de 30% das vendas de Produto Acabado (tons), valor superior à média da indústria nos mercados mais relevantes de 20-25%.

No plano estrutural, acentuaram-se os esforços de redução de complexidade da operação, com foco num portfolio de produtos menos extenso e complexo, que permite, a prazo, a obtenção de melhorias na eficiência produtiva e nos níveis de serviço prestados.

Na vertente da capacidade produtiva foram adquiridos equipamentos que permitirão agilizar e incrementar a produção e melhorar os níveis de qualidade de produto entregue aos clientes, nomeadamente na categoria de guardanapos.

No que respeita à inovação, a empresa reforçou o lançamento de produtos adaptados às tendências de mercado, tendo também introduzido produtos de índole disruptiva, de que são exemplos o papel higiénico Amoos Air Sense™, o primeiro a ser lançado no mercado Ibérico com cápsulas de perfume incorporadas no papel que permite uma duração maior da fragrância, e o novo rolo de cozinha Amoos Calorie Control™, cujo papel integra micro-álveolos criados por tecnologia de gofragem especial, que permite um papel especialmente eficaz na absorção de líquidos e gorduras de alimentos acabados de fritar. Uma prova da adequação às necessidades do consumidor foi a atribuição do prémio cinco estrelas ao higiénico Amoos Air Sense™, a primeira vez que a empresa toma a dianteira nesta categoria de produtos, em Portugal.

Como resultado da aposta continuada na inovação, as vendas de novos produtos quase triplicaram face a 2021.

No seu conjunto, as ações levadas a cabo em 2022 contribuíram para reforçar a perceção dos clientes sobre a qualidade da proposta de valor da empresa e a robustez do negócio, com foco na inovação e na diferenciação, que se refletiu na valorização da sua atratividade e imagem comerciais.

### **Produção de energia renovável de 1.745 GWh em 2022**

No ano de 2022, a venda de energia elétrica totalizou 259 M€, dos quais mais de 70% provém de fontes renováveis, contribuindo assim para os desígnios de descarbonização do País, tendo a faturação aumentado aproximadamente 91% face ao ano anterior. Este resultado decorre essencialmente do facto das cogerações renováveis terem vendido a totalidade da sua produção em mercado.

Adicionalmente, também a central de ciclo combinado a gás natural de Setúbal que já se encontrava em regime de venda parcial de eletricidade, passou no decurso do ano a vender a totalidade da sua produção em regime de mercado.

Neste contexto regulatório, o aumento da venda de energia elétrica, beneficiou da subida do preço de mercado de energia elétrica, sentido a nível internacional, que registou no ano 2022 um aumento de cerca de 50%, para área Portugal do MIBEL, face a 2021.

O ano de 2022, fica ainda marcado pela participação das unidades industriais do grupo no Mercado de Banda de Reserva de Regulação, um serviço relevante prestado pelos consumidores de energia elétrica habilitados, ao operador da rede de transporte de energia elétrica, com o objetivo de contribuir para a salvaguarda da segurança de abastecimento do Sistema Elétrico Nacional.

### **Redução do endividamento para € 382 milhões com 94% da dívida a taxa fixa garante custo de financiamento competitivo.**

O endividamento líquido registou uma redução significativa face ao final de 2021, de € 595 milhões para € 382 milhões de euros, apesar de ao longo do ano terem sido distribuídos dividendos e reservas no valor total de € 250 milhões de dividendos. O rácio Net Debt/EBITDA situou-se assim em 0,52, confirmando de modo expressivo uma trajetória descendente, e consolidando o perfil de robustez financeira exibido pelo Grupo nos últimos anos.

Salientamos a concretização, em junho, da emissão de um empréstimo obrigacionista no valor de € 150 milhões, com maturidade em 2028, ao abrigo de um Sustainability-



Linked Bonds Framework. Simultaneamente foi reembolsado antecipadamente um financiamento no mesmo montante, que tinha o seu vencimento em 2023.

Esta operação contribui para a extensão da vida média da dívida do Grupo, bem como para a redução do custo de financiamento da Empresa, além de ter as suas condições associadas a compromissos de sustentabilidade. As condições do empréstimo estão indexadas a três indicadores ESG já presentes na Agenda de Sustentabilidade da Empresa e, por sua vez, alinhados com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas.

Com esta operação de financiamento, concluímos o ano com uma maturidade média de dívida adequada, com perfil de reembolsos bem escalonado, com perto de 40% do total de endividamento emitido com cariz sustentável e 94% de dívida total emitida pelo Grupo a taxa fixa, o que permite a manutenção de um baixo custo de financiamento numa conjuntura de subida acentuada de taxas de juro.

### **Navigator integra o grupo restrito das empresas mais sustentáveis do mundo**

A Navigator foi distinguida com classificação máxima ("A") pela liderança mundial no combate às alterações climáticas. A distinção foi atribuída pelo CDP - Disclosure Insight Action, organização sem fins lucrativos reconhecida por gerir o maior e mais completo sistema global independente de divulgação de informação ambiental para empresas, regiões, cidades e estados.

A Navigator integra o grupo restrito de 330 empresas, a nível mundial, que alcançaram a classificação mais elevada de "A", menos de 2% de entre um universo de mais de 18 mil empresas. A metodologia de pontuação atribuída pelo CDP mede a abrangência e o detalhe da informação divulgada pelas empresas, uma compreensão profunda dos seus riscos e impactos ambientais, uma governação forte e estratégias de transição, avaliando também as medidas e metas estabelecidas para reduzir os impactos em consonância com a ciência.

Desde 2018 que a Navigator participa no CDP Climate Change acompanhando a crescente exigência desta iniciativa de avaliação do progresso da Empresa no domínio da gestão do risco e ação climática.

Além do questionário relativo às alterações climáticas, a Companhia submeteu, pela primeira vez em 2021, a sua participação ao CDP Forest, focado na gestão florestal

e viu reconhecido, logo no segundo ano, o seu desempenho também nesta categoria, tendo subido para "A-" ocupando agora também uma posição de líder nesta área.

O CDP Forest avalia a robustez dos sistemas que a Empresa utiliza para rastrear e monitorizar a origem das suas matérias-primas, assentes na certificação do modelo de gestão florestal das florestas sob sua responsabilidade e nas exigentes políticas de aquisição de madeira.

De destacar também, a avaliação anual da agência de rating Sustainalytics, publicada no final de janeiro, que classificou novamente a Navigator como empresa de baixo risco para investidores, e a reconheceu como uma ESG Industry Top-Rated company. A avaliação e o bom posicionamento da Navigator neste ranking, são dados relevantes que espelham o trabalho contínuo levado a cabo pela empresa, no sentido de integrar a sustentabilidade como prioridade no seu modelo de negócio, demonstrando a sua capacidade de antecipar e gerir os riscos ESG na condução das suas atividades.

Ainda em 2022, a Navigator realizou uma análise de dupla materialidade de acordo com as orientações internacionais que exigem a integração deste conceito nos Relatórios das empresas. Este processo de revisão da materialidade nos temas ESG (Ambientais, Sociais e de Governo Societário) permitiu reconfigurar a Agenda 2030 da Navigator garantindo que os esforços da Companhia continuam orientados para as áreas onde pode ter um maior impacto.

Com um Propósito corporativo e uma 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, a partir de matérias-primas provenientes de florestas com gestão certificada ou de origem controlada, reduzindo a dependência dos recursos fósseis e promovendo a descarbonização da economia.

### **Destaques 2022 vs. 2021**

- O volume de negócios aumentou 54% para € 2.465 milhões, ultrapassando pela primeira vez na história do grupo a barreira dos dois mil milhões de euros;
- O grupo continuou a focar-se no aumento de produtividade dos seus ativos, tendo o volume de produção aumentado, em todos os produtos, face a 2021, no segmento de pasta mais de 3%, no segmento de papel 4% e no segmento de Tissue, com mais de 2% no produto acabado. Destaque para a produção anual da fábrica de pasta da Figueira da Foz que, fruto dos investimentos feitos nos últimos anos, das diversas melhorias operacionais e do continuado foco na produtividade, atingiu um máximo histórico (603,3 ktAD);

- O volume de vendas de papel totalizou 1.499 mil toneladas, o de pasta de mercado 255 mil toneladas e o de tissue 102 mil toneladas;
- A Navigator atingiu um EBITDA de € 736 milhões, o valor mais elevado da história da empresa, e um EBITDA/vendas de 29,9% (vs. € 355 milhões e 22,2% de margem em 2021);
- Os resultados líquidos do ano cresceram 129% face a 2021 para € 392,5 milhões;
- O Grupo evidenciou uma forte geração de Free Cash Flow de € 463 milhões, que compara com € 235 milhões do ano anterior;
- Os resultados financeiros situaram-se em € 57 milhões (vs. € 18 milhões), um agravamento, resultante essencialmente de impactos não recorrentes (€ 38 milhões) relativos a diferenças de câmbio acumuladas desfavoráveis, reciclados de capitais próprios no 1º trimestre;
- O endividamento líquido reduziu de € 595 milhões para € 382 milhões, não obstante a Navigator ter distribuído reservas e dividendos num total de € 250 milhões em 2022, reduzindo o rácio de Net Debt / EBITDA para 0,52x;
- O valor de investimento de 2022 totalizou € 112,5 milhões (vs. € 80, milhões em 2021), dos quais perto de € 39,1 milhões referentes a investimentos classificados como ambientais, o que representa 35% do investimento total;
- A Navigator e a empresa alemã P2X Europe celebraram um acordo de princípio para a criação de uma joint venture – a P2X Portugal – para desenvolver uma unidade industrial de última geração para produzir, em larga escala, combustíveis não fósseis para o setor da aviação, também conhecidos como e-SAFs (e-Sustainable Aviation Fuels) – jet-fuel sintético (e-querosene), neutro em carbono, produzido a partir de hidrogénio verde e CO2 biogénico obtido a partir da valorização energética de resíduos e sobrantes florestais e sub-produtos da madeira, na operação das nossas fábricas integradas de pasta de celulose e papel;
- Emissão de financiamento sustentável, no montante de € 150 milhões, ao abrigo de Sustainability Linked Bonds Framework. As condições da emissão estão indexadas a três indicadores ESG já presentes na Agenda de Sustentabilidade da Empresa e, por sua vez, alinhados com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas;
- 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). A aprovação das metas baseadas na ciência climática, 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.
- A Navigator integra o grupo restrito das empresas mais sustentáveis do mundo. A Navigator foi distinguida com classificação máxima (“A”) pela liderança mundial no combate às alterações climáticas, distinção foi atribuída pelo CDP – Disclosure Insight Action. A empresa participa também no CDP Forest, focado na gestão florestal e viu reconhecido, logo no segundo ano, o seu desempenho nesta categoria, com uma classificação de (“A-”) ocupando também uma posição de líder nesta área;
- De realçar também, a avaliação anual da agência de rating Sustainalytics, publicada no final de janeiro, que classificou novamente a Navigator como empresa de baixo risco para investidores, e a reconheceu como uma ESG Industry Top-Rated company. A avaliação e o bom posicionamento da Navigator neste ranking, são fatos relevantes que espelham o trabalho contínuo levado a cabo pela empresa, no sentido de integrar a sustentabilidade como prioridade no seu

modelo de negócio, demonstrando a sua capacidade de antecipar e gerir os riscos ESG na condução das suas atividades.

### **Sobre a The Navigator Company**

A The Navigator Company é um produtor integrado de floresta, pasta, papel, tissue, soluções sustentáveis de packaging e bioenergia, cuja atividade se encontra alicerçada em fábricas de última geração à escala mundial, com tecnologia de ponta. É reconhecida como uma referência de qualidade no setor em todo o mundo.

As pessoas, a sua qualidade de vida e o futuro do planeta inspiram e movem a The Navigator Company. A Companhia assume um compromisso com a criação de valor sustentável para os seus acionistas e para a sociedade como um todo, deixando às futuras gerações um planeta melhor, através de produtos e soluções sustentáveis naturais, recicláveis e biodegradáveis, que contribuem para a fixação de carbono, para a produção de oxigénio, para a proteção da biodiversidade, para a formação de solo e para o combate às alterações climáticas.

A produção de pasta e papel por parte da The Navigator Company tem por base a utilização de florestas plantadas exclusivamente para este efeito. Todos os anos, os viveiros da Navigator dão vida a mais de 12 milhões de árvores. Estes viveiros – dos maiores da Europa – produzem mais de 130 espécies diferentes de árvores e arbustos. Muitas destas, ainda que não tendo viabilidade económica, são financiadas pela Companhia, para conservação da biodiversidade e para garantir a continuidade das espécies.

As florestas sob gestão da The Navigator Company em Portugal têm um stock de carbono, excluindo o carbono no solo, equivalente a 5,9 milhões de toneladas de CO<sub>2</sub>, valor que se mantém estável graças ao modelo de gestão sustentável seguido pela Empresa.

O Grupo desenvolve uma atividade florestal verticalmente integrada, com o seu próprio instituto de investigação florestal, e é responsável pela plantação de uma vasta área florestal em Portugal continental (1,2% da área do país), 100% certificada pelos sistemas FSC<sup>1</sup>® e PEFC<sup>2</sup>. A Companhia dispõe de uma capacidade de produção de 1,6 milhões de toneladas de papel, 1,6 milhões de toneladas de pasta, 130 mil toneladas de tissue e 2,5 TWh de energia renovável por ano. Em 2021, 66% (vs. 60% em 2020) da energia produzida pela Navigator nos seus quatro complexos industriais teve origem na biomassa, dando-lhe o papel de liderança no setor, com cerca de 35% do total do país utilizando este combustível ecológico e não fóssil.

Em novembro de 2021, a The Navigator Company lançou uma nova linha de produtos de packaging, através da nova marca gKraft, com o objetivo de contribuir para acelerar a transição do uso do plástico para a utilização de fibras naturais, sustentáveis, recicláveis e biodegradáveis, assumindo assim, e uma vez mais, o seu compromisso com a sustentabilidade e com a preservação do ambiente.

A Empresa é a terceira maior exportadora em Portugal e a maior geradora de Valor Acrescentado Nacional, representando aproximadamente 1% do PIB nacional, cerca de 2,4% das exportações nacionais de bens,

---

<sup>1</sup> FSC – Forest Stewardship Council® (Licença n.º FSC® – C010852)

<sup>2</sup> PEFC – Programme for the Endorsement of Forest Certification schemes (Licença n.º PEFC/13-23-001)

e mais de 30 mil empregos diretos, indiretos e induzidos. Em 2021, a The Navigator Company teve um volume de negócios de € 1,596 mil milhões. Mais de 90% dos produtos do Grupo são vendidos para fora de Portugal e têm por destino aproximadamente 130 países.

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 candidatado à componente da Descarbonização na Indústria do PRR, que permitirá atingir em final de 2026 as metas propostas inicialmente no Roteiro de Descarbonização para final de 2029.

Este compromisso é o culminar de uma estratégia de gestão responsável do negócio que, em 2022, foi distinguida pelo CDP (antes Carbon Disclosure Project, agora Disclosure Insight Action) com a classificação máxima "A" pela liderança mundial no combate às alterações climáticas. A The Navigator Company foi reconhecida pela sua atuação na redução de emissões, diminuição dos riscos climáticos e desenvolvimento de uma economia de baixo impacto de carbono. A Companhia viu ainda valorizado o seu desempenho na gestão florestal, com o CDP Forest a atribuir-lhe a classificação "A-", o que lhe garante uma posição de líder também nesta área. O CDP Forest avalia a robustez dos sistemas que a Empresa utiliza para rastrear e monitorizar a origem das suas matérias-primas, assentes na certificação do modelo de gestão das florestas sob sua responsabilidade e nas exigentes políticas de aquisição de madeira.

No final de 2022, a The Navigator Company recebeu a aprovação das suas metas de redução das emissões de gases com efeito de estufa por parte da Science Based Targets initiative (SBTi). Até 2035, a Empresa compromete-se a reduzir as emissões de gases com efeito de estufa nos âmbitos 1 e 2 (referentes às emissões libertadas para a atmosfera como resultado direto das suas operações e às emissões indiretas provenientes da energia elétrica adquirida para seu uso) em 63%, face a 2020. E em 37,5% as emissões de âmbito 3, que ocorrem na cadeia de valor. Estas metas alinham com critérios e metodologias de base científica que merecem reconhecimento internacional no âmbito da agenda global do clima, afirmando a liderança da Navigator em sustentabilidade.

Em 2022 a Companhia obteve também uma pontuação de 14,3 no ESG Risk Rating referente a 2021, voltando a posicionar-se entre as melhores empresas do mundo em matéria de sustentabilidade, sendo esta a melhor classificação obtida desde que começou a integrar as avaliações da Sustainalytics. Com esta classificação, a Navigator mantém-se na categoria "Low Risk", significando que apresenta um baixo risco para investidores, e ocupa o terceiro lugar, tanto no ranking das empresas do grupo de indústrias do "Papel e Floresta" – num total de 81 empresas globais que fazem parte deste cluster –, como no do subgrupo "Papel e Pasta", num total de 60 empresas a nível mundial.

**[www.thenavigatorcompany.com](http://www.thenavigatorcompany.com)**

**Para mais informações contactar, por favor:**

**Lift Consulting +351 21 466 65 00**

Tânia Nascimento – [tania.nascimento@lift.com.pt](mailto:tania.nascimento@lift.com.pt) | +351 915 292 914

Catarina Frazão – [catarina.frazao@lift.com.pt](mailto:catarina.frazao@lift.com.pt) | +351 91 844 80 87

Catarina Carneiro de Brito – [catarina.brito@lift.com.pt](mailto:catarina.brito@lift.com.pt) | +351 914 310 661