**PRESS RELEASE**31 de março de 2022

**A InPost S.A. publica os resultados do quatro trimestre de 2021, os resultados financeiros consolidados e o Relatório Integrado Anual.**

**O Grupo InPost obteve um forte desempenho financeiro a despeito das condições de mercado adversas. Em 2021, melhorou a sua quota de mercado e as margens na Polónia e continuou a avançar com a sua estratégia de automatizar as entregas de “última milha” na Europa com a aquisição da Mondial Relay.**

**A empresa acelerou investimentos na instalação de ‘lockers’ (cacifos) de forma a melhorar a proximidade e a conveniência, satisfação e maior intensidade de utilização e dos consumidores. Esta estratégia melhorou os rácios de crescimento para os parceiros de negócio, atuais e futuros, da InPost. O resultado foi um crescimento de 45,6% no volume de encomendas em 2021.**

**DESTAQUES do Ano Fiscal de 2021**

* A InPost concluiu a aquisição da Mondial Relay em 1 de julho. Isto tornou a InPost na maior solução europeia de entregas “out-of-home” para comércio eletrónico com 609 milhões de encomendas pro-forma[[1]](#footnote-2) entregues em 2021. A Mondial Relay serve uma grande base de consumidores domésticos europeus que está bem posicionada para beneficiar da automatização que já transformou o mercado polaco.
* Aceleração da instalação de ‘lockers’ em todos os mercados da InPost. O número total de ‘Automated Parcel Machines’ (APM) aumentou 66% face ao período homólogo, para 20.367, com um total de 2,6 milhões de ‘lockers’ instalados (+70% face ao ano anterior). Na Polónia, a InPost foi responsável por 90% dos novos ‘lockers’ instalados no mercado em 2021.
* A receita do grupo para o ano fiscal de 2021 aumentou em 82% para 4.602 milhões de zloty. Deste crescimento, 43 pontos percentuais vieram da aquisição da Mondial Relay. Ajudado por um crescimento da quota de mercado B2C na Polónia de 44% para 48%, o crescimento das receitas, excluindo a Mondial Relay, atingiu 39% em 2021.
* O EBITDA ajustado do grupo cresceu 63,7% em 2021 para 1.626 milhões de zloty. A aquisição da Mondial Relay foi responsável por 15,6 pontos percentuais deste crescimento, enquanto o resto da InPost contribuiu com um crescimento orgânico de EBITDA ajustado de 48,1% em 2021. A margem do EBITDA ajustado da InPost, excluindo a Mondial Relay, aumentou em 2021 em 230 pontos-base para 41,8%, enquanto a consolidação da Mondial Relay, que é um negócio com margens de negócio estruturalmente mais baixas, resultou numa diluição da margem reportada de 400 pontos-base, para 35,3%.
* As despesas de capital do grupo aumentaram em 74% YoY para 935,6 milhões de zloty, sobretudo devido à expansão dinâmica da rede de APM na Polónia e no Reino Unido, bem como ao investimento em infraestrutura de logística na Polónia. As despesas de capital na Polónia cresceram 41% YoY e foram responsáveis por 76% do total capex do grupo.
* O fluxo de caixa (“free cash flow”) após pagamentos de lease cresceu 73% YoY para 131,6 milhões de zloty.

**DESTAQUES do Quarto Trimestre de 2021**

* As receitas do Grupo InPost cresceram 96,9% no quarto trimestre (4T) de 2021 face ao período homólogo do ano anterior, para 1.677 de milhões de zloty. Destes, 73 pontos percentuais correspondem à aquisição da Mondial Relay, enquanto o crescimento da InPost excluindo a Mondial Relay foi de 23,9% no 4T.
* No 4T, o EBITDA ajustado cresceu 46,7% para 523,1 milhões de zloty com 29 pontos percentuais derivados da consolidação da Mondial Relay e 17,7% de crescimento orgânico EBITDA dos mercados InPost.

**DESTAQUES ESG**

* Os ‘lockers’ da InPost são já a solução mais sustentável e escalável para entregas de comércio eletrónico de última milha, do ponto de vista de emissões de CO2, utilização de combustível e segurança rodoviária. Em 2021, a InPost continuou a fazer avançar o seu compromisso ESG [Environmental, Social and Governance] para todos os seus acionistas. A InPost estabeleceu parcerias em 21 cidades-chave da Polónia como parte do programa “Green City”, e focou-se num conjunto de inovadoras iniciativas ambientais, incluindo a primeira solução de energia renovável para APMs na Polónia. A InPost recebeu quatro distinções ESG, assinou a carta das Nações Unidas Global Compact para a Polónia, e assumiu o compromisso para a neutralidade carbónica até 2040 de acordo com a metodologia SBTi [Science Based Targets initiative].

**PERSPETIVAS PARA 2022**

* A guerra na Ucrânia, os aumentos de preço de energia a ela associados e a aceleração de uma inflação já em crescimento apresenta desafios para 2022 quer pelo lado da procura como dos custos, trazendo consigo elevados níveis de incerteza relativamente à procura por parte dos consumidores bem como das condições de operação.
* A InPost espera crescer acima do mercado e todas as suas principais geografias, dada as suas vantagens estratégicas de conveniência e sustentabilidade, bem como vantagens de custos crescentes para as lojas no contexto de um ambiente altamente inflacionário. A pressão de custos mais elevados para as entregas porta-a-porta significam que a vantagem estrutural competitiva da InPost deverá alargar-se ainda mais, à medida a que espera continuar a ganhar quota de mercado.
* No entanto, com os ajustamentos de preços a não acompanharem o aumento dos custos, a pressão sobre as margens deverá materializar-se em 2022. A tendência relativa às despesas de capital irá refletir a oportunidade de melhorar a experiência dos consumidores franceses através da automação.

**AUDIO WEBCAST & RELATÓRIO ANUAL**

* Rafal Brzoska (fundador e CEO), Michael Rouse (CEO Internacional) e Adam Aleksandrowicz (CFO do grupo) irão dar estar numa videoconferência para analistas e investidores hoje, às 10h00 CET (quinta-feira, 31 de março de 2022) via <https://webcasting.brrmedia.co.uk/broadcast/6225e488969a0548ac0c34b1>
* A InPost publicou hoje o seu Relatório Anual Integrado de 2021 no seu website em [www.inpost.eu/investors](http://www.inpost.eu/investors)

**POLÓNIA: “APM MOAT” FORTE E COMPETITIVO & QUOTA DE MERCADO EM CRESCIMENTO**

* O crescimento na Polónia da InPost ultrapassou o mercado em todos os principais segmentos de clientes. Isto refletiu uma adoção ainda crescente por parte dos consumidores e um crescimento incremental positivo da cobertura adicional da população de APMs. Globalmente, a quota em volume da InPost B2C na Polónia aumentou significativamente em 2021.
* O volume das máquinas automáticas de encomendas da InPost aumentou 44% em 2021 contra 19% de crescimento do volume global do mercado de encomendas. Isto aumentou a quota de mercado B2C da InPost de 44% em 2020 para 48% em 2021. Os ganhos de quota de mercado continuaram no quarto trimestre, com os volumes de APM InPost a crescerem 25% no trimestre em relação ao crescimento do mercado, da ordem dos 15%.
* O crescimento das receitas APM para o ano fiscal de 2021 atingiu 44,6%, impulsionando o EBITDA ajustado do ano inteiro para 53% em relação a 2020. A margem EBITDA ajustada da InPost polaca aumentou significativamente, de 41,3% em 2020, para 46,1% em 2021.
* As 16.445 máquinas automáticas de encomendas InPost na Polónia têm, em média, mais ‘lockers’ do que as APM da concorrência. Em 2021, o número global de ‘lockers’ InPost na Polónia aumentou de 1,48 milhões para 2,41 milhões. Este aumento representou 90% de todas as adições líquidas de ‘lockers’ no mercado, deixando o InPost com 96% de todos os ‘lockers’ existentes na Polónia no final de 2021. Por volume de encomendas, a InPost estima que a sua quota de mercado em ‘lockers’ atingiu 98% em 2021.
* As APMs InPost estão agora a 7 minutos a pé para 56% da população polaca, contra 50% em 2021. A análise da empresa demonstra uma clara tendência dos consumidores para aumentar a intensidade da utilização à medida que a sua proximidade com os ‘lockers’ InPost melhora. Isto alimenta uma adoção comercial mais ampla e gera uma maior eficiência. O reforço desta vantagem competitiva ajudou a aumentar a base comercial da InPost na Polónia em 27% em 2021. A InPost tem agora mais de 38.000 parceiros comerciais a beneficiar da melhoria da eficiência e da elevada satisfação do cliente que a rede APM oferece.
* “NPS”, a medida de apreciação do cliente dos serviços de recolha em APM, melhorou novamente, atingindo um novo nível recorde de 75 na Polónia. Além disso, um estudo recente destacou que a InPost tem o serviço de entrega de última milha mais preferido pela grande maioria dos consumidores na Polónia. A nível internacional, os ‘lockers’ InPost já estão a alcançar um NPS muito forte, tanto por parte dos comerciantes como dos consumidores.
* A InPost tinha mais de 9,2 milhões de utilizadores ativos da sua app no final de 2021[[2]](#footnote-3), o que representa um aumento de 41% no ano. A aplicação móvel InPost tornou-se a segunda aplicação comercial mais descarregada na Polónia. Isto está a impulsionar o envolvimento dos utilizadores e a fidelidade à marca. A penetração da aplicação permite à InPost impulsionar inovações no serviço, incluindo a abertura remota de ‘lockers’, o redirecionamento de uma encomenda para um cacifo, o envio sem etiquetas e o seu novo serviço de mercearia, InPost Fresh.

**Rafal Brzoska, Fundador e CEO da InPost**

Em 2021, proporcionámos mais um forte ano de crescimento e expansão das margens na Polónia, graças à melhoria da utilização pelos consumidores à medida que a proximidade dos nossos ‘lockers’ aumentava. Continuamos a investir na melhoria da nossa melhor experiência de consumo para ajudar os nossos comerciantes a maximizar as suas vendas e a satisfação do cliente. Não é sem significado que hoje 56% da população da Polónia tem os nossos ‘lockers’ a uma distância de 7 min a pé da sua casa. Conseguimos mais ganhos de quota de mercado não só colocando 9x mais ‘lockers’ do que toda a nossa concorrência combinada em 2021, mas também através do nosso foco operacional e perícia como líder mundial em máquinas automatizadas de encomendas. Tenho o prazer de informar que a acumulação de utilização e as tendências de retorno das novas máquinas são mais fortes do que todos os coortes do ano anterior, com exceção do ano de 2020, afetado pelo Covid. Na Polónia, temos agora um total de 2,4 milhões de ‘lockers’, o que representa 96% de todos os ‘lockers’ de encomendas em todo o mercado. O “net promoter score” (NPS) do nosso serviço APM melhorou novamente, atingindo um novo nível recorde de 75. Um estudo recente destacou que temos o serviço de entrega de última milha mais preferido pelos consumidores na Polónia. O nosso objetivo é transferir essa elevada experiência do cliente para o nível pan-europeu, acelerada pela nossa aquisição da Mondial Relay.

**MONDIAL RELAY: TRANSFORMANDO A ‘ÚLTIMA MILHA’ DA EUROPA**

A aquisição de 513 milhões de euros da Mondial Relay, a principal empresa francesa de entrega de encomendas fora de casa para o comércio eletrónico (PUDO), foi anunciada em Março de 2021. Desde a conclusão em Julho, a InPost avançou significativamente na gestão e integração operacional, em linha com os planos iniciais. A empresa está agora concentrada em elevar substancialmente a experiência do consumidor do Mondial Relay, tanto através da rede existente de PUDO como através da automatização.

* A partir de uma base já elevada em 2020, os volumes de encomendas da Mondial Relay FY 2021 aumentaram 36%, levando a um crescimento de 29% de receitas numa base anual. O EBITDA ajustado pro-forma[[3]](#footnote-4) atingiu 404 milhões de zloty com uma margem de 17,7%.
* Em 2021, a Mondial Relay implantou mais de 300 máquinas de encomendas automáticas em França para além dos seus mais de 11.000 pontos PUDO existentes. Os resultados iniciais mostram uma forte adoção precoce da solução APM pelos consumidores franceses, com uma melhoria substancial dos tempos de recolha dos consumidores em relação ao PUDO.
* A empresa acelerou também os esforços para melhorar a densidade da rede logística, incluindo um novo centro logístico em Reau e o investimento na automatização da separação. Isto aumenta a capacidade de crescimento e permite uma redução significativa dos prazos de entrega. Juntamente com uma rede APM em crescimento, isto deverá permitir à Mondial Relay melhorar a sua oferta de produtos comerciais, melhorar a satisfação do cliente, e elevar a marca Mondial Relay.
* A Mondial Relay também está a fazer progressos significativos no pipeline para acelerar a implantação da rede APM. Em 2022, a empresa pretende lançar 2 a 3 mil novos APMs.
* Impulsionada por uma logística melhorada, por um melhor tempo de entrega e pela implementação do APM, a empresa continua no bom caminho para ver 100-150 milhões de euros de EBITDA incremental a médio prazo, tal como comunicado no momento da aquisição.

**PARCERIAS PAN-EUROPEIAS TRANSFRONTEIRIÇAS & DEMOGRAFIAS CHAVE**

As parcerias pan-europeias com grandes clientes europeus permitem a cooperação transfronteiriça e facilitam experiências uniformes dos consumidores em numerosos mercados, ao mesmo tempo que otimizam os custos dos comerciantes para o fluxo de volume transfronteiriço. A expansão de parcerias está no centro da estratégia europeia da InPost. Em 2021 a InPost acordou uma parceria de 5 anos em todos os seus mercados com a Vinted, o principal marketplace C2C. Isto não só proporcionará volume à medida que a empresa se expande internacionalmente, como também alinha a empresa com uma demografia jovem orientada para a sustentabilidade, que está no centro da base de consumidores de moda em segunda mão da Vinted. À medida que os consumidores Vinted em toda a Europa experimentam a conveniência da oferta InPost, é provável que não só se tornem consumidores leais durante toda a vida, mas também defensores de ‘lockers’ mais sustentáveis.  
  
**GANHOS SIGNIFICATIVOS NO RU COM OS PRINCIPAIS COMERCIANTES DE MODA**

O Reino Unido é o maior mercado europeu de comércio eletrónico, no valor de cerca de 113 mil milhões de libras esterlinas. Dentro deste, o setor da moda online, em rápido crescimento, tem elevados níveis de devoluções, o que é altamente ineficiente e dispendioso para os comerciantes. A proposta de cacifo da InPost, que é a primeira rede APM disponível para todas as lojas de comércio eletrónico, não só é muito económica para os comerciantes, como também oferece uma experiência de devolução muito mais simples para os seus clientes.  
Em 2021, a InPost estabeleceu relações em retornos sem etiquetas com Asos, Missguided, SuperDry, boohoo, JD Sports e muitos mais retalhistas. Isto permitiu à InPost oferecer serviços a milhões de consumidores.

* No Reino Unido, a empresa aumentou os volumes totais em 284% para 8,2 milhões de encomendas para o AF2021. As receitas do Reino Unido aumentaram 332% para 2021, e 304% no 4º trimestre de 2021 vs 4º trimestre de 2020.
* A InPost desenvolveu parcerias líderes de elevado tráfego com a Transport for London, Tesco, Morrisons, Lidl & WHSmith. A empresa acrescentou 2.016 novas APMs, elevando o total para 3.150. Para otimizar a proximidade do consumidor, estas APMs estão concentrados principalmente em Londres, Birmingham e Manchester.

Graças à força da InPost UK em termos de devoluções e C2C, a densidade crescente significa que as operações estão a aproximar-se de um nível de escala e adoção comercial que deverá levar o envolvimento dos consumidores a estender-se significativamente ao B2C.

**SUSTENTABILIDADE ‘best in class’ PARA INCORPORAR ESG EM TODA A EMPRESA**Em 2021, a InPost alinhou a estratégia da ESG com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, e tornou-se membro do Pacto Global das Nações Unidas. A estratégia ESG está a ser incorporada em todo o Grupo a todos os níveis. É uma componente chave do modelo empresarial InPost e incorpora tendências no comércio eletrónico, os riscos e oportunidades identificados pela empresa e áreas onde é necessária uma abordagem mais estruturada dos acionistas.  
  
A empresa comprometeu-se à neutralidade climática até 2040, de acordo com o SBTi, ao mesmo tempo que se comprometeu a ser neutra para o clima (Scope 1 e 2) até 2025.

* Dentro de 5 anos, a InPost pretende concluir totalmente o ciclo das matérias-primas nas suas próprias operações.
* A empresa assinou o ‘Global Compact’ das Nações Unidas para a Polónia. Após a conclusão da integração da Mondial Relay, esta estender-se-á a todos os mercados internacionais.
* A InPost está a partilhar mais amplamente a sua missão através do programa InPost Green City, que foi lançado em 2020 em 21 cidades da Polónia. A InPost está a liderar iniciativas para minimizar o seu impacto sobre o ambiente, por exemplo, através da transição para uma frota de veículos elétricos e da instalação de carregadores elétricos.
* A empresa também alcançou a sua primeira classificação ESG das agências de rating, colocando-a no 2º quartil entre os seus pares (com base na divulgação da classificação ISS).
* A InPost tem consciência de que o seu papel de liderança traz consigo uma grande responsabilidade social, especialmente neste difícil período geopolítico. A InPost tem vindo a organizar transporte gratuito para fornecer recursos na fronteira para ajudar os cidadãos ucranianos que estão a fugir da guerra. Também se associou a empresas para organizar abrigos e cuidados infantis para os refugiados ucranianos que fogem para a Polónia. A empresa lançou recentemente uma versão ucraniana da sua app para ajudar a facilitar a transição para os milhões de refugiados ucranianos que agora residem na Polónia.

**DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS CONSOLIDADOS 2021 E 4T**  
As receitas do Grupo no ano fiscal de 2021 aumentaram 82,0% para 4.602 milhões de zloty. Desse crescimento, 43 pontos percentuais foram provenientes da aquisição da Mondial Relay. A taxa de crescimento das receitas excluindo a Mondial Relay atingiu 39% em 2021.

* As receitas do Grupo InPost aumentaram 96,9% no quarto trimestre. Destes, 73 pontos percentuais vieram da aquisição da Mondial Relay, enquanto a taxa de crescimento das receitas da InPost, excluindo a Mondial Relay, foi de 23,9% no quarto trimestre.
* O EBITDA Ajustado do Grupo aumentou 63,7% em 2021 para 1.626 milhões de zloty. A aquisição da Mondial Relay representou 15,6 pontos percentuais deste crescimento enquanto o restante da InPost cresceu o EBITDA Ajustado 48,1% em 2021. No quarto trimestre, o crescimento do EBITDA Ajustado consolidado foi de 46,7% com 29 pontos percentuais impulsionado pela consolidação da Mondial Relay, e 17,7% de crescimento do EBITDA nos mercados InPost ‘legacy’.
* Com a aquisição da Mondial Relay, que tem margens inferiores, a margem EBITDA ajustada do grupo caiu de 39,3% para 35,3% para o ano completo de 2021. No 4º trimestre de 2020, a margem EBITA Ajustado foi de 41,9% sem a Mondial Relay, e esta caiu para 31,2% no 4º trimestre de 2021 com a consolidação da Mondial Relay. Excluindo a Mondial Relay, a margem EBITDA ajustada para InPost teria aumentado de 39,3% para 41,8% para o ano completo de 2021. No quarto trimestre de 2021, a margem EBITDA ajustada sem a Mondial Relay teria sido de 39,8% vs 41,9% no quarto trimestre de 2020. Este declínio deveu-se a volumes máximos mais fracos que reduziram o impacto positivo da alavancagem operacional.
* Com a implementação acelerada na Polónia e a expansão internacional, as Despesas de Capital aumentaram de 536 milhões de zloty para 936 milhões de zloty. Numa base reportada, as despesas de capital caíram de 21% das receitas em 2020 para 20% das receitas em 2021.
* Com apenas uma contribuição de um semestre da Mondial Relay no EBITDA Ajustado, a dívida líquida no final do ano para o EBITDA Ajustado é reportada em 3,3x. Incorporando o EBITDA Ajustado do ano 2021 para a Mondial Relay, este valor cairia para 2,9x. Esta dívida é de longa duração, enquanto a InPost mantém uma margem de manobra considerável no balanço para crescer organicamente de forma prudente, ao mesmo tempo que gere este tempo de incerteza macro e de taxas de juro.

**Rafal Brzoska, Fundador e CEO da InPost**

A guerra na Ucrânia, os picos de preços de energia associados e a aceleração da inflação já crescente trazem muitas dificuldades e desafios. Os desafios de custos que se nos deparam são muito claros para todas as empresas que entregam encomendas. No entanto, acredito que a diferenciação estrutural associada à nossa proposta de cacifo automático só se torna mais proeminente em tempos como estes. O fosso entre a entrega mais dispendiosa ao domicílio e a nossa proposta de cacifo automatizado irá sem dúvida aumentar neste ambiente inflacionário. Além disso, as sanções associadas à guerra tornaram o objetivo de reduzir o consumo de energia tanto socialmente urgente, como relevante do ponto de vista do custo comercial e do poder de compra do consumidor. Como os nossos ‘lockers’ automatizados têm uma eficiência energética superior e uma vantagem de custos, o nosso estatuto como a solução de última milha mais sustentável no comércio eletrónico irá acelerar ainda mais em 2022.  


**OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS para 2022**

Num 2022 desafiante, a InPost continuará a concentrar-se no crescimento sustentável, construindo sobre as relações existentes e alimentando novas oportunidades. Em 2022, as prioridades da empresa são:

* Alavancar a aceleração da sua expansão na Polónia e continuar a aumentar seletivamente a densidade da sua rede APM urbana, juntamente com a expansão rural. Isto manterá a diferenciação competitiva e facilitará uma maior utilização da crescente base de parceiros comerciais da InPost. A InPost espera que 2022 seja o ano de maior crescimento da sua quota de mercado, à medida que o cimento endurece ainda mais a sua posição de liderança no mercado polaco de encomendas B2C.
* Acelerar a transformação da Mondial Relay para uma experiência de cliente de primeira classe dentro da rede PUDO e deliciar os seus clientes com a simplicidade e comodidade das suas máquinas de encomendas automatizadas.
* Escalar prudentemente as operações no Reino Unido, visando a população jovem baseada na moda que se alinha com muitos dos seus parceiros comerciais. Consciente da prioridade de manter um equilíbrio forte nos tempos de volatilidade, a InPost continuará a ser altamente disciplinada com a expansão.
* Incorporar ainda mais a estratégia ESG em toda a empresa para se tornar não só um produto de primeira classe, mas também um negócio ESG de primeira classe.  
  **DESTAQUES FINANCEIROS DO ANO FISCAL 2021**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Milhões de zloty salvo indicação em contrário** | **12M 2021** | **12M 2020** | **YoY growth** |
| **Receitas** | **4,602.2** | **2,528.1** | **82.0%** |
| of which Poland | 3,453.4 | 2,510.4 | 37.6% |
| of which International (UK + IT) | 68.8 | 17.7 | 288.7% |
| of Mondial Relay | 1,080.0 | - | - |
| **EBITDA Ajustado** | **1,626.4** | **993.7** | **63.7%** |
| of which Poland | 1,592.2 | 1,037.8 | 53.4% |
| of which International (UK + IT) | (120.5) | (44.1) | - |
| of Mondial Relay | 154.7 | - | - |
| **Margem EBITDA Ajustada** | **35.3%** | **39.3%** | **-400bps** |
| Non-recurring items | (190.3) | (10.1) | 1784% |
| **EBITDA Operacional** | **1,436.1** | **983.6** | **46.0%** |
| D&A | (609.7) | (356.1) | 71.2% |
| **EBIT** | **826.4** | **627.5** | **31.7%** |
| Net financial cost | (113.6) | (164.4) | (30.9%) |
| **Lucros antes de impostos** | **712.8** | **463.1** | **53.9%** |
| Income tax | (221.5) | (111.6) | 98.5% |
| **Lucro líquido das operações continuadas** | **491.3** | **351.5** | **39.8%** |
| Earnings per share | 0.98 | 0.69 |  |

**DESAQUES FINANCEIROS 4T 2021**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Milhões de zloty salvo indicação em contrário** | **Q4 2021** | **Q4 2020** | **YoY growth** |
| **Receitas** | **1,677.0** | **851.6** | **96.9%** |
| of which Poland | 1,023.3 | 843.5 | 21.3% |
| of which International (UK + IT) | 31.6 | 8.1 | 290.1% |
| of Mondial Relay | 622.1 | - | - |
| **EBITDA Ajustado** | **523.1** | **356.5** | **46.7%** |
| of which Poland | 465.2 | 370.9 | 25.4% |
| of which International (UK + IT) | (45.6) | (14.4) | - |
| of Mondial Relay | 103.5 | - | - |
| **Margem EBITDA Ajustada** | **31.2%** | **41.9%** | **-1070bps** |
| Non-recurring items | (48.2) | (7.0) | 588.6% |
| **EBITDA Operacional** | **474.9** | **349.5** | **35.9%** |
| D&A | (201.0) | (113.7) | 76.8% |
| **EBIT** | **273.9** | **235.8** | **16.2%** |
| Net financial cost | (40.4) | (48.0) | (15.8%) |
| **Lucros antes de impostos** | **233.5** | **187.8** | **24.3%** |
| Income tax | (59.3) | (43.8) | 35.4% |
| **Lucro líquido das operações continuadas** | **174.2** | **144.0** | **21.0%** |
| Earnings per share | 0.35 | 0.29 | **-** |

**INFORMAÇÃO FINANCEIRA CONSOLIDADA**

Os quadros seguintes apresentam a informação financeira consolidada selecionada da InPost S.A a partir das datas e para o período indicado.

**Demonstração consolidada de ganhos ou perdas e outros rendimentos**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Milhões de zloty salvo indicação em contrário** | **12M 2021** | **12M 2020** |
| **Revenue** | **4,581.9** | **2,513.8** |
| **Other operating income** | **20.3** | **14.3** |
| Depreciation and amortisation | 609.7 | 356.1 |
| Raw materials and consumables | 89.2 | 43.5 |
| External services | 2,407.6 | 1,228.1 |
| Taxes and charges | 9.8 | 2.1 |
| Payroll | 493.1 | 200.5 |
| Social security and other benefits | 100.4 | 44.8 |
| Other expenses | 30.2 | 12.5 |
| Cost of goods and materials sold | 14.3 | 10.2 |
| Other operating expenses | 15.1 | 6.7 |
| Impairment gain/ (loss) on trade and other receivables | 6.4 | (3.9) |
| **Total operating expenses** | **3,775.8** | **1,900.6** |
| **Operating profit** | **826.4** | **627.5** |
| Finance income | 16.1 | 0.1 |
| Finance costs | 129.7 | 164.5 |
| **Profit before tax** | **712.8** | **463.1** |
| Income tax expenses | 221.5 | 111.6 |
| **Profit from continued operations** | **491.3** | **351.5** |
| **Profit (loss) from discontinued operations** | **0.3** | **(1.3)** |
| **Net profit** | **491.6** | **350.2** |
| **Other comprehensive income** |  |  |
| Exchange differences from the translation of foreign operations, net of tax – Item that may be reclassified to profit or loss | (31.0) | (0.4) |
| **Other comprehensive income, net of tax** | (31.0) | (0.4) |
| **Total comprehensive income[[4]](#footnote-5)** | **460.6** | **349.8** |
| **Net profit (loss) attributable to owners:** |  |  |
| From continued operations: | 491.3 | 351.5 |
| From discontinued operations: | 0.3 | (1.3) |
| **Total comprehensive income attributable to owners:** |  |  |
| From continued operations: | 454.6 | 357.3 |
| From discontinued operations: | 6.0 | (7.5) |
| **Basic/diluted earnings per share (in PLN)** | **0.98** | **0.69** |
| **Basic/diluted earnings per share (in PLN) – Continuing operations** | **0.98** | **0.69** |
| **Basic/diluted earnings per share (in PLN) – Discontinued operations** | **0.00** | **0.00** |

**Declaração consolidada da posição financeira**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Milhões de zloty salvo indicação em contrário** | **12M 2021** | **12M 2020** |
| **Non-current assets** | **5,831.0** | **1,825.5** |
| Goodwill | 1,434.3 | - |
| Intangible assets | 1,036.6 | 1,41.5 |
| Property, plant and equipment | 3,110.0 | 1,565.1 |
| Other receivables | 31.4 | 6.0 |
| Deferred tax assets | 157.8 | 112.1 |
| Other assets | 60.9 | 0.8 |
| **Current assets** | **1,461.9** | **655.3** |
| Inventory | 10.9 | 5.7 |
| Trade and other receivables | 927.1 | 434.7 |
| Income tax asset | 3.7 | 0.3 |
| Other assets | 27.0 | 70.4 |
| Cash and cash equivalents | 493.2 | 144.2 |
| **TOTAL ASSETS** | **7,292.9** | **2,480.8** |
|  |  |  |
| **Equity** |  |  |
| **Equity attributable to owners of InPost** | **(6.9)** | **638.1** |
| Share capital | 22.7 | 0.1 |
| Share premium | 35,122.4 | - |
| Share capital and share premium of combining entities | - | 686.8 |
| Retained earnings/ (accumulated losses) | 435.6 | (56.0) |
| Reserves | (35,587.6) | (7.2) |
| **Non-controlling interests** | **-** | **-** |
| Non-controlling interests | - | - |
| **Equity** | **(6.9)** | **638.1** |
| **Liabilities** |  |  |
| **Non-current liabilities** | **5,693.9** | **1,105.6** |
| Loans and borrowings | 4,545.8 | 743.4 |
| Employee benefits and other provisions | 33.2 | 14.0 |
| Government grants | 1.2 | 9.2 |
| Deferred tax liability | 278.6 | 35.0 |
| Other financial liabilities | 835.1 | 304.0 |
| **Current liabilities** | **1,605.9** | **737.1** |
| Trade payables and other payables | 785.7 | 292.3 |
| Loans and borrowings | 194.4 | 23.7 |
| Government grants | - | 4.2 |
| Current tax liabilities | 43.7 | 22.4 |
| Employee benefits and other provisions | 103.2 | 42.2 |
| Other financial liabilities | 357.7 | 232.7 |
| Other liabilities | 121.2 | 119.6 |
| **Total liabilities** | **7,299.8** | **1,842.7** |
| **TOTAL EQUITY AND LIABILITIES** | **7,292.9** | **2,480.8** |

**Demonstração consolidada dos fluxos de caixa**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Milhões de zloty salvo indicação em contrário** | **12M 2021** | **12M 2020** |
| **Net profit** | **491.6** | **350.2** |
| **Adjustments:** | **1,015.6** | **641.8** |
| Income tax expense | 221.5 | 111.6 |
| Financial (cost)/ income | 84.7 | 173.7 |
| Gain / (loss) on sale of property, plant and equipment | (2.6) | (7.6) |
| Depreciation and amortisation | 609.7 | 356.1 |
| Impairment losses | 7.1 | (2.1) |
| Grants | 2.7 | - |
| Group settled share-based payments | 92.5 | 10.1 |
| **Changes in working capital:** | **(14.2)** | **(73.1)** |
| Trade and other receivables | (166.2) | (228.0) |
| Inventories | (5.1) | (3.5) |
| Other assets | (6.5) | (2.5) |
| Trade payables and other payables | 164.2 | 45.6 |
| Employee benefits, provisions and contract liabilities | (2.1) | 25.9 |
| Other liabilities | 1.5 | 89.4 |
| **Cash generated from operating activities** | **1,493.0** | **918.9** |
| Interest and commissions paid | (150.0) | (74.7) |
| Income tax paid | (243.0) | (104.0) |
| **Net cash from operating activities** | **1,100.0** | **740.2** |
| **Cash flows from investing activities** |  |  |
| Purchase of property, plant and equipment | (849.6) | (483.7) |
| Purchase of intangible assets | (86.0) | (46.8) |
| Proceeds from finance leases | - | 3.9 |
| Acquisition of a subsidiary, net of cash acquired | (2,260.7) | - |
| **Net cash from investing activities** | **(3,196.3)** | **(526.6)** |
| **Cash flows from financing activities** |  |  |
| Proceeds from loans and borrowings | 1,949.8 | 84.9 |
| Repayment of the principal portion of loans and borrowings | (658.9) | (8.8) |
| Proceeds from bonds | 2,715.2 | - |
| Payment of principal portion of the lease liability | (302.0) | (204.2) |
| Payment to shareholders | (1,238.1) | (73.1) |
| Government grants return | (18.7) | - |
| Proceeds from the capital increases | - | 18.0 |
| **Net cash from financing activities** | **2,447.3** | **(183.2)** |
| **Net increase/(decrease) in cash and cash equivalents** | **351.0** | **30.4** |
| Cash and cash equivalents at 1 January | 144.2 | 113.0 |
| Effect of movements in exchange rates on cash held | (2.0) | 0.8 |
| Cash and cash equivalents at December 31 | 493.2 | 144.2 |

**Sobre a InPost S.A.**

A InPost (Euronext Amsterdam: INPST) é a principal plataforma de suporte para comércio eletrónico fora de casa na Europa. Fundada em 1999 por Rafal Brzoska na Polónia, a InPost fornece serviços de entrega através da sua rede de mais de 20.367 máquinas automáticas de encomendas (“APMs”), incluindo mais de 3.609 no Reino Unido e Itália, bem como serviços de correio e encomendas para lojas de comércio eletrónico. Estrategicamente posicionada no mercado do comércio eletrónico em rápido crescimento, a estratégia da InPost é ainda reforçada pelos seus investimentos em tecnologia, bem como pelos benefícios do efeito “flywheel” que proporcionam aos consumidores, comerciantes e ao planeta a melhor forma de entrega de última milha, de menor custo, mais conveniente e sustentável. Através dos seus serviços de entrega, a InPost está a criar uma solução mais ecológica para o comércio eletrónico, uma vez que as entregas APM reduzem as emissões de CO2 até dois terços em comparação com as entregas porta-a-porta nas zonas urbanas, e até 90% nas zonas rurais, e reduzem significativamente o tráfego e a poluição sonora.

Nos doze meses até 31 de Dezembro de 2021, InPost tratou 518 milhões de entregas de encomendas (609 milhões pro-forma) através das suas redes na Polónia, França, Reino Unido, Itália, Benelux e Península Ibérica, gerando 4.602 milhões de zloty de receitas e outros proveitos operacionais e 1.626 milhões de zloty de EBITDA ajustado.

Em Julho de 2021, a InPost concluiu com sucesso a aquisição da Mondial Relay para criar a solução automatizada líder da Europa para o comércio eletrónico fora de casa.

**Declaração de exoneração de responsabilidade**

Este comunicado de imprensa contém informações internas relacionadas com a Empresa no contexto do artigo 7(1) do Regulamento de Abuso de Mercado da UE.

Este comunicado de imprensa contém declarações sobre o futuro. Para além dos resultados financeiros comunicados e da informação histórica, todas as declarações incluídas neste comunicado de imprensa incluindo, sem limitação, as relativas à nossa posição financeira, estratégia empresarial e planos e objetivos de gestão para operações futuras são, ou podem ser consideradas, declarações prospetivas que refletem os pontos de vista atuais da Empresa com respeito a eventos futuros e desempenho financeiro e operacional. Estas declarações prospetivas podem ser identificadas pela utilização de terminologia prospetiva, incluindo os termos ''acredita'', ''estima'', ''planeia'', ''projeta'', ''antecipa'', ''espera'', ''pretende'', ''poderá'', ''irá'' ou ''deverá'' ou, em cada caso, as suas variações negativas ou outras variações ou terminologia comparável, ou por discussões de estratégia, planos, objetivos, metas, eventos ou intenções futuras. Estas declarações prospetivas baseiam-se nas crenças, pressupostos e expectativas da Empresa relativamente a eventos futuros e tendências que afetam o desempenho futuro da Empresa, tendo em conta toda a informação atualmente disponível para a Empresa, e não constituem garantias de desempenho futuro. Pela sua natureza, as declarações prospetivas envolvem riscos e incertezas porque se relacionam com eventos e dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer no futuro, e a Empresa não pode garantir a exatidão e exaustividade das declarações prospetivas. Uma série de fatores importantes, nem todos conhecidos da Empresa ou que estão sob o seu controlo, podem fazer com que os resultados reais ou os resultados sejam materialmente diferentes daqueles expressos em qualquer declaração prospetiva em resultado dos riscos e incertezas com que a Empresa se depara. Os leitores são advertidos a não depositar confiança indevida nestas declarações prospetivas, que falam apenas a partir da data deste comunicado de imprensa e estão sujeitas a alterações sem aviso prévio. Para além do exigido pela lei aplicável ou pelas regras aplicáveis de qualquer bolsa de valores em que os nossos valores mobiliários possam ser negociados, não temos qualquer intenção ou obrigação de atualizar declarações relativas ao futuro.

Os resultados financeiros comunicados são apresentados em Zloty polaco (PLN) e todos os valores são arredondados para o milhão mais próximo, salvo indicação em contrário. Como consequência, os montantes arredondados podem não somar o total arredondado em todos os casos.

**InPost S.A.**

Mike Harris, Investor Relations  
[mharris@inpost.eu](mailto:mharris@inpost.eu)

Wojciech Kądziołka, Spokesman

wkadziolka@inpost.pl

+48 725 25 09 85

1. Pró-forma incluindo volumes da Mondial Relay para o período de jan-jun antes da InPost assumir o controlo da Mondial Relay. [↑](#footnote-ref-2)
2. De acordo com a Gemius, https://www.gemius.pl/reklamodawcy-aktualnosci/wyniki-badania-mediapanel-za-grudzien-2021.html [↑](#footnote-ref-3)
3. Para o ano completo de 2021, incluindo resultados não consolidados para os 6 meses terminados a 30 de Junho de 2021. [↑](#footnote-ref-4)
4. O lucro líquido do período e o rendimento total abrangente é atribuível apenas aos proprietários.. [↑](#footnote-ref-5)