



Vamos mais longe na *Ambição*

Negócios à distância de um envio

Com produtos e serviços que respondem às necessidades dos seus clientes, somos o maior aliado não só das pessoas como dos negócios.

Vamos mais longe para estar mais perto.



03

Negócios
CTT



03 Negócios CTT

Os rendimentos do correio publicitário não endereçado aumentaram 1,1M€.

Aumento +15,7%

3.1. Correio

Os **rendimentos operacionais de Correio** no 4º trimestre de 2019 ficaram praticamente em linha com o período homólogo de 2018 (-0,2%), totalizando 125,7 M€. Em 2019 situaram-se em 484,6 M€ refletindo uma redução de 10,5 M€ (-2,1%) face a 2018.

Esta redução resulta fundamentalmente do efeito conjugado da queda dos rendimentos do **correio endereçado** em 9,5 M€ (-2,1%) e da **filatelia** em 1,4 M€ (-17,3%), atenuado pelo forte crescimento dos rendimentos do **correio internacional de chegada** de 7,6 M€ (+20,4%) e do **correio internacional de saída** de 3,9 M€ (+9,3%) que foi influenciado positivamente

pelos envios associados ao processo das eleições legislativas no 3º trimestre de 2019 (+5,3 M€).

Os rendimentos do **correio publicitário não endereçado** aumentaram 1,1M€ (+15,7%), fruto dos ganhos de quota de mercado, e as **soluções empresariais** 0,7 M€ (+7,4%) com a diversificação da oferta, em especial nos serviços geográficos.

A evolução do tráfego do **correio transaccional** (-8,5%) continuou a ser afetada negativamente pelo decréscimo do tráfego de **correio normal nacional** que apresentou uma queda de 42,6 milhões de

Tráfego de correio

Milhões de objetos	4T18	4T19	Δ	'18	'19	Δ
Transaccional	140,6	130,1	-7,5%	585,8	536,0	-8,5%
Publicitário	14,7	12,6	-14,0%	57,8	48,2	-16,5%
Editorial	9,7	9,3	-3,6%	37,2	34,8	-6,5%
Total endereçado	165,0	152,1	-7,8%	680,7	619,0	-9,1%
Publicitário não endereçado	110,5	144,9	31,1%	427,3	521,4	22,0%

objetos (-9,5%) sobretudo nos setores da banca e seguros, das telecomunicações e do Estado, mas também pelo **correio azul** cujo tráfego diminuiu em 8,2 milhões de objetos (-31,2%). O tráfego de **correio verde** cresceu 1,5 milhões de objetos (+39,8%) representando alguma substituição de produtos, após descontinuidade da linha de pré-pagos de correio registado e de correio azul.

A tendência de queda do tráfego de **correio publicitário endereçado** abrandou no 2º semestre (-12,1%) face ao 1º semestre (-20,4%), atingindo em 2019 uma queda de -16,5% (-14,9% nos rendimentos). A implementação do novo Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD), a desmaterialização de processos e os novos modelos de negócio e de objetos de comunicação e marketing para outras soluções publicitárias impactaram o comportamento deste produto ao longo do ano.

O tráfego de **correio publicitário não endereçado** prosseguiu uma dinâmica de aceleração no 4º trimestre de 2019 (+31,1%), o que compara com 5,9%, 18,5% e 31,4% nos 1º, 2º e 3º trimestres respetivamente, consolidando o crescimento em 2019 (+22,0%) e possibilitando um incremento nos rendimentos de 1,1M€ (+15,7%). Para o crescimento desta linha de negócio contribuíram sobretudo a conquista de novos clientes, assim como as eleições europeias e legislativas (*infomail*).

O negócio do **retalho**, excluindo o efeito dos rendimentos do *Phone-Ix* em 2018 (0,6 M€) cuja atividade cessou em 31 de dezembro de 2018, cresceu 0,1M€ (+1,0%). Para isso contribuiu o crescimento da venda de lotaria, novas parcerias que possibilitaram o alargamento da oferta de telecomunicações e a dinamização de novos modelos de negócio suportados na cedência de espaço e comunicação nas lojas CTT.

Acessibilidade

Enquanto prestador do Serviço Postal Universal, a atividade dos CTT tem uma natureza intrinsecamente social. Por definição, todos os residentes no país são potenciais clientes, enquanto agentes ativos ou passivos (destinatários de correspondências).

Com cerca de 78 mil clientes/dia nas lojas CTT e uma média diária de um objeto postal endereçado distribuído por agregado familiar, a acessibilidade é uma das suas marcas distintivas. A empresa disponibiliza a maior rede de contacto a nível nacional, atuando como um elemento estruturante e determinante para a coesão social do território nacional.

No final do ano a rede de contacto com o público era composta por 2 370 pontos de acesso, integrando

539 lojas CTT e 1831 postos de correio, e ainda 4 660 percursos de carteiros, que garantem a disponibilidade e acessibilidade do serviço do atendimento e distribuição, afirmando-se como uma plataforma de conveniência e multiserviço.

Complementarmente, a rede dispunha de 1933 postos de vendas de selos e de 117 máquinas automáticas de venda de selos e 14 máquinas automáticas de venda de produtos postais. A rede de marcos e caixas de correio era constituída por 10 731 equipamentos, localizados em 9 619 pontos geográficos a nível nacional. Além destes, existem ainda 4 821 agentes Payshop.

O dimensionamento da rede postal é determinado por dois fatores críticos: a capacidade de gerar negócio e as obrigações de prestação do referido serviço público de carácter universal. Este serviço universal significa que os CTT são um operador que se compromete a prestar serviço em todo o território, de forma permanente, nos lugares mais recônditos, sem exceções e ao mesmo preço.

Esta realidade gera objetivos conflitantes entre a manutenção da sustentabilidade económica da empresa e a sua ação de responsabilidade social para com a comunidade envolvente, com os inerentes custos. Neste contexto e quando necessário os CTT estabeleceram soluções com parceiros locais, preferencialmente Juntas de Freguesia, preservando desta forma a relação de proximidade e confiança que os CTT têm mantido com os clientes e população e assegurando a qualidade de serviço.

Qualquer alteração e impacto na comunidade de eventuais alterações do modelo operacional são analisadas internamente, baseados em informação recolhida no local por agentes internos e externos, de modo a garantir a satisfação da população.

Conforme previsto no Contrato de Concessão, definiram-se para o triénio 2018/2020 objetivos de densidade da rede postal que consideram fatores como a distância a percorrer pelos clientes para acederem ao ponto de acesso mais próximo, ponderando a natureza urbana ou rural das áreas geográficas, bem como a acessibilidade dos cidadãos aos vários serviços de correio e aos horários em que o podem fazer. O integral cumprimento dos objetivos definidos reforça a intenção da Empresa em manter uma rede de proximidade e de conveniência junto dos clientes e da população em geral.

Em termos europeus e com base nos dados disponíveis, os CTT continuam a revelar um bom nível de penetração dos serviços postais, com uma densidade de cobertura postal idêntica à média comunitária.

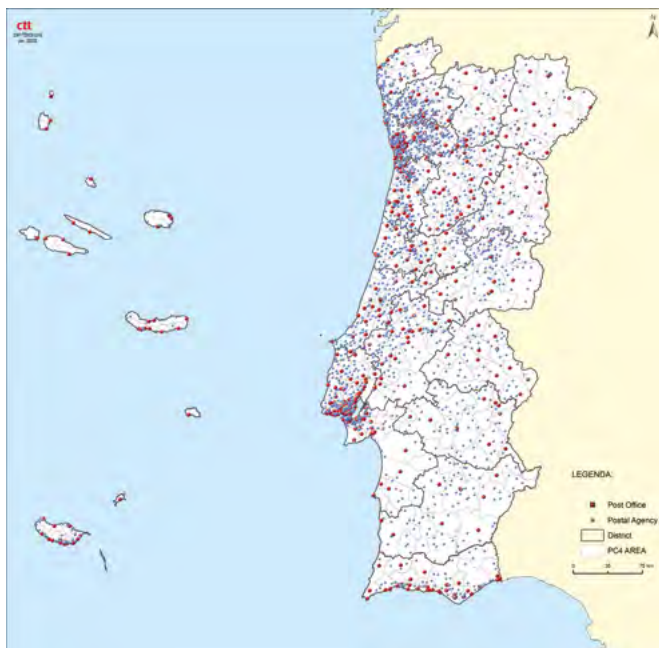
Densidade e cobertura postal
Habitantes por estabelecimento postal

	'15	'16	'17	'18	'19
Média UE	4 389	4 605	5 167	4 989	n.d.
Portugal	4 444	4 413	4 350	4 314	4 338

Km² por estabelecimento postal

	'15	'16	'17	'18	'19
Média UE	38	40	45	43	n.d.
Portugal	40	39	39	39	39

Fonte: UPU
 Nota: Considerados os estabelecimentos postais fixos.



Rede de lojas e postos de correio



Rede de centros de distribuição postal

No domínio da acessibilidade das pessoas com deficiência física, a empresa continuou a fazer obras de modernização e remodelação, no valor de 82 473 €. As tipologias de acessibilidades que têm vindo a ser construídas incluem rampas de acesso, interiores ou exteriores, plataformas elevatórias, rampas amovíveis, rampeamento em espaço público junto à entrada da loja, alteração de fachadas com abertura de porta em alçados laterais, ou outras. Assim, cerca de 95% do total das lojas apresentam atualmente condições de acessibilidade melhorada.

Portefólio eco

Os CTT têm vindo a constatar uma adesão continuada por parte dos seus clientes ao uso dos produtos de correio amigos do ambiente, que são muitas vezes também um elemento de comunicação, dada a sensibilidade dos clientes a estes argumentos, contribuindo assim para a melhoria da imagem da Empresa junto do público. Desde o seu lançamento em 2010, as vendas totais da gama de produtos eco CTT representam uma receita aproximada de 108 milhões de euros, em grande medida

impulsionadas pela visibilidade dos seus atributos ambientais e carbónicos.

O correio verde é uma oferta 100% ecológica, que aposta na componente ambiental e garante a neutralidade carbónica dos seus produtos, sem custos adicionais para os clientes. Em 2019 houve um aumento, quer nas receitas quer no tráfego, contabilizando cerca de 5,9 milhões de objetos vendidos, um aumento de 36% face ao ano anterior. Em média, por cada objeto de Correio Verde entregue pelos CTT são emitidas 53,5 gramas de CO₂.

A gama de serviços de marketing direto eco fornece um símbolo distintivo para as campanhas que se destacam positivamente pelo seu desempenho ambiental, mediante o cumprimento de vários critérios ecológicos. Esta medida visou projetar a utilização do canal correio com mérito ecológico, através da utilização de matérias-primas ecológicas, processos de produção responsáveis e gestão adequada do final de ciclo de vida. Em 2019 a gama eco manteve seu peso relativo (43%) no tráfego nacional do direct mail, com cerca de 20,8 milhões de objetos.

Os CTT procedem à neutralização carbónica do correio verde através do apoio a dois projetos, um nacional e outro internacional. O processo de votação ocorrido em 2018 e válido por dois anos, teve como resultado, o projeto nacional “Criar Bosques” que promove a

plantação de espécies autóctones, árvores e arbustos originais da flora portuguesa e o projeto internacional que promove a utilização de biomassa renovável, através de uma unidade para a produção de tijolos e de outros materiais de construção, no nordeste do Brasil.

Filatelia

Em 2019 a filatelia gerou rendimentos de 6,7 M€, -1,4 M€ (-17,3%) do que o registado em 2018. Espera-se uma recuperação em 2020 com a celebração dos 500 Anos do Correio em Portugal e com diversas iniciativas filatélicas associadas a este evento.

Durante o ano os CTT foram galardoados com dois prémios filatélicos: o prémio ASIAGO de Arte Filatélica para a emissão “Europa 2018 – Pontes”, e o Prémio *Graphis Gold* para a emissão “250 Anos da Imprensa Nacional”.

Foram várias as emissões com inovações, de destacar: (i) a emissão “Europa – Aves Nacionais” que, fazendo uso da Realidade Aumentada, permite ouvir o chilrear das aves, (ii) a emissão “150 Anos do Nascimento de Mahatma Gandhi” produzida em *khadi*, o tecido artesanal de fibra natural que Mahatma Gandhi fiava na sua *charkha* e usava para se vestir, sendo Portugal e a Índia os únicos países do mundo que o utilizaram na impressão de selos, e (iii) a emissão de Natal que, pela primeira vez no mundo, integrou uma luz LED.

Acontecimentos nacionais e internacionais 2019



Emissões Comemorativas 2019

- Portugal China – 40 Anos de Relações Diplomáticas
- Vultos da História e da Cultura
- 150 Anos da Abolição da Escravatura em Portugal
- 200 Anos do Nascimento de D. Maria II
- 700 Anos da Fundação de Ordem de Cristo
- Evocação de Calouste Sarkis Gulbenkian
- Grande Prémio Aga Khan da Música
- Museus Centenários de Portugal (1ª série)
- 100 Anos da Organização Internacional do Trabalho
- 100 Anos do Eclipse de Einstein
- 600 Anos do Descobrimento do Arquipélago da Madeira
- Figuras Mundiais da História e da Cultura
- Ano Internacional da Tabela Periódica
- Evocação de Artur de Sousa
- 500 Anos da Viagem de Circum-Navegação da Terra (conj. com Espanha)
- 40 Anos do Serviço Nacional de Saúde
- 20 Anos de Harry Potter em Portugal
- 150 Anos do Nascimento de Mahatma Gandhi
- 500 Anos do Correio (4ª série)
- Evocação da Criação da ANACOM
- Arcebispos de Braga (3ª série)
- A Revolução Liberal de 1820
- Emissão de Natal 2019
- 600 Anos da Crónica de Portugal 1419
- Bíblia de Almeida: edição integral 1819–2019

Ambiente e Sustentabilidade

Emissões Comemorativas 2019

- Raças Autóctones de Portugal (2ª série)
- Emissão Europa – Aves Nacionais
- O Chá (Açores)
- Trajes Típicos do Mediterrâneo (EuroMed)
- 100 Anos da Criação da Direção Geral da Pecuária

Autoadesivos


- Doces Tradicionais de Portugal (3ª série)
- *Booklet* Grande Lisboa/Centro
- *Booklet* Alentejo/Algarve

Edições 2019

- D. Maria II – Uma mulher entre a Família e a Política
- 100 Anos do Eclipse Solar de Einstein
- Museus Centenários de Portugal I
- A Revolução Liberal de 1820
- O Meu Álbum de Selos 2019
- Portugal em Selos 2019

Poderá descobrir mais sobre os planos de emissões filatélicas dos CTT em:
<https://www.ctt.pt/particulares/filatelia/plano-emissoes/>

3.2. Expresso e Encomendas

Os **rendimentos operacionais de Expresso e Encomendas** atingiram 152,4 M€ em 2019, +3,5 M€ (+2,4%) do que em 2018.

Os **rendimentos em Portugal** situaram-se em 98,2 M€, +7,4% do que no ano anterior. A performance do negócio em Portugal resultou sobretudo do **CEP** que ascendeu a 75,0 M€ (+10,7%), da banca que atingiu 6,7 M€ (+5,3%) e da logística que registou 3,1 M€ (+1,5%). O negócio da carga atingiu 12,4 M€ (-2,8%).

O tráfego em Portugal totalizou 22,0 milhões de objetos, +11,2% do que em 2018. O negócio **CEP** registou uma melhoria sustentada da sua performance durante o ano, tendo o tráfego atingido crescimentos de +1,4%, +3,7%, +13,3% e +22,0% entre o 1º e o 4º trimestre. O tráfego de **carga** também teve uma evolução positiva durante o ano de 2019, atingindo um crescimento de 15,8% no 4º trimestre de 2019, traduzindo-se num crescimento de 14,9% em 2019. Este desempenho foi alavancado por um conjunto de angariações de clientes relevantes, quer no segmento B2B e B2C (*e-commerce*), e de um bom desempenho no negócio internacional.

Os CTT continuaram a sua estratégia de desenvolvimento do mercado B2C em Portugal e da promoção dos *e-sellers* portugueses com o lançamento do Marketplace Dott e da plataforma de *e-fulfilment* “CTT Logística”.

O marketplace **Dott** foi lançado comercialmente em maio através de uma parceria entre os CTT e a Sonae. No final de 2019 estavam presentes nesta plataforma 663 vendedores (um aumento de 103 no 4º trimestre) e disponíveis mais de 1,5 milhões de produtos. Em 2019 totalizaram-se cerca de 50 mil utilizadores registados (um aumento de 29 mil no 4º trimestre).

No final de 2019 os CTT lançaram no mercado o “CTT Logística”, que é mais uma solução para promover o desenvolvimento do *e-commerce* em Portugal, particularmente para as PME portuguesas que pretendam iniciar ou desenvolver a sua presença digital. Esta solução disponibiliza uma plataforma de *fulfilment* integral, desde a criação do catálogo de produtos, armazenagem, preparação de encomendas e distribuição ao consumidor final, permitindo que os clientes se foquem no desenvolvimento e venda dos seus produtos.



Os **rendimentos em Espanha** situaram-se em 51,8 M€, -3,7 M€ (-6,8%) do que no ano anterior, fundamentalmente devido à diminuição do tráfego em 9,8%, muito influenciado pela perda de um dos maiores clientes. Excluindo o impacto desse grande cliente, a evolução dos rendimentos e do tráfego no ano teria sido de +8,8% e +7,0%, respetivamente.

Em 20 de dezembro de 2019 a Tourline foi integrada na empresa CTT Expresso como uma sucursal em Espanha. A empresa tem uma nova equipa de gestão em Espanha que está focada em melhorar o seu modelo operativo, para garantir mais eficiência e melhor qualidade de serviço, num mercado onde o *e-commerce* é cada vez mais representativo, e retomar o crescimento para garantir escala e rentabilidade, posicionando-se como um operador de referência ibérico, especialmente nos fluxos transfronteiriços.

Os **rendimentos em Moçambique** registaram no 4º trimestre de 2019 uma aceleração (+40,4%), confirmando a tendência já verificada no 3º trimestre (+40,8%) e que compara com uma performance anterior no 1º semestre de 4,2%. Com esta aceleração a operação de Moçambique conseguiu fechar 2019 com um crescimento de 23,0% face a 2018.

Os negócios CEP e da banca contribuíram positivamente para este crescimento, suportados na captação de novos negócios da área da Saúde (recolha de amostras biológicas).

Portefólio eco

Em 2019, os CTT voltaram a colocar a seleção dos projetos para compensação integral da oferta de Expresso à votação do público, através do *website* CTT (www.ctt.pt). As emissões produzidas ao longo da cadeia de valor, que não são possíveis evitar, são integralmente compensadas através do apoio de dois projetos, com benefícios ambientais (combate às alterações climáticas e da conservação da biodiversidade) e sociais (apoio à geração de emprego e à melhoria da qualidade de vida das comunidades locais). Os projetos vencedores foram, o projeto nacional “Conservação dos organismos fluviais”, que visa preservar algumas das espécies de peixes de água doce mais ameaçadas no nosso país, promovendo ações de reprodução destas espécies e medidas de conservação do seu habitat para depois as devolver ao meio natural e o projeto internacional “Bandeira e Capelli” que promove a utilização de biomassa renovável para a produção de tijolos, telhas e produtos estruturais cerâmicos, vendidos no



mercado local por duas fábricas de cerâmica situadas no estado de Alagoas. Esta iniciativa dá resposta a expectativas dos nossos *stakeholders* e permite-lhes participar ativamente no processo de decisão.

A oferta expresso representa 15,1% da receita total da Empresa.

3.3. Banco CTT

Os **rendimentos do Banco CTT** atingiram 62,9 M€ em 2019, um crescimento de 29,3 M€ (+87,2%) face ao ano anterior. Para estes rendimentos contribuíram 21,0 M€ da 321 Crédito, adquirida em maio de 2019. Excluindo o efeito inorgânico da aquisição da 321 Crédito, os rendimentos ascenderam a 41,9 M€, +8,3 M€ (+24,5%) do que em 2018.

O crescimento dos rendimentos, excluindo os da 321 Crédito, contou com a boa performance conseguida no aumento da margem financeira (+4,9 M€; +61,8%), registando no 4º trimestre de 2019 um crescimento de 53,6% face ao período homólogo. As comissões recebidas cresceram 79,3% em 2019, devido ao crescimento do volume de colocação do produto

PPR em parceria com seguradora Zurich (+331,0 M€), assim como da transacionalidade dos clientes e do crédito ao consumo.

De destacar a performance operacional do Banco CTT que permitiu um crescimento de contas abertas para 461 mil contas (+113 mil que no final de 2018) que evidencia a forte capacidade de angariação de mais de 450 contas/dia, a par com a continuação do crescimento dos depósitos de clientes para 1283,6 M€ (+45,2%) e do crescimento da carteira de crédito habitação líquida de imparidades para 405,1M€ (+69,9%). Com a aquisição da 321 Crédito, o Banco CTT conseguiu impulsionar estruturalmente o rácio de transformação da sua carteira de crédito de 28,1% em dezembro de 2018 para 69,0% em dezembro de 2019, através da incorporação de 479,6 M€ na sua carteira de crédito a clientes, a par com o crescimento sustentado do crédito hipotecário.

Na área de crédito especializado, destacamos a performance operacional com a produção a apresentar nos 12 meses de 2019 valores superiores a 200 M€ de crédito auto, representando uma quota de mercado de cerca de 11,8% no segmento de crédito auto usados.

A área de pagamentos registou em 2019 um decréscimo das comissões recebidas de 0,6 M€ (-2,9%) face ao ano anterior, com rendimentos totais

de 20,1M€. Apesar de se verificar um decréscimo dos produtos de pagamentos, salienta-se o crescimento de 85,8% nos produtos de bilhética pela angariação de novos contratos em 2019 e pelo lançamento de um novo serviço no início de dezembro de 2019 que permite o pagamento de produtos com referências através de MBSPOT na rede Payshop, alargando a oferta aos clientes B2B e criando maior conveniência e opções aos utilizadores da rede.

3.4. Serviços Financeiros

Os **rendimentos operacionais dos Serviços Financeiros** atingiram 34,1M€ em 2019, um crescimento de 7,3M€ (+27,2%) face a 2018.

Os produtos de **Poupança e Seguros** contribuíram com 26,9M€ para os rendimentos operacionais, um aumento de 42,1% face ao ano anterior. Destes, os **Títulos de Dívida Pública** (Certificados de Aforro e Certificados do Tesouro Poupança Crescimento) representaram 25,3M€ (+47,0% do que em 2018), atingindo os 3 912,1M€ de subscrições, +51,9% do que o volume registado em 2018. A remuneração paga pelo IGCP - Agência de Gestão da Tesouraria e da Dívida Pública à Empresa irá diminuir em 2020, variando consoante o volume de vendas.

A robusta performance dos produtos de **Poupança e Seguros** mais que compensou a evolução dos rendimentos de **Pagamentos** (+1,7%) e de **Vales** (-8,6%).

3.5. Perspetivas futuras

Salvo os impactos que resultarem da crise associada à pandemia em curso, ainda de difícil estimativa, os CTT, sustentados por desenvolvimentos orgânicos das alavancas de crescimento e pelo contributo da 321 Crédito, deverão apresentar um crescimento entre 4% e 6% dos rendimentos operacionais, o que em conjunto com a implementação de medidas de eficiência se deverá traduzir num crescimento de um dígito elevado do EBIT e num EBITDA igual ou superior a 110M€ em 2020.

O volume do correio endereçado deverá registar uma queda entre 6% e 8% enquanto que para o negócio de Expresso & Encomendas em Portugal é projetado um crescimento de dois dígitos. Para fazer face a esse crescimento e apoiar a operação em geral, os CTT preveem um investimento de 40M€, com vista a aumentar a automatização e eliminar constrangimentos na capacidade de tratamento na área de negócio de Expresso & Encomendas.

No que se refere ao dividendo relativo ao exercício de 2019, o Conselho de Administração irá propor uma remuneração acionista de 0,11€ por ação, um incremento de 10% relativamente ao ano anterior, pagável em maio de 2020.

Os CTT anunciam formalmente a sua intenção de ser o novo concessionário do Serviço Universal, de um contrato de concessão mais sustentável.