

ctt
↑

@

03

Negócios CTT



- 3.1 Correio
- 3.2 Expresso e Encomendas
- 3.3 Banco CTT
- 3.4 Serviços Financeiros
- 3.5 Perspetivas futuras

Um futuro para o E-commerce

3. NEGÓCIOS CTT

3.1 Correio

GRI 102-2, GRI 201-1

Os **rendimentos operacionais de Correio** atingiram 440,3 M€ em 2021, o que se traduziu num crescimento de 17,4 M€ (+4,1%) em relação a 2020.

O crescimento, face a 2020, verificado nesta área de negócio resultou essencialmente: (i) do contributo muito positivo do segmento de **soluções empresariais** (+13,1 M€; +82,8%), após consolidar quatro meses de atividade da nova Empresa NewSpring Services (+8,0 M€) e pelo crescimento de 5,1 M€ do negócio base de soluções empresariais, em grande medida devido a uma receita relacionada com um projeto de venda de computadores no 4T21 (5,2 M€); (ii) do acréscimo muito positivo do **correio registado** (+11,3 M€; +10,1%); e (iii) do desempenho favorável do **correio internacional de saída** (+6,2 M€; +15,9%) o qual foi impulsionado pela receita adicional, registada em dezembro de 2021, associada às eleições legislativas de janeiro de 2022 (5,9 M€).

Em 2021 é importante referir que as **soluções empresariais** registaram rendimentos de 29,0 M€ (+13,1 M€; +82,8% face a 2020), impulsionados pela integração no mês de setembro da NewSpring Services na oferta base das soluções empresariais dos CTT. Esta aquisição enquadra-se na estratégia de diversificação do portefólio e na aceleração do crescimento de soluções empresariais, através da combinação do conhecimento da NewSpring Services em soluções de *Business Process Outsourcing* (BPO) e *Contact Center* com a rede comercial dos CTT, criando oportunidades de vendas adicionais através do canal B2B já existente.

O crescimento verificado nestas linhas de negócio foi parcialmente afetado pelo decréscimo, face a 2020, verificado principalmente nas receitas do **correio internacional de entrada** (-8,3 M€; -21,3%) e do **correio normal** (-5,2 M€; -3,6%).

O ano de 2021 permitiu ainda recuperar crescimento de outros produtos desta área de negócio (+1,9 M€ face a 2020), beneficiando do impulso verificado no correio publicitário (+3,5% face a 2020), correio editorial (+1,5%), encomendas SU (+7,4%), filatelia e outros produtos e serviços de correio (+5,2%).

Num contexto em que se mantiveram as restrições no acesso de clientes às lojas, os rendimentos da **filatelia** no ano 2021 ascenderam a 5,4 M€. Foram emitidos 32 selos da República, 24 postais inteiros, 3 livros temáticos e 2 livros anuais.

Em 2021, a variação média anual de preços do Serviço Universal⁵⁸ foi de 1,72% face a 2020.

No 4T21 os rendimentos da área de negócio de Correio atingiram 123,6 M€, representando um crescimento de 9,4 M€ (+8,3%) em relação ao 4T20. O crescimento registado neste período, face ao período homólogo, reflete essencialmente os já referidos bons desempenhos das **soluções empresariais** (+12,8 M€; +371,6%) e do **correio internacional de saída** (+4,8 M€; 42,0%).

Tráfego de correio

Em 2021 o **tráfego endereçado** registou uma desaceleração da sua tendência negativa (-16,5% em 2020 face a 2019 e -6,3% em 2021 face a 2020), beneficiando da comparação com o período de confinamento mais restritivo em 2020.

⁵⁸ Inclui correspondências, correio editorial e encomendas do Serviço Universal, excluindo o correio internacional de chegada.

Tráfego de correio

	2020	2021	Δ	4T20	4T21	Δ
Transacional	447,2	415,7	-7,0%	110,4	102,2	-7,4%
Publicitário	39,7	39,9	0,4%	11,3	13,0	15,9%
Editorial	30,0	29,0	-3,5%	7,9	7,5	-4,6%
Total endereçado	516,9	484,6	-6,3 %	129,6	122,8	-5,2 %
Publicitário não endereçado	412,3	449,9	9,1%	107,0	116,7	9,1%

milhões de objetos

Em 2021, o tráfego do **correio transacional** apresentou uma queda de 7,0%, face a 2020 sendo esta influenciada pela redução do **correio normal** (-8,0% face a 2020) e também pelo desempenho do **correio internacional de chegada** (-27,8% face a 2020). O desempenho do correio normal teve uma maior contribuição da parte dos clientes contratuais dos setores da banca e seguros e *utilities* e telecomunicações. O agravamento da quebra do tráfego de correio internacional de chegada, principalmente no 2S21, foi fortemente impactado pelo facto de, no dia 1 de julho, ter entrado em vigor a abolição da isenção de IVA nos envios postais com valor inferior a 22 Euros (“de minimis”) levando à necessidade de desalfandegamento de todos os objetos de origem extracomunitária contendo bens o que se traduziu num aumento dos tempos de trânsito em alfândega.

Em sentido contrário, destaque para o crescimento do correio registado (+8,3% face a 2020) impulsionado pela dinâmica dos clientes contratuais, em particular do setor do Estado, e do correio internacional de saída (+14,5% face a 2020) impactado pelos envios, no mês de dezembro, dos boletins de votos associados às eleições legislativas. Excluindo esse efeito o crescimento face a 2020 seria de +4,8%.

Em 2021, face a 2020, o tráfego do **correio publicitário não endereçado** registou um aumento de 9,1% e o do **correio publicitário endereçado** de 0,4%. Em 2021 lançou-se a marca CTTAds para reforçar o posicionamento dos CTT como parceiro de negócio para as soluções de publicidade, com destaque para a disponibilização de pacotes de publicidade digital e base de dados que permitirão às empresas realizarem ações segmentadas aos seus targets potenciais e com isso obterem melhores resultados nas suas campanhas.

No 4T21 o tráfego endereçado caiu 5,2% face ao 4T20. Este melhor desempenho face à tendência do ano reflete um importante crescimento no **correio publicitário endereçado** (+1,8 milhões de objetos) e uma menor perda de tráfego de clientes nos setores *utilities* e telecomunicações, tendo o Estado e municípios dado um forte contributo no período.

Acessibilidade

GRI 102-6, GRI 203-1, 203-2, GRI 302-4, GRI 413-2, 414-2

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 mais de 17 milhões de clientes atendidos nas nossas lojas, em 2021, 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 2 356 pontos de acesso em funcionamento, integrando 570 lojas CTT e 1 786 postos de correio (encontravam-se temporariamente encerrados 18 postos de correio, devido à situação de pandemia de COVID-19), e ainda 4 396

percursos de carteiros, que garantem a disponibilidade e acessibilidade do serviço do atendimento e distribuição, afirmando-se como uma plataforma de conveniência e multisserviço.

Complementarmente, a rede dispunha de 1 513 postos de vendas de selos e de 83 máquinas automáticas de venda de selos e 11 máquinas automáticas de venda de produtos postais. A rede de marcos e caixas de correio era constituída por 10 742 equipamentos, mantendo-se o mesmo número de 9 630 pontos geográficos de localização a nível nacional, reportado em 2020. Além destes, existem ainda 5 261 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 caráter 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 se mantiveram em 2021, 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 acima da média comunitária.

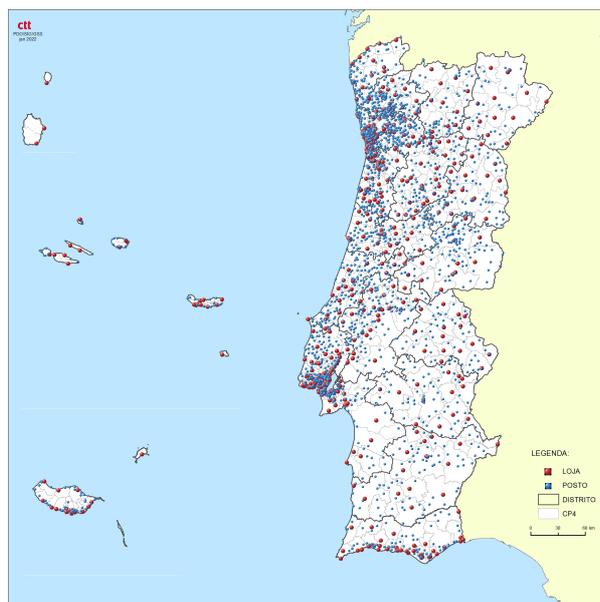
Densidade e cobertura postal

	Habitantes por estabelecimento postal					Km ² por estabelecimento postal				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Média UE	5 167	4 989	5 030	4 967	n.d.	45	43	43	46	n.d.
Portugal	4 350	4 314	4 346	4 354	4 393	39	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. 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. Neste momento, cerca de 95% do total das lojas apresentam atualmente condições de acessibilidade melhorada.

Em 2021, destaca-se as obras de beneficiação dos acessos à Loja CTT de Odemira, com a construção de uma rampa, que incluiu a criação de um vão de porta exterior, na fachada lateral da loja.

Portefólio eco

GRI 102-43, 102-44, GRI 302-5, 305-5, 306-2

Os CTT têm vindo a constatar uma adesão continuada por parte dos seus clientes ao uso dos produtos de correio que incorporam características de proteção ambiental, demonstrando uma crescente sensibilidade dos clientes a estes argumentos. Desde o seu lançamento em 2010, as vendas totais da gama de produtos eco CTT representam uma receita aproximada de 139 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 conveniência aliada à proteção ambiental, garantindo a neutralidade carbónica dos seus produtos através da compensação das emissões diretas que não foram possíveis evitar, sem custos adicionais para os clientes. Apesar da quebra em termos absolutos, a gama eco do correio verde contabilizou cerca de 7,9 milhões de objetos vendidos, um decréscimo de 3% face ao ano anterior. Em média, por cada objeto de correio verde entregue pelos CTT são emitidas 49 gramas de CO₂ decorrentes da atividade direta da Empresa. Neste sentido, os CTT procedem à aquisição de créditos de carbono, financiando dois projetos. Um nacional de “Conservação dos Bosques”, que promove a plantação de espécies autóctones, árvores e arbustos originais da flora portuguesa, e outro 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.

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 2021 a gama eco manteve seu peso relativo (42%) no tráfego nacional do *Direct Mail*, com cerca de 16,9 milhões de objetos.

Filatelia

GRI 102-2

Durante o ano de 2021, a Filatelia dos CTT emitiu 32 emissões de selos da República, 24 Postais Inteiros, 3 livros temáticos e 2 livros anuais.

No decorrer do ano continuaram a manter-se restrições significativas no acesso de clientes às nossas Lojas, pelo que se mantiveram os pressupostos de limitação da receita potencial face a esse constrangimento. A receita acumulada no período foi de 5,5 milhões de euros, exibindo uma evolução negativa de 2,5% face ao ano anterior.

Os CTT Correios de Portugal obtiveram 41 grandes prémios de design filatélico entre 1962 e 2021, aos quais se juntam mais 10 prémios de qualidade gráfica e conteúdos dos nossos livros. Com 51 destes galardões atribuídos, na sua grande maioria por júris internacionais independentes, a Filatelia dos CTT é considerada a mais premiada da Europa e uma das mais premiadas do mundo. Em 2021, voltou a destacar-se pela sua inovação e arte com lançamento do primeiro bloco filatélico do mundo em grafeno, com a inserção do Poema Esperança, de Miguel Torga, recebeu o Prémio *Philatelic Campaign of the Year*, atribuído pela *World Post and Parcels Awards*.

Emissões Filatélicas Comemorativas 2021	
<ul style="list-style-type: none"> • Vultos da História e da Cultura • D. Manuel I • Centenário do Partido Comunista Português • Centenário da Liga dos Combatentes • 200 Anos da Extinção da Inquisição em Portugal • Tuberculose (etiquetas) • Centenário das Faculdades de Farmácia: Coimbra, Lisboa e Porto • Memória do Holocausto • 150 Anos do Nascimento de Alfredo da Silva • 400 anos do Terço da Armada Real • EuroMed 2021 – Joias Tradicionais do Mediterrâneo • 200 Anos da Liberdade de Imprensa em Portugal • Arcebispos de Braga (4ª Série) • Figuras Mundiais da História e da Cultura • Centenário da Seara Nova 	Acontecimentos Nacionais e Internacionais
<ul style="list-style-type: none"> • Arquivo Regional da Madeira • Tiger Meet 2021 • Europa – Espécies Ameaçadas • Portugal Singapura – Emissão conjunta • Terras do Barroso – Património Agrícola Mundial • A Descoberta da Antártida • A Caça em Portugal (1ª Série) • Presidência Portuguesa do Conselho da União Europeia • Década das Nações Unidas das Ciências do Oceano para o Desenvolvimento Sustentável • Áreas Protegidas de Portugal • 5 Séculos da Presença de Portugal nos Mares Austrais – Evocação de João da Nova • 440 Anos da Batalha da Salga • 500 anos da Chegada de Fernão Magalhães às Filipinas • 2021 Ano Europeu do Transporte Ferroviário • Ano Internacional da Paz e da Confiança (etiquetas) 	Ambiente e Sustentabilidade
<ul style="list-style-type: none"> • Numismática - Autoadesivos (2.ª série) 	Autoadesivos

Emissão Filatélica Base

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Numismática (2.ª série) |
|---|

Livros Filatélicos

- História do Bailado em Portugal
 - O Correio – Rostos e Estórias
 - D. Manuel I – Venturas e Desventuras de um Rei de Portugal
 - O Meu Álbum de Selos 2021
 - Portugal em Selos 2021
-

Poderá descobrir mais sobre o plano de emissões filatélicas e sobre o plano editorial dos CTT em:

<https://www.ctt.pt/particulares/filatelia/>

3.2 Expresso e Encomendas

GRI 102-2, GRI 201-1

Os **rendimentos operacionais** de Expresso e Encomendas atingiram 255,7 M€ em 2021, +62,7 M€ (+32,5%) do que em 2020.

No mercado ibérico os rendimentos situaram-se em 252,5 M€, +62,2 M€ (+32,7%) do que em 2020. O **CEP** (*Courier, Express and Parcels*) representou 234,4 M€, +39,7% face a 2020, e o tráfego totalizou 72,8 milhões de objetos, um crescimento de 43,5% face a 2020. O crescimento do CEP no mercado ibérico foi impulsionado pelo crescimento do *e-commerce* (B2C) na Península Ibérica o qual se refletiu particularmente no bom desempenho da operação em Espanha.

Em 2021 os **rendimentos em Portugal** registaram 135,1 M€, +17,1 M€ do que em 2020 (+14,5%), e o tráfego totalizou 32,7 milhões de objetos, um crescimento de 15,2% face a 2020.

O desempenho do negócio de Expresso e Encomendas em Portugal em 2021 esteve assente no crescimento do **CEP**, cujos rendimentos ascenderam a 118,5 M€ (+22,8% face a 2020). O negócio **carga** ascendeu a 8,2 M€ (-28,3% face a 2020), o negócio de **banca** a 4,4 M€ (-32,5% face a 2020) e o da **logística** a 3,2 M€ (+31,0% face a 2020).

O desempenho na linha de produto **CEP** deveu-se, sobretudo, à atividade de *e-commerce* (B2C), com particular incidência em grandes *marketplaces* globais, por crescimento de mercado e pela nova angariação no 2T21 de uma grande plataforma mundial de *e-commerce*. A campanha de regresso às aulas teve um contributo muito relevante neste desempenho, resultado da angariação da operação de logística e distribuição de livros escolares de um dos maiores canais de venda deste produto. Em resultado, o tráfego CEP cresceu 22,7% face a 2020, para 31,7 milhões de objetos. Adicionalmente, deverá notar-se que a angariação da operação de logística e distribuição de livros escolares também teve um impacto positivo no segmento de **logística**.

Na linha de produto **carga**, a redução forte de receitas está relacionada com a alteração de estratégia operacional que visou encontrar uma solução para a margem negativa nesta linha de negócio, o que implicou o seu *outsourcing* a um parceiro que ficou encarregado da componente operacional. Esta alteração levou a renegociações comerciais com alguns clientes e assim à implementação de opções penalizadoras de receita, embora positivas em margem, tais como o abandono do serviço de entrega de pneus. Em resultado destas ações, a Empresa conseguiu atingir já no 4T21 uma margem de contribuição positiva nesta linha de produto.

A linha de produto **banca** continuou sob pressão num contexto de continuada redução de capilaridade das redes bancárias e de cada vez menor utilização das mesmas.

Os CTT continuaram a desenvolver a sua estratégia de **Cacifos 24H**, públicos, privados (residenciais e corporativos) e *Click&Collect*. Estes permitem que os clientes possam levantar as suas encomendas com a máxima conveniência, 24 horas por dia em todos os dias da semana. Adicionalmente, os cacifos são um mecanismo de eficiência operacional no ponto de entrega, dado concentrarem mais objetos por ponto de entrega e assim permitindo reduzir custos unitários. No final de dezembro de 2021 eram 187 os Cacifos 24H, localizados em diversos locais do país, nomeadamente em hospitais, plataformas de transporte intermodal, centros comerciais, campus universitários, redes de retalho físico, parques de estacionamento, estações de serviço, ou no caso dos cacifos privados, em condomínios privados e em escritórios/zonas empresariais.

Os CTT celebraram, em 06.12.2021, um acordo de **parceria com a YunExpress** (a unidade de negócios de logística da empresa chinesa Zongteng Group) para criação de uma *joint venture*, que visa gerir o negócio de uma rede de cacifos para receber encomendas em Portugal e Espanha. Com esta parceria os CTT pretendem desenvolver ainda mais a sua rede líder de cacifos para e-commerce em Portugal, a qual será aberta a qualquer operador. Os CTT ambicionam instalar 1 000 cacifos até ao final de 2022, ficando assim dotados da maior e mais capilar rede nacional de cacifos, que fará parte da atual rede de mais de 2 000 pontos de entrega CTT onde os clientes podem recolher as suas encomendas.

Os CTT e a Sonae revisitaram os termos da sua parceria no comércio eletrónico, tendo-se os CTT focado nas suas competências logísticas core. Nesse sentido, em janeiro de 2022, os CTT alienaram a sua participação no *marketplace Dott*⁵⁹ à Worten tendo estas duas entidades, CTT e Worten, reforçado a sua parceria estratégica na área da logística.

Os **rendimentos em Espanha** situaram-se em 117,3 M€ em 2021, +45,0 M€ (+62,3%) do que 2020. No 4T21 atingiram 32,4 M€, representando mais 8,4 M€ (+34,7%) do que no 4T20. O tráfego totalizou 41,1 milhões de objetos, crescendo 65,0% face a 2020.

Durante o 4T21, as campanhas Black Friday, Natal e Saldos dinamizaram o comércio online, tendo a CTT Express registado um aumento de atividade, movimentando cerca de 11 milhões de objetos, mais 33,7% do que no 4T20, com uma média diária acima dos 200 mil objetos nas alturas de pico.

A CTT Express encerrou o ano de 2021 posicionada como uma marca de referência no envio de encomendas urgentes no mercado ibérico, tendo feito significativos investimentos em qualidade de serviço e na capilaridade da sua rede – de âmbito nacional em Espanha –, tendo a sua diferenciação face à concorrência evoluído de forma sustentada ao longo do tempo.

A empresa segue com seu plano de investimentos em tecnologia e inovação e está a desenvolver novas soluções que melhorarão a experiência de compra dos consumidores. O investimento já concretizado, em conjunto com o crescimento da atividade e com novos processos de negócio ao nível da software de distribuição, novos modelos de remuneração de parceiros e renegociação de contratos existentes, permitiram durante o ano de 2021 uma redução dos custos unitários de tratamento (-9,4%), de transporte (-28,0%) e de distribuição (-4,1%) face ao ano anterior. O investimento e crescimento também permitiram uma diluição dos custos de estrutura e, assim, um consequente aumento da rentabilidade. Como consequência, a operação em Espanha superou a meta anunciada em 2019 ao atingir EBITDA positivo na totalidade do ano de 2021.

A ambição dos CTT para a sua operação em Espanha passa por aumentar a sua quota de mercado e rentabilidade. Mais concretamente os CTT ambicionam: crescer no mercado B2C através de uma rede de distribuição mais eficiente, baseada em operação própria, capturar quota de mercado no B2B através de um modelo de negócio mais competitivo na angariação de franchisados e tornar-se a empresa de referência para envios ibéricos.

⁵⁹ O investimento do marketplace Dott é reconhecido pelo método da equivalência patrimonial (MEP).

Os **rendimentos em Moçambique** situaram-se em 3,2 M€ em 2021, 19,0% acima de 2020. O crescimento verificado foi suportado no negócio na área da saúde (recolha de amostras biológicas) e no sector bancário. O 4T21 caracterizou-se, a nível nacional, por uma conjuntura económica mais favorável, as empresas registaram um aumento da procura que deu origem a um crescimento renovado da produção e à contratação de um maior número de pessoas.

Portefólio eco

GRI 102-43, GRI 302-5, 305-5, 306-2

Em 2021, os CTT lançaram um projeto-piloto inovador de utilização de embalagens reutilizáveis, para as compras online. A nova Embalagem Eco Reutilizável tem uma capacidade de resistência prevista até 50 envios, permitindo reduzir o desperdício associado a soluções de embalagem de utilização única utilizadas no mercado do comércio eletrónico, diminuir a pegada carbónica associada à sua produção e promover uma economia mais circular através da reutilização.

A oferta Green Deliveries (Entregas Verdes) despertou também a curiosidade dos clientes CTT em 2021. Esta oferta está disponível para clientes empresariais e permite que todas as entregas nos locais contratados, atualmente em Lisboa e no Porto, sejam feitas exclusivamente com veículos elétricos. É um serviço que potencia uma melhoria da qualidade do ar nos centros urbanos, uma vez que estes veículos não emitem partículas poluentes. Desde o seu lançamento em meados de 2020, já foram entregues mais de 124 mil objetos, representando uma receita de cerca de 182 mil euros. Destaca-se ainda que os CTT adquiriram 100% da eletricidade que consomem através de fontes renováveis, o que impacta positivamente a pegada carbónica associada a esta oferta.

Os CTT voltaram a colocar os projetos para compensação carbónica da oferta de expresso em Portugal à votação do público, através do *website* CTT. As emissões diretas que não foram possíveis evitar são totalmente compensadas através do apoio a dois projetos, um em Portugal e outro internacional, com benefícios ambientais positivos ao nível da biodiversidade e do desenvolvimento das comunidades locais em que se inserem. Os projetos vencedores, mais votados pelo público, foram o projeto nacional de “Recuperação de animais selvagens”, que visa devolver a biodiversidade faunística às florestas portuguesas e torná-las mais resilientes e adaptadas às condições climáticas previstas para o nosso país, e o projeto de “Preservação da desflorestação”, no Brasil, que promove a prevenção da desflorestação não planeada e ilegal da floresta nativa numa área inserida no bioma amazónico e o apoio à comunidade local na gestão dos seus recursos florestais.

Em Espanha, a CTT Express lançou novos formatos de embalagens que incorporam plásticos reciclados e são recicláveis. Estas embalagens possuem o selo Blue Angel, uma certificação alemã que comprova a adoção de boas práticas ecológicas aplicadas ao fabrico e funcionamento de um produto ou serviço.

3.3 Banco CTT

GRI 102-2, GRI 203-1, 203-2

Os **rendimentos operacionais** do Banco CTT atingiram 98,9 M€ em 2021, um aumento de 16,8 M€ (+20,4%) face a 2020.

Este crescimento foi principalmente impulsionado pela parceria com a Sonae Financial Services, iniciada em abril de 2021, passando o Banco CTT a ser o único credor em relação à carteira de crédito do **Cartão Universo**. Este negócio gerou rendimentos de 10,2 M€, com um volume de balanço líquido de 292,1 M€ em dezembro de 2021, um crescimento acima das expectativas iniciais.

O crescimento dos rendimentos contou com a performance positiva da **margem financeira**, que atingiu 55,8 M€ em 2021, 11,1 M€ acima de 2020 (+25,0%).

Os juros recebidos de **crédito ao consumo** cresceram 4,3 M€ (+12,7% face a 2020), ascendendo no **crédito automóvel** a uma carteira líquida de imparidades de 648,8 M€ (+15,8% face a dezembro de 2020). A produção de crédito automóvel em 2021 situou-se nos 213,8 M€ (+10,3% face a 2020), tendo a 321 Crédito aumentado a sua quota de mercado de produção no segundo semestre de 2021 em 1,1 p.p. (de 10,2% no final de junho para 11,3% no final do ano) face aos restantes *players* do mercado de crédito auto para veículos usados.

Os juros recebidos de **crédito à habitação** registaram um decréscimo de 0,2 M€ (-3,9% face 2020), com uma carteira de crédito habitação líquida de imparidades de 594,8 M€ (+13,4% face a dezembro de 2020). A produção de crédito à habitação ascendeu a 133,0 M€, um decréscimo de 26,9 M€ (-16,8%) face a 2020. Esta desaceleração resulta da aposta em produtos com maior rentabilidade ajustada ao risco, tais como os créditos ao consumo e automóvel.

As **comissões recebidas** desta área de negócio atingiram 39,3 M€, +5,8 M€ (+17,5%) face a 2020. Referem-se as contribuições positivas (i) das comissões recebidas de **contas e cartões**, que ascenderam a 10,6 M€ +3,4 M€ (+46,8% face a 2020), (ii) dos **produtos de poupança (off-balance)**, que ascenderam a 3,6 M€ +1,2 M€ (+49,0% face a 2020) e resultaram de um volume líquido *off-balance* de 708,6 M€, 65,3% acima de dezembro de 2020 e (iii) dos **pagamentos**, que ascenderam a 17,5 M€ +0,6 M€ (+3,3%) do que em 2020.

A performance comercial do Banco CTT continuou a permitir o crescimento dos **depósitos de clientes**, para 2 122,8 M€ (+25,7% face a dezembro de 2020), e do **número de contas**, para 573 mil contas (mais 56 mil do que em dezembro de 2020).

O **rácio de transformação** no final de 2021 ascendeu a 72,7%.

O Banco CTT, a 31 de dezembro de 2021, não tinha **moratórias** vivas em nenhum segmento de crédito. Do total de moratórias terminadas, existiam cerca de 3,5 M€ com atraso superior a 30 dias, o que representa cerca de 5,4% do total.

Portefólio eco

GRI 102-43, GRI 302-5, 305-5, 306-2

Empenhados em alargar a oferta de soluções de poupança e investimento, foi lançado o produto Banco CTT Investimento Sustentável, em parceria com a Zurich, um seguro ligado a um fundo de investimento para empresas e instituições que desenvolvem a sua atividade incorporando princípios e objetivos de desenvolvimento sustentável alinhados com a Agenda 2030 das Nações Unidas.

Em acréscimo, o Banco CTT associou-se ao Programa Eco-Escolas da Associação Bandeira Azul da Europa para apoiar o projeto Hortas BIO, contribuindo para a construção de hortas em 14 escolas nacionais. Pretende-se, através delas, sensibilizar e educar as comunidades escolar e local para o tema da sustentabilidade, nomeadamente incentivar os alunos a criar e manter hortas escolares, cultivadas de modo biológico, aprofundando conhecimentos relacionados com as práticas de agricultura biológica e de alimentação saudável e sustentável.

Numa atitude *eco-friendly*, os novos cartões de débito Banco CTT enviados aos clientes são produzidos em 100% com plástico reciclado.

3.4 Serviços Financeiros

GRI 102-2, GRI 201-1, 203-1

Os **rendimentos operacionais** dos Serviços Financeiros e Retalho atingiram 48,9 M€ em 2021, mais 4,8 M€ (+11,0%) do que em 2020.

Os **serviços financeiros** (excluindo outros rendimentos) obtiveram rendimentos de 31,1 M€, um acréscimo de 0,2 M€ (+0,7%) face a 2020, com os seguintes contributos:

- Os **títulos da dívida pública** (Certificados de Aforro e Certificados do Tesouro Poupança Crescimento) apresentaram rendimentos de 22,7 M€, tendo aumentado 0,6 M€ (+2,9%) face a 2020. Foram efetuadas subscrições no montante de 4 428,0 M€, com uma média de 17,6 M€/dia face a 15,2 M€/dia de 2020, resultado de uma maior dinamização comercial, com a recaptura dos montantes dos títulos vencidos.
- As receitas geradas pelos **restantes produtos de poupança e seguros** (seguros de capitalização e outros) atingiram 1,2 M€, apresentando um crescimento de 10,6% (+0,1 M€) face a 2020. O impacto negativo do vencimento de uma parte do portefólio de produtos foi compensado com o processo de alargamento da oferta de novas soluções de investimento, de poupança e de seguros. Estes, no segundo semestre de 2021, atingiram 43,7 M€ de subscrições, permitindo assim a diversificação da poupança na base de clientes e angariar novos clientes.
- Os rendimentos dos **vales** alcançaram 5,5 M€, representando -0,5 M€ (-8,6%) face a 2020, como resultado das alterações estruturais nos meios de pagamento.
- Os **serviços de pagamentos dos CTT** registaram rendimentos de 1,6 M€ em 2021, estando ligeiramente acima do ano anterior (+1,9%). No primeiro semestre de 2021 este produto foi beneficiado pelo encaminhamento para as lojas CTT do pagamento de impostos, que reduziu o efeito estrutural da substituição eletrónica deste serviço. No segundo semestre de 2021 registou uma desaceleração.

Os CTT, durante o 4T21, continuaram a desenvolver as suas ofertas de produtos de poupança, com o objetivo de alargar a matriz de produtos disponíveis, e de seguros não vida, a qual já inclui os produtos dos ramos automóvel, doença, acidentes pessoais e responsabilidade civil. Este segmento de oferta apresenta um potencial de crescimento significativo e será estrategicamente desenvolvido no contexto da oferta de Serviços Financeiros, alavancando assim ainda mais a rede de distribuição dos CTT.

Os **produtos e serviços de retalho** (excluindo outros rendimentos) atingiram 17,6 M€ de rendimentos em 2021, um aumento de 4,6 M€ (+35,2%) face a 2020, impulsionado pela distribuição de jogos sociais, incluindo a venda de “raspadinhas”, introduzida no 4T20 e alargada progressivamente a toda a rede de lojas.

O alívio das medidas restritivas de confinamento tem conduzido a uma recuperação progressiva do negócio de subsídio de transporte aéreo, com um crescimento de 138,9% no segundo semestre de 2021, após ter registado um decréscimo de -38,0% no primeiro semestre de 2021, face aos períodos homólogos de 2020.

Refira-se ainda o aumento da procura de apartados (+17,2%) e livros (+13,6%) face a 2020, evidenciado nos resultados das campanhas lançadas para a sua comercialização. Inversamente, os produtos de *merchandising* diminuíram 40,5%, muito influenciados pelo decréscimo das vendas de “materiais de proteção individual” devido à alteração do contexto pandémico em 2021.

Durante o ano de 2021 foram lançadas um conjunto de iniciativas ao nível do retalho das quais se destacam: (i) o redimensionamento da distribuição de jogos sociais e da gestão dos respetivos fornecedores; (ii) o lançamento de edições próprias de livros e o reposicionamento da oferta; (iii) a parceria com a Worten para o lançamento de uma linha de pequenos eletrodomésticos com expositor próprio nas lojas CTT e o lançamento de uma linha de pequenos gadgets de outros fornecedores com expositor de balcão; (iv) a reformulação da parceria com a ForAll Phones e do modelo de negócio dos recondicionados, e (v) a inauguração da primeira loja *outlet* dos CTT, situada em Lisboa (nos Restauradores), com o objetivo de comercializar produtos mais antigos a preços reduzidos, permitindo melhorar as vendas e a gestão dos *stocks*.

3.5 Perspetivas futuras

GRI 102-2, 102-6, GRI 203-1

2021 foi um ano de transformação em todas as áreas de negócio dos CTT: (1) o **Expresso e Encomendas** continuou a registar um crescimento significativo e constante, suportado pelo aumento da penetração do *e-commerce*, reflexo da alteração dos hábitos dos consumidores e do sólido aumento da quota de mercado em Espanha; (2) no **Correio e Outros**, o decréscimo dos rendimentos do correio internacional de entrada foi mais do que compensado pelo crescimento registado nas soluções empresariais na sequência da aquisição e consolidação da NewSpring Services e de um posicionamento comercial focado na comercialização de serviços de outsourcing e outros projetos e contratos, aumentando assim o *share of wallet* dos CTT nos seus clientes de correio; (3) os **Serviços Financeiros e Retalho** passaram por um ano recorde na colocação da dívida pública através das lojas dos CTT e lançaram novas soluções de seguros e de poupança, juntamente com uma oferta de retalho mais alargada assente no novo *layout* das lojas; (4) o **Banco CTT** estabeleceu uma parceria com a Sonae Financial Services para se tornar o único credor do cartão Universo, continuando a registar um crescimento assinalável no crédito automóvel, no crédito à habitação e nas poupanças dentro e fora do balanço. 2021 caracterizou-se também por uma forte aposta na produtividade e eficiência da logística das operações, tanto no correio como no expresso e encomendas, com os CTT a lançarem importantes iniciativas com vista à redução de custos unitários e à melhoria da qualidade. Em resultado desta transformação, os CTT possuem uma proposta de valor diferenciada e verdadeiramente ibérica, sendo já a sua operação em Espanha a que mais contribui para o tráfego de expresso e encomendas. Os CTT têm como objetivo dar continuidade à transformação dos seus negócios e à otimização das suas operações.

Os principais pilares da estratégia da Empresa para 2022 são: (1) os CTT focar-se-ão na expansão da sua presença ibérica integrada para permitir capturar todo o potencial de convergência do comércio eletrónico em Portugal e Espanha; (2) os CTT darão continuidade às iniciativas de transformação, nomeadamente nos serviços empresariais e logísticos, para impulsionar a sustentabilidade das receitas reduzindo a dependência dos serviços de correio tradicional; (3) os CTT prosseguirão o lançamento de novos serviços e produtos para aumentar a atratividade da sua oferta de retalho; e (4) os CTT continuarão a impulsionar o crescimento do Banco CTT, com base na opcionalidade do balanço e em potenciais parcerias setoriais e de capital.

Além disso, o novo quadro do serviço universal, com um contrato de concessão mais equilibrado e sustentável, deverá permitir uma melhoria estrutural na rentabilidade dos serviços de correio. Os CTT continuarão também a concentrar os seus esforços no lançamento de novas iniciativas que deem continuidade às já visíveis melhorias da eficiência e rentabilidade das suas operações, tendo como objetivo compensar a pressão nas receitas postais.

A Empresa estará atenta e analisará oportunidades de crescimento inorgânico que possam existir, nomeadamente nos segmentos de logística e *fulfilment*.

Os CTT concentrar-se-ão em minimizar o impacto de riscos macro e setoriais relevantes e persistentes, nomeadamente incerteza geopolítica, inflação, custo da energia e matérias-primas, COVID-19 e impacto de minimis nas receitas postais bem como dos riscos severos ao nível do funcionamento das cadeias logísticas, nomeadamente com proveniência na Ásia.

O *guidance* para 2022 é conforme segue: (1) expectativa de um decréscimo ao nível de um dígito alto (*“high single digit”*) do tráfego de correio; (2) relativamente aos volumes de Expresso & Encomendas na Península Ibérica espera-se um crescimento de um nível baixo de dois dígitos (*“low double digit”*), sujeito à normalização das cadeias logísticas; (3) na receita é esperado um crescimento de um nível de um dígito médio a alto (*“mid-to-high single digit”*), e (4) espera-se que o EBIT recorrente esteja no intervalo entre 65-75 M€, com maior incidência no 2S22. Com efeito, o aumento anual dos preços de correio foi implementado em 7 de março de 2022. O efeito do de minimis nas receitas de correio irá anualizar a partir do 3T22, ao passo que o Expresso e Encomendas terá um comparável mais exigente no 1S22 devido ao confinamento do 1T21.

Os CTT pretendem implementar uma política de remuneração que seja em simultâneo atrativa, constituindo uma fonte de rendimento adequada para os seus acionistas, e que, em simultâneo, continue a possibilitar que a capacidade financeira da Sociedade lhe permite manter flexibilidade estratégica para cumprir os desígnios de investimento no crescimento do negócio, continuando a fazer dos CTT uma referência na logística e e-commerce em Portugal e em Espanha. Esta política de remuneração inclui uma componente de dividendo ordinário, a qual se pretende com maior recorrência, e uma componente de recompra de ações, a qual será mais casuística e aplicável consoante as condições de mercado.