

03

Locky

Negócios CTT



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

Locky recebe
e espera por ti.



by ctt



3. NEGÓCIOS CTT

3.1 Correio

GRI 2-6, GRI 201-1

Em 2022 os **rendimentos operacionais de Correio e Outros** atingiram 460,9 M€, o que representou um crescimento de 16,5 M€ (+3,7%) em relação a 2021.

O crescimento desta área de negócio foi impulsionado pelo segmento de **soluções empresariais** (+38,2 M€): Este reflete (i) a integração plena da NewSpring Services, uma empresa especializada em *Business Process Outsourcing* (BPO) e *Contact Center*, na oferta dos CTT, bem como (ii) o crescimento do negócio base de soluções empresariais, em grande medida devido a uma receita relacionada com um projeto de venda de computadores iniciado no último trimestre de 2021 e que ainda teve reflexo no 1T22 (+16,3 M€).

Em 2022, os **rendimentos de correio transaccional** atingiram 341,7 M€, representando um decréscimo de 19,6 M€ (-5,4%) em relação a 2021, penalizados sobretudo pela redução acentuada dos rendimentos do **correio internacional de entrada** (-12,6 M€; -40,9%), decorrente do fim da isenção do Imposto Sobre o Valor Acrescentado (IVA) nas compras extracomunitárias de baixo valor (de minimis) a partir de 1 de julho de 2021. Essa redução teve particular impacto nos 3 primeiros trimestres do ano, registando-se uma recuperação no 4T22. Contribuíram ainda para o decréscimo dos rendimentos do correio transaccional, a redução da receita do **correio normal** (-4,5 M€; -3,3%) e do **correio internacional de saída** (-3,1 M€; -6,8%), esta última penalizada em parte pelo impacto das eleições legislativas no 4T21 e no 1T22. Excluindo esse impacto, os rendimentos do correio internacional de saída em 2022 teriam sofrido um decréscimo de 0,7 M€ (-1,8%) face a 2021. Adicionalmente, os rendimentos de correio transaccional teriam caído 17,2 M€ (-4,8%). Por outro lado, em 2022, o correio transaccional beneficiou do crescimento da receita do **correio registado** (+2,4 M€; +1,9%) e do **correio azul** (+0,1 M€; +0,9%) e foi penalizado pelo desempenho do **correio verde** (-1,7 M€; -16,4%).

As restantes linhas de negócio apresentaram decréscimos nos rendimentos: **correio editorial** (-0,6 M€; -4,8%), **correio publicitário** (-1,5 M€; -8,1%), **encomendas do serviço universal** (-0,2 M€; -2,7%), **filatelia** (-0,9 M€; -15,8%) e **outros produtos e serviços de correio** (-0,1 M€; -3,1%).

Em 2022 as **soluções empresariais** registaram rendimentos de 67,3 M€, +38,2 M€ do que em 2021 (incluindo o efeito da alteração do perímetro de consolidação o qual representou 14,2 M€), com destaque para: (i) o crescimento do negócio dos **Business Process Services**; (ii) o crescimento do negócio de **gestão documental**, com a angariação de novos clientes; (iii) o crescimento do negócio associado à solução de Gestão de Contraordenações e Instrução Administrativa com a adesão de novos municípios; (iv) a colocação em produção da nova plataforma de correio híbrido **e-Carta**, que permite às pequenas e médias empresas digitalizarem os seus processos de envio de correio, e (v) o crescimento das **componentes digitais** com a prestação de serviços de envio de documentos (faturas) com Assinatura Digital Qualificada conforme Decreto-Lei n.º 28/2019, de 15 de fevereiro, estando os CTT atualmente a produzir e enviar vários milhões de documentos assinados digitalmente, por mês.

A variação média de preços do Serviço Universal²⁴ em 2022 foi de +5,84%.

²⁴ Inclui correspondências, correio editorial e encomendas do Serviço Universal, excluindo o correio internacional de chegada.

Tráfego de correio

Em 2022 o **tráfego endereçado** registou um decréscimo de 5,6% face a 2021.

Tráfego de correio

	milhões de objetos					
	2021	2022	Δ	4T21	4T22	Δ
Transacional	415,7	391,5	-5,8%	102,2	92,6	-9,5%
Publicitário	39,9	38,6	-3,4%	13,0	10,4	-20,6%
Editorial	29,0	27,6	-4,7%	7,5	7,2	-4,4%
Total endereçado	484,6	457,6	-5,6 %	122,8	110,1	-10,3 %
Publicitário não endereçado	449,9	424,6	-5,6%	116,7	109,7	-6,0%

O tráfego do **correio transacional** apresentou uma queda de 5,8% face a 2021, devido fundamentalmente às reduções verificadas no **correio normal** (-4,6%) fruto principalmente da tendência intrínseca ao sector postal de transformação digital das comunicações, no **correio internacional de entrada** (-28,3%) e no **correio internacional de saída** (-15,4%). Excluindo o impacto das eleições legislativas no 4T21 e no 1T22, em 2022 o decréscimo do tráfego de correio transacional e do tráfego do correio internacional de saída teria sido de 5,7% e 13,2%, respetivamente, face a 2021.

De realçar que, desde o segundo semestre de 2021, manteve-se a tendência de queda do tráfego do **correio internacional de entrada** pelo facto de, a 1 de julho de 2021, 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, o que se traduziu num aumento dos tempos de trânsito em alfândega fruto de um processo complexo e individualizado e que, consequentemente, levou à migração deste tipo de tráfego para a oferta de expresso.

Em sentido contrário, verificou-se o crescimento do tráfego do **correio registado** (+1,4%), impulsionado pela dinâmica dos clientes contratuais em particular do setor do Estado e de *Utilities & Telcos*, e do correio azul (+1,1%) face a 2021.

Em 2022 o tráfego do **correio publicitário endereçado** registou um decréscimo de 3,4% face a 2021, e o **correio publicitário não endereçado** um decréscimo de 5,6%.

Deu-se continuidade: (i) à solução CTT Ads Criatividade, em parceria com a agência Milford, para o desenvolvimento estratégico e criativo de campanhas de comunicação, e (ii) à campanha “Casos de Sucesso CTT Ads”, com o intuito de dinamizar a oferta de publicidade junto de clientes com negócios online, para promover a experimentação das soluções de publicidade.

Acessibilidade

GRI 2-6, 2-25, 2-27, GRI 203-1, 203-2, GRI 413-2

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 65 971 clientes por dia nas lojas CTT e uma média de 4362 habitantes por ponto de acesso, 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 de 2022, a rede de contacto com o público era composta por 2 371 pontos de acesso em funcionamento, integrando 569 lojas CTT e 1 802 postos de correio, e ainda 4 288 percursos de carteiros, que garantiam a disponibilidade e acessibilidade do serviço do atendimento e distribuição, afirmando-se como uma plataforma de conveniência e multisserviço.

Complementarmente, a rede dispunha de 1 507 postos de vendas de selos e de 83 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 10 735 equipamentos, localizados em 9 624 pontos geográficos a nível nacional. Além destes, existiam ainda 5 271 agentes Payshop.

O dimensionamento da rede postal foi 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 foram analisadas internamente, baseados em informação recolhida no local por agentes internos e externos, para a garantir a satisfação da população. Nesse sentido, em 2022 foi inaugurada mais uma nova loja, no Centro Comercial Oeiras Parque.

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.

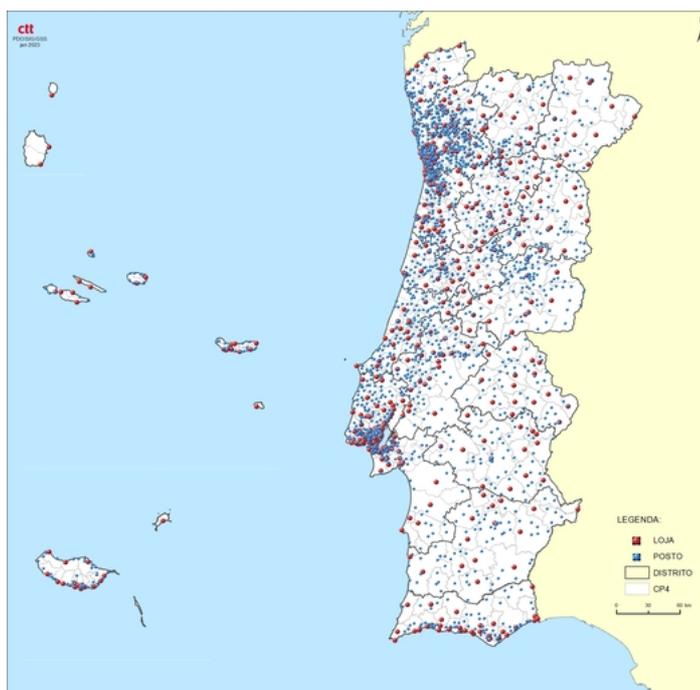
Estes objetivos mantiveram-se em 2021, em virtude da prorrogação do Contrato de Concessão que deveria vigorar até 2020. Em 2022, aplicam-se os mesmos objetivos, aos quais acresceu a exigência de manutenção de uma estação de correio por sede de concelho e manter-se-á até à definição de novos, ao abrigo do procedimento previsto no novo Contrato de Concessão, em vigor desde 8 de fevereiro de 2022.

Em termos europeus e com base nos dados disponíveis, que podem ser verificados na tabela abaixo, 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 postais²⁵

	Habitantes por estabelecimento postal					Km ² por estabelecimento postal				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Média UE	4 989	5 030	4 967	5 081	n.d.	43	43	46	48	n.d.
Portugal	4 314	4 346	4 354	4 392	4 364	39	39	39	39	39

Rede de lojas e postos de correio



Rede de centros de distribuição postal



²⁵ Fonte: União Postal Universal. Para este efeito, foram considerados os estabelecimentos postais fixos. Os dados das Médias Europeias, não disponíveis no RI CTT 2021, foram entretanto divulgados. Os dados portugueses tiveram uma ligeira atualização.

Em resultado das ações de auditoria e de inspeção, foram auditadas 138 lojas CTT, 79 Pontos CTT e 63 centros de distribuição postal, representando respetivamente 24%, 21% e 28% do universo elegível. No desenvolvimento de ações de investigação, decorreram 25 investigações por “Apropriação, utilização temporária de bens ou numerário dos CTT ou clientes”. Por “Furto/violação de objetos postais”, foram investigadas 4 ações.

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 2022, não foi terminada a construção de rampas de acesso para pessoas de mobilidade reduzida, estando a empreitada para criação de rampa de acesso na loja CTT Picoas dependente da autorização da Câmara Municipal de Lisboa.

Supervisão

No caso dos CTT, S.A., é à ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações, que compete a regulação e supervisão do setor postal. A atividade dos CTT, enquanto prestador do Serviço Postal Universal, é sujeita anualmente a dois tipos de auditorias.

- Auditoria aos valores anuais dos indicadores de qualidade de serviço e ao sistema de reclamações dos CTT, para verificação da fiabilidade de resultados e adequação das metodologias de apuramento dos níveis de qualidade de serviço, bem como ao sistema de gestão de reclamações. Na sequência das auditorias referentes aos anos de 2016 e 2017, concluídas em 2018, a ANACOM definiu ajustamentos no âmbito do sistema de medição dos indicadores de qualidade de serviço, implementados em 01.07.2019. Aguardam-se os resultados do processo de auditoria referente aos anos de 2018, 2019 e 2020.
- Auditoria ao sistema de contabilidade analítica dos CTT, para verificação da conformidade do sistema e dos resultados obtidos, bem como com as normas e boas práticas nacionais e internacionais. A declaração emitida pela ANACOM em 25.10.2022 sobre a auditoria aos resultados do sistema de contabilidade analítica referente ao exercício de 2019 indica que os resultados foram produzidos de acordo com as disposições regulamentares aplicáveis.

Portefólio eco

GRI 2-29, 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 154 milhões de euros, em grande medida impulsionadas pela visibilidade dos seus atributos ambientais e carbónicos.

Entre os resultados do ano passado, a gama eco do Correio Verde contabilizou cerca de 7,9 milhões de objetos vendidos, uma ligeira variação de -3% face ao ano anterior, o que representa uma estabilização do mercado.

Esta oferta 100% ecológica aposta na conveniência aliada à proteção ambiental, sendo a respetiva pegada em termos de emissões diretas anualmente compensada, sem custos adicionais para os clientes. Em média, por cada objeto de correio verde entregue pelos CTT são emitidas 51,1 gramas de CO₂ decorrentes da atividade direta da Empresa.

Os projetos de compensação das emissões diretas impossíveis de evitar são selecionados pelo público através do website CTT, com o apoio a projetos que promovem impactos positivos ao nível da proteção da biodiversidade e do desenvolvimento das comunidades locais em que os mesmos se inserem. Os projetos mais votados pelo público, em 2022, foram o projeto nacional de “Conservação dos organismos fluviais”, 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 de “Reflorestação na Amazônia”, no Brasil, que promove a proteção florestal e a prevenção da desflorestação não planeada e ilegal da floresta nativa amazónica, promovendo a gestão florestal sustentável.

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 2022, a gama eco manteve seu peso relativo (42%) no tráfego nacional do *Direct Mail*, com cerca de 16,4 milhões de objetos.

Filatelia

GRI 2-6

Durante o ano de 2022, a Filatelia dos CTT emitiu 23 emissões de selos da República, 29 Postais Inteiros, 3 livros temáticos e 2 livros anuais.

No decorrer do ano verificou-se uma redução da compra por impulso nas lojas CTT e um decréscimo do número de colecionadores, pelo que se mantiveram os pressupostos de limitação da receita potencial face a estes constrangimentos. A receita acumulada no período foi de 4,5 milhões de euros, exibindo uma evolução negativa de 15,8% face ao ano anterior.

Os CTT Correios de Portugal obtiveram 41 grandes prémios de design filatélico entre 1962 e 2022, 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 2022, voltou a destacar-se pela sua inovação e arte com lançamento da emissão «20 Anos do Euro» impressa recorrendo a quatro técnicas diferentes de produção gráfica.

Emissões Filatélicas Comemorativas 2022	
<ul style="list-style-type: none"> • Rostos Portugueses na ONU • Numismática Portuguesa (3º grupo) • 100 anos da 1ª Travessia do Atlântico Sul • Vultos da História e da Cultura • 175 anos do Grémio Literário • 250 anos da Reforma Pombalina da Universidade de Coimbra • Europa - Histórias e Mitos • Beato Carlos da Áustria Madeira • Romeiros de São Miguel - 500 anos do Terramoto Vila Franca do Campo • Vilas Antigas do Mediterrâneo - EuroMed • 200 anos da Independência do Brasil - Emissão conjunta Brasil - Portugal • V Centenário do Final da Viagem de Circum-Navegação 1519-1522 • 20 anos do Euro • 200 anos da 1ª Constituição Portuguesa • Solidários com o Povo Ucrainiano • A importância da vacinação • Autoridade de Supervisão de Seguros - 40 anos • Arcebispos de Braga (5ª série) 	Acontecimentos Nacionais e Internacionais
<ul style="list-style-type: none"> • A caça em Portugal (2º Grupo) • Cavalos - Marinhos da Ria Formosa • Fainas Épicas de Portugal 	Ambiente e Sustentabilidade
<ul style="list-style-type: none"> • Numismática - Autoadesivos (3.ª série) 	Autoadesivos

Emissão Filatélica Especial

- Monstros Fantásticos

Livros Filatélicos

- 200 Edições 1983-2021
- Vida Familiar à Mesa Portugal 1914-1945
- Fainas Épicas do Mar Português
- A Caça em Portugal – Sustentabilidade e Gastronomia
- O Meu Álbum de Selos 2022
- Portugal em Selos 2022

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 2-6, GRI 201-1

Os **rendimentos operacionais de Expresso e Encomendas** atingiram 259,0 M€ em 2022, +3,3 M€ (+1,3%) do que em 2021.

Os **rendimentos em Portugal** registaram 132,2 M€ em 2022, -3,0 M€ (-2,2%) do que em 2021, e o tráfego totalizou 33,1 milhões de objetos, um crescimento de 1,1% face a 2021. De recordar em 2022, que o 1T22 foi impactado por um comparável difícil face ao período homólogo, já que o 1T21 foi marcado pelos efeitos das restrições da pandemia de COVID-19, nomeadamente o segundo período de confinamento, o que impulsionou fortemente o crescimento da atividade de e-commerce nesse período.

A atividade **CEP** teve rendimentos de 118,9 M€ em 2022, +0,4% do que em 2021. O crescimento homólogo na sequência trimestral demonstra uma tendência de recuperação, a destacar que no 4T22 os rendimentos cresceram 8,7% face ao 4T21, mantendo a recuperação da trajetória de aumento do tráfego por dia útil (+15,3% face ao 4T21). Este crescimento foi impulsionado por uma *peak season* bastante forte, suportado essencialmente por clientes de atividade de *e-commerce* (B2C), com particular incidência de grandes *marketplaces* globais e *e-sellers* nacionais e internacionais.

A **logística**, que constitui um pilar do desenvolvimento da estratégia de integração vertical com o CEP, registou rendimentos de 3,4 M€ em 2022, +8,9% do que em 2021, assente na angariação de novos clientes e na operação logística de fornecimento de computadores e periféricos às escolas portuguesas.

Os rendimentos da linha de produto **carga** situaram-se em 4,9 M€ em 2022, -40,2% face a 2021, estando este decréscimo relacionado com a alteração da estratégia operacional, que visou encontrar uma solução para posicionar esta linha de produto em níveis de margem positivos, o que implicou a saída de alguns clientes e também o abandono de alguns sectores de atividade sem sinergias operativas.

A linha de produto **banca** registou rendimentos de 4,3 M€, -3,4% face a 2021. Embora continuando sob pressão, num contexto de redução do número de pontos da rede bancária e da frequência de recolha/entrega, é de notar que esta linha de produto registou um crescimento de 5,3% no 4T22 face ao 4T21.

No final de 2021 os CTT estabeleceram uma parceria com a YunExpress do Zongteng Group, tendo criado a Open Lockers para gerir e desenvolver o negócio dos **cacifos** na Península Ibérica.

Com o objetivo de instalar uma vasta rede de cacifos em Portugal, em 2022 os CTT continuaram a desenvolver a sua estratégia de cacifos, públicos, privados (residenciais e corporativos) e *Click&Collect*. Estes cacifos permitem que os clientes possam levantar as suas encomendas com a máxima conveniência, 24 horas por dia em todos os dias da semana. No final de dezembro de 2022 eram 508 os Cacifos, 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 **rendimentos em Espanha** situaram-se em 122,9 M€ em 2022, crescendo 4,8% face a 2021. A margem de contribuição²⁶ cresceu 28,0%, ancorada num aumento de preço médio unitário. Em resultado, a CTT Express atingiu, em 2022, o *break even* com um EBIT recorrente positivo nas contas individuais.

²⁶ Receitas deduzidas de gastos diretos operacionais (exclui *overheads*, essencialmente edifícios e frota).

O contexto inflacionário, a crise energética e a contração do consumo nos últimos meses de 2022 têm impactado o perfil de crescimento dos volumes em Espanha. Com efeito, a atividade de Expresso e Encomendas em Espanha é especialmente exposta ao e-commerce (B2C) e, em particular, a grandes *marketplaces* globais. A CTT Express tem vindo a implementar um novo modelo comercial e a ampliar a sua oferta de forma a crescer em novos segmentos de mercado, nomeadamente *e-sellers* nacionais e em clientes B2B, impulsionando assim a sua trajetória de crescimento.

A CTT Express encerrou a *peak season* com números recordes em termos de eficácia na primeira tentativa de entrega, como resultado de um planeamento, padronização de processos e do investimento feito com a entrada em operação de novas instalações, dotadas de automatismo. A estabilidade de serviço e a resposta às necessidades dos clientes permitiu reforçar a confiança dos clientes em carteira e a captação de novos clientes.

Os **rendimentos em Moçambique** situaram-se em 3,9 M€ em 2022 (+20,5% face a 2021). O crescimento verificado foi suportado pela parceria com um transitário em África.

Portefólio eco

GRI 2-29, GRI 302-5, 305-5, 306-2

Em 2022, os CTT lançaram uma nova oferta, o serviço Ciclo CTT, em parceria com a Loop e a FNAC, que permite aos retalhistas montar e testar uma operação de economia circular. O objetivo é promover a venda de produtos reconicionados dos seus clientes, contribuindo assim para a diminuição da pegada carbónica e para a promoção da reutilização de artigos, mantendo o valor e utilidade dos mesmos.

Já em 2021, os CTT desenvolveram a Embalagem Eco Reutilizável, para entrega de encomendas com uma capacidade de resistência prevista até 50 envios, permitindo reduzir o desperdício associado a soluções de embalagem de utilização única. Ao devolver a embalagem, os compradores estão a contribuir para uma distribuição mais sustentável.

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 180 mil objetos, representando uma receita de cerca de 250 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.

Em 2022, os CTT procederam à aquisição de créditos de carbono, financiando dois projetos. Um 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. O outro projeto, no Brasil, 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 sucursal da CTT Expresso – Serviços Postais e Logística, S.A. (vulgo 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 bem ou de um serviço.

3.3 Banco CTT

GRI 2-6

Os **rendimentos operacionais** do Banco CTT atingiram 126,0 M€ em 2022, um aumento de 27,1 M€ (+27,4%) face a 2021.

O crescimento dos rendimentos contou com a performance positiva da **margem financeira**, que atingiu 74,4 M€ em 2022, 18,6 M€ acima de 2021 (+33,3%).

A carteira de crédito ao consumo do **Cartão Universo** gerou rendimentos de 21,6 M€ em 2022, com um volume de balanço líquido de imparidades de 353,8 M€ em dezembro de 2022, +61,7 M€ (+21,1%) face a dezembro de 2021.

Em resultado da alteração significativa do contexto macroeconómico e financeiro global, justificou-se a necessidade do Banco CTT e do Universo revisitarem os termos subjacentes ao acordo de parceria na área dos serviços financeiros celebrado em 1 de abril de 2021. Neste contexto, as partes comunicaram ao mercado em 20 de dezembro de 2022, que acordaram os termos para a cessação do acordo com vista a terminar a parceria até 31 de dezembro de 2023, sendo que o Banco recebeu uma indemnização por cessação no valor de 1,9 M€ em dezembro de 2022. Com a concretização deste acordo, o Banco CTT ganhará opções estratégicas na gestão do seu portefólio e libertará liquidez e capital, que reforçará o desenvolvimento e crescimento rentável do Banco CTT.

Os juros recebidos de **crédito ao consumo** atingiram 45,4 M€ em 2022, mais 7,6 M€ (+20,2%) do que em 2021, ascendendo no **crédito automóvel** a uma carteira líquida de imparidades de 760,3 M€ (+17,2% face a dezembro de 2021). A produção de crédito automóvel situou-se em 262,4 M€ (+22,7% face a 2021).

Os juros recebidos de **crédito à habitação** registaram um acréscimo de 46,6% (+1,8 M€) face a 2021, sendo o 4T22 o mais influenciado, com um crescimento dos juros de +167,7% face ao 4T21, altura em que as taxas Euribor eram negativas. Com efeito, as taxas de referência do crédito habitação sofreram um forte crescimento em 2022, em resultado da subida das taxas de juro diretoras definidas pelo Banco Central Europeu (BCE), devido ao aumento da inflação na zona euro. A carteira de crédito habitação líquida de imparidades ascendeu a 658,6 M€ (+10,7% face a dezembro de 2021). A produção de crédito à habitação situou-se em 145,6 M€, +9,4% (+12,5 M€) que em 2021.

As **comissões recebidas** desta área de negócio atingiram 45,5 M€, +6,2 M€ (+15,6%) face a 2021. Referem-se as contribuições positivas (i) das comissões recebidas de **contas e cartões**, que ascenderam a 12,7 M€ (+2,0 M€; +19,1% face a 2021), (ii) dos **produtos de poupança (off-balance)** que ascenderam a 4,5 M€ (+0,9 M€; +24,2% face a 2021) e resultaram de um volume líquido *off-balance* de 891,7 M€, 25,8% acima de dezembro de 2021, (iii) dos **seguros** que ascenderam a 3,2 M€ (+0,8 M€; +35,1% face a 2021) (iv) dos **créditos ao consumo (off-balance)** com 2,7 M€ (+0,9 M€; +53,5% face a 2021), e (v) dos **pagamentos**, que ascenderam a 18,5 M€ (+1,0 M€; +5,8% do que em 2021).

O bom desempenho comercial do Banco CTT continuou a permitir o crescimento dos **depósitos de clientes** para 2 283,3 M€ (+7,6% face a dezembro de 2021) e do **número de contas** para 602 mil contas (mais 29 mil do que em dezembro de 2021).

O **rácio de transformação** ascendeu a 77,9% em dezembro de 2022.

O **custo do risco** (consolidado e acumulado a dezembro de 2022) situou-se em 1,5%, um aumento de 0,4 p.p. face a 2021, inerente ao crescimento da carteira de crédito a clientes, em especial no crédito ao consumo, e ao enquadramento macroeconómico.

Portefólio eco

GRI 2-29, GRI 301-3, 306-2

Em 2022, o empenho do Banco CTT com a sustentabilidade foi reforçado com o lançamento do Crédito Habitação Sustentável, dando assim continuidade ao alargamento da oferta de produtos financeiros sustentáveis. Através de uma campanha que privilegia a compra de casas energeticamente eficientes com condições especiais no crédito habitação, o objetivo é fazer poupar a natureza ao mesmo tempo que se diminui a prestação e a fatura energética da casa.

Faz ainda parte da oferta de soluções de poupança e investimento, 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.

Numa atitude *eco-friendly*, os novos cartões de débito do Banco CTT enviados aos clientes são produzidos em 100% com plástico reciclado. Além disso, a adesão do Banco CTT como membro pioneiro do Movimento Merece colheu os primeiros frutos, com a reciclagem de cerca 31 mil cartões bancários, o equivalente a 190 kg de plástico. De acordo com a dinâmica do projeto, garantiu-se a plantação de 600 árvores, o que equivale a uma poupança estimada de 15 ton CO₂.

Foi também mantida a associação com o 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.

De destacar ainda a renovação da participação do Banco CTT no [Movimento Merece](#), que promove a recolha e valorização dos resíduos de cartões bancários expirados e inutilizados, convertendo também essa recolha num considerável número de árvores plantadas, em parceria com a Quercus.

3.4 Serviços financeiros

GRI 2-6, GRI 201-1

Os **rendimentos operacionais** dos Serviços Financeiros e Retalho atingiram 60,7 M€ em 2022, mais 11,8 M€ (+24,2%) do que em 2021. Verificou-se uma evolução positiva dos rendimentos ao longo do ano de 2022, fruto de uma maior atratividade dos títulos de dívida pública, em especial os Certificados de Aforro, num contexto de taxas de juro mais favorável a este produto de poupança. Em resultado a evolução dos rendimentos da área de Serviços Financeiro e Retalho foi a seguinte: 1T22: -1,7% face ao 1T21 (equivalente a -0,2 M€); 2T22: +6,3% face ao 2T21 (+0,7 M€); 3T22: +29,1% face ao 3T21 (+3,5 M€), e 4T22: +59,0% face ao 4T21 (+7,9 M€).

Os **serviços financeiros** (excluindo outros rendimentos) registaram rendimentos de 41,9 M€, um acréscimo de 10,8 M€ (+34,8%) face a 2021. Destacam-se os seguintes contributos:

- Os **títulos da dívida pública** (Certificados de Aforro e Certificados do Tesouro Poupança Crescimento) apresentaram rendimentos de 33,5 M€ em 2022, mais 10,8 M€ (+47,5%) do que em 2021.

Foram efetuadas subscrições no montante de 8 138,0 M€ em 2022, com uma média de 32,7 M€/dia (17,6 M€/dia em 2021). O 2S22 beneficiou de um aumento das subscrições dos títulos da dívida pública, 186,8% acima do 2S21, com o 4T22 a atingir uma média dia de 71,5 M€

representando um crescimento de 57,3 M€/dia (+402,8%) face ao 4T21. Como referido atrás, este crescimento foi suportado pelos certificados de aforro, cuja atratividade tem vindo a aumentar desde o início do ano de 2022, fruto de uma nova conjuntura de taxas de juro que posiciona melhor a dívida pública enquanto alternativa de investimento.

- Os **produtos financeiros não bancários**, na área de seguros reais e plano de saúde, atingiram 46,2 M€ de subscrições em 2022. Os CTT, em articulação com os seus parceiros de negócios, pretendem promover a dinamização comercial desta linha de negócio, com a expectativa de obter um crescimento desta linha de atividade nos trimestres futuros.
- Os **vales** registaram rendimentos de 6,0 M€ em 2022, mais 0,5 M€ (+9,5%) do que em 2021. As emissões de novas prestações sociais, criadas ao abrigo do atual enquadramento macroeconómico, contribuíram para atenuar a quebra estrutural associada à substituição deste meio de pagamento.

Os **produtos e serviços de retalho** (excluindo outros rendimentos) atingiram 18,0 M€ de rendimentos em 2022, um aumento de 0,5 M€ (+2,7%) face a 2021.

Durante o ano de 2022, os CTT levaram a cabo um processo de amadurecimento e análise estratégica da sua rede de retalho a ser levado a cabo durante o ano de 2023. Neste âmbito, os CTT estabeleceram a ambição de reposicionar a rede de retalho para uma plataforma de serviços incluindo: (i) a distribuição de produtos e serviços de correio e de expresso e encomendas; (ii) a distribuição de dívida pública; (iii) a comercialização de produtos de seguros, e (iv) a disponibilização de serviços de conveniência para os cidadãos. Com o objetivo de melhorar o serviço ao cliente e a experiência deste, está também a ser desenvolvida uma estratégia de canais digitais e *self-services*, com enfoque na procura da complementaridade entre o físico e o digital e entre o atendimento em loja e o *self-service*.

3.5 Perspetivas futuras

GRI 2-6, GRI 203-1

O ano de 2022 foi um ano em que continuámos a percorrer o caminho de transformação a que nos propusemos em todas as áreas de negócio dos CTT: (1) o **Expresso e Encomendas** continuou a posicionar-se para ser parte ativa na promoção de um aumento da penetração do e-commerce, quer em Portugal quer em Espanha, de modo a aproveitar a alteração dos hábitos dos consumidores e assim obter um crescimento significativo, suportado pelo crescimento dos mercados Português e Espanhol e pelo 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) o **Banco CTT** continuou a registar um crescimento assinalável no crédito automóvel, no crédito à habitação e nas poupanças dentro e fora do balanço. O ano de 2022 caracterizou-se também pela continuação de uma forte aposta na produtividade e eficiência da logística das operações, tanto no correio como no expresso e encomendas, com os CTT a intensificarem importantes iniciativas com vista à redução de custos unitários e à melhoria da qualidade dos serviços prestados; (4) 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 concentrada nos serviços aos cidadãos. 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.

Como parte da sua reflexão estratégica, os CTT reviram, com a participação de todos os seus *stakeholders*, os seus conceitos estratégicos de **Propósito**, **Missão** e **Visão**, tendo também redefinido os valores CTT. O **Propósito** dos CTT, que ilustra a razão da sua existência e a sua essência enquanto empresa, é “Entregar o futuro ligando pessoas e empresas de forma sustentável”.

A **Visão**, que traduz o propósito em aspirações e enuncia a ambição de médio-longo prazo, e a **Missão**, que enuncia de forma mais tangível como alcançar a visão, foram definidas para os dois principais segmentos de negócio dos CTT:

- Para Pessoas, a visão é “Ser a marca de confiança das pessoas nos envios e nos serviços financeiros e seguros” e a missão é “Simplificar a vida das pessoas na comunicação física, poupança, crédito e seguros”;
- Para Empresas, a visão é “Ser o parceiro de referência das empresas, desenvolvendo o *e-commerce* e simplificando a sua presença física e digital” e a missão é “Inovar constantemente, oferecendo soluções de logística e serviços de suporte, com qualidade, focados nas necessidades dos clientes”.

Neste contexto, os principais pilares da estratégia da Empresa para 2023 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 2023 é conforme segue:

- expectativa de um decréscimo ao nível de um dígito médio (“*mid-single-digit*”) do tráfego de correio;
- relativamente aos volumes de Expresso & Encomendas, em Portugal espera-se que o CEP cresça ao nível de um dígito baixo a médio (“*low-to-mid single-digit*”) com melhoria da receita por objeto, sendo a expectativa em Espanha de um crescimento a dois dígitos (“*double-digit*”);
- os Serviços Financeiros deverão registar um crescimento robusto;
- perspetiva-se que o RoTE do Banco CTT continue a melhorar.

Em termos consolidados, os rendimentos deverão crescer ao nível de um dígito médio (“*mid-single-digit*”) enquanto o **EBIT recorrente deverá crescer pelo menos 10% em 2023**.

O risco destas previsões é o seguinte: (1) elevada incerteza geopolítica, e (2) riscos macro manter-se-ão relevantes e persistentes, designadamente a inflação, o custo da energia e das matérias-primas.

Os CTT pretendem implementar uma política de remuneração que seja 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. Neste enquadramento, em 16 de março de 2023, os CTT anunciaram a intenção do seu Conselho de Administração de propor à AG de 2023 o pagamento de um dividendo de 12,5 cêntimos de euro por ação. Esta proposta representa uma rentabilidade de dividendo de aproximadamente 4,1% e um rácio de payout de aproximadamente 47,7%. A proposta está sujeita a um conjunto de condições, nomeadamente condições de mercado, situação financeira e patrimonial dos CTT e termos e condições legais e regularmente aplicáveis. Em simultâneo, os CTT anunciaram ainda a intenção do seu Conselho de Administração de propor à AG de 2023, no âmbito do **programa de recompra de ações** iniciado em 2022, a extinção de 1,43 milhões de ações próprias adquiridas.