



# Barómetro CTT e-Commerce COVID 19



DECATHLON

PCDIG@



worten

KUANTOKUSTA

skin

La Redoute

SONAE MC



Porto Editora

facestore

Delta

Shopkit

LEROYMERLIN

SPORT ZONE

GRUPO PRESENÇA  
o gosto pela leitura

STAPLES

LENTE DE CONTACTO 365

SEPHORA

weasy  
web made easy

PC COMPONENTES

est. 1904  
NIMCO  
MADE 4 YOU

Chás do Mundo

LANIDOR

S4Y

DREPLY

fnac

dott

garrafeira nacional

DietSport  
Suplementos

JumpSeller

LAMEIRINHO

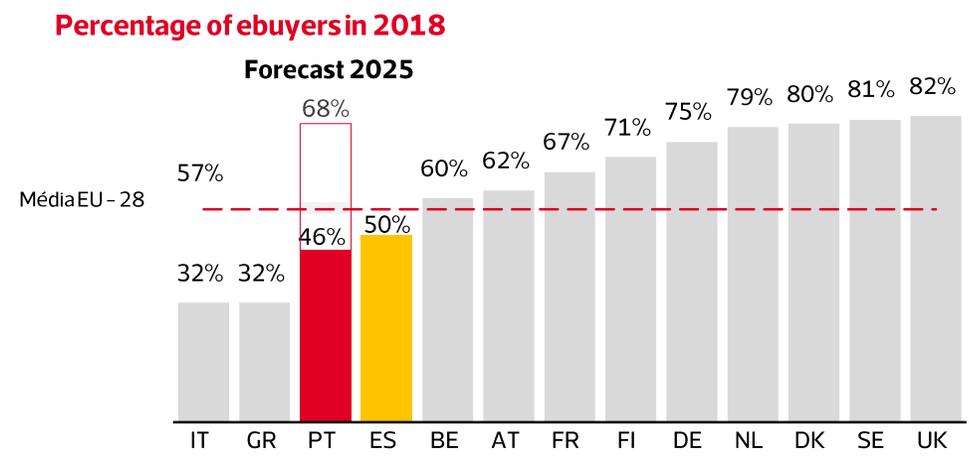
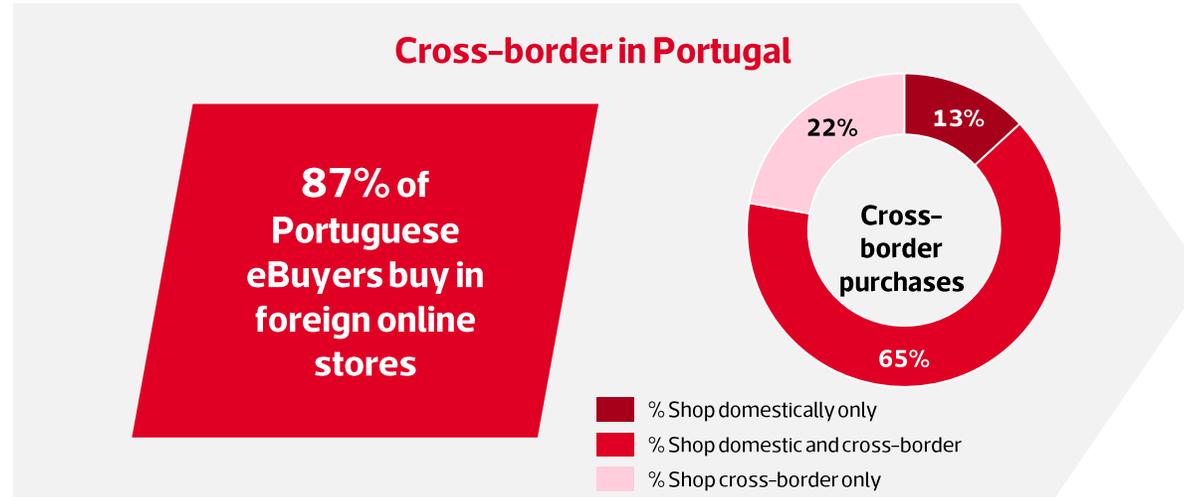
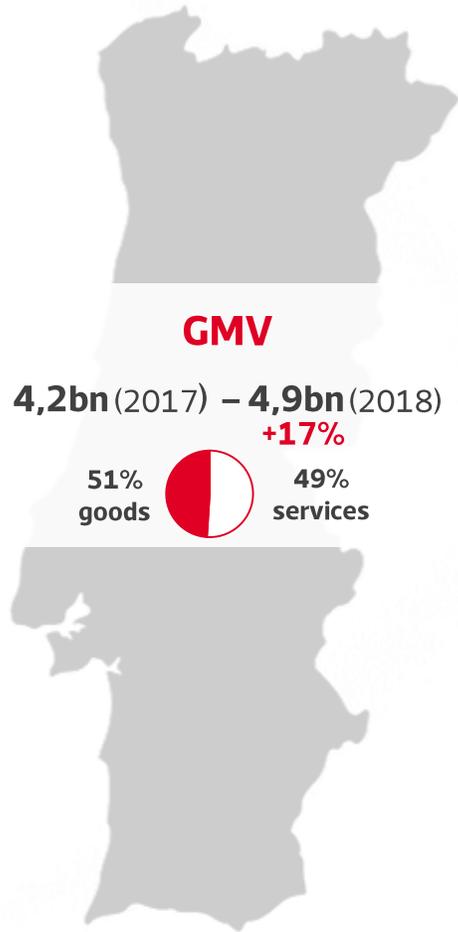
odisseias  
don't worry, be happy

El Corte Inglés

mercadão

a nossa entrega é total

# Starting point. Global e-Commerce market in Portugal

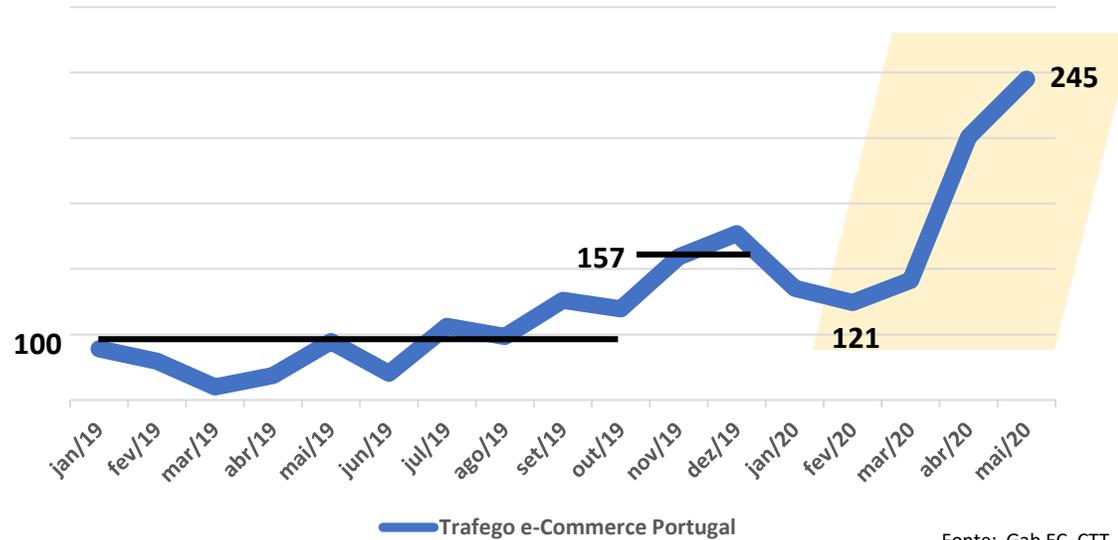


## Relative low digital development of the the PT companies

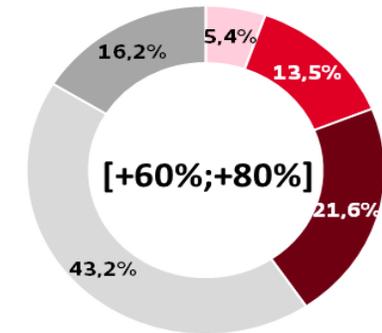
- 3-4% total retail (CN e KR >20-25%; RU, DK, NL, US 15%-20%)
- Only 39% of PT companies have presence online; and only 27% make business online

# 1º Insight: Crescimento explosivo do e-commerce em PT

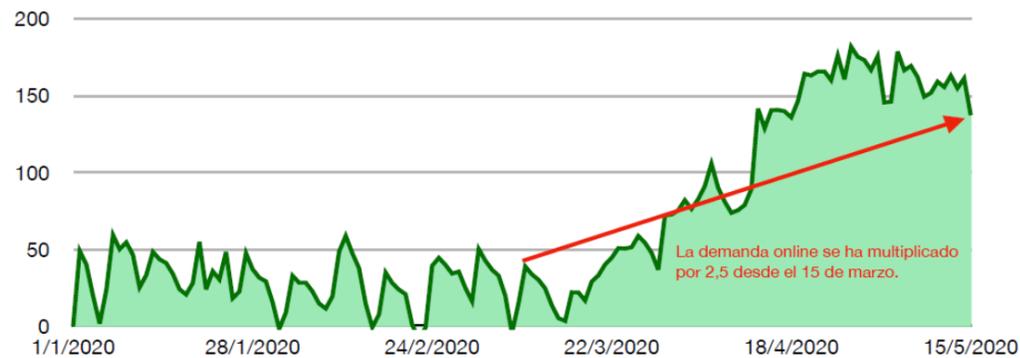
## Trafego e-Commerce Portugal



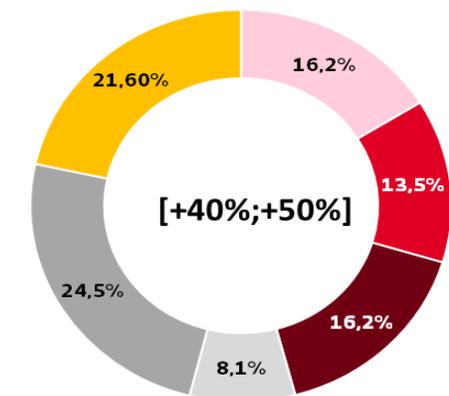
- Aumento nas vendas inferior a 20%
- Aumento nas vendas entre 20% e 50%
- Aumento nas vendas superior a 50%
- Duplicou as vendas
- Sem impacto nas vendas



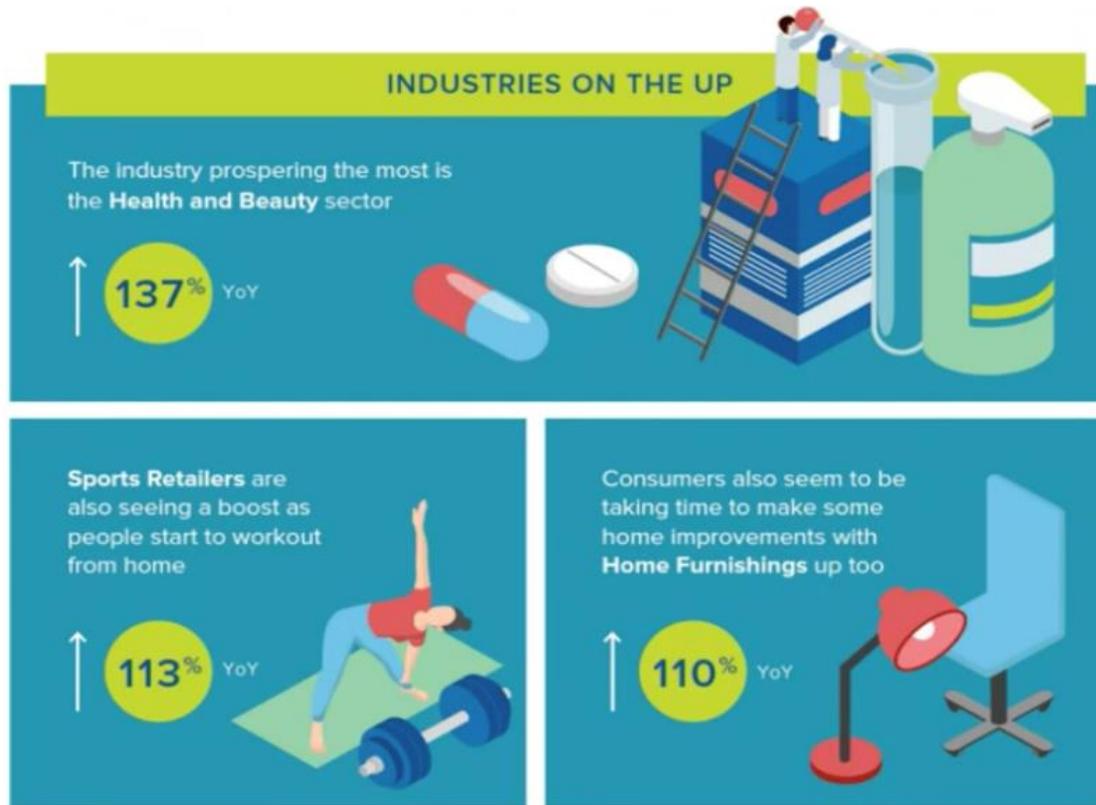
## ESP % de crecimiento de la demanda online desde el 1 de enero



- Crescimento anual inferior a 10%
- Crescimento anual entre 10% e 20%
- Crescimento anual entre 20% e 30%
- Crescimento anual superior a 30%
- Crescimento anual superior a 50%
- Crescimento anual mais do que duplica



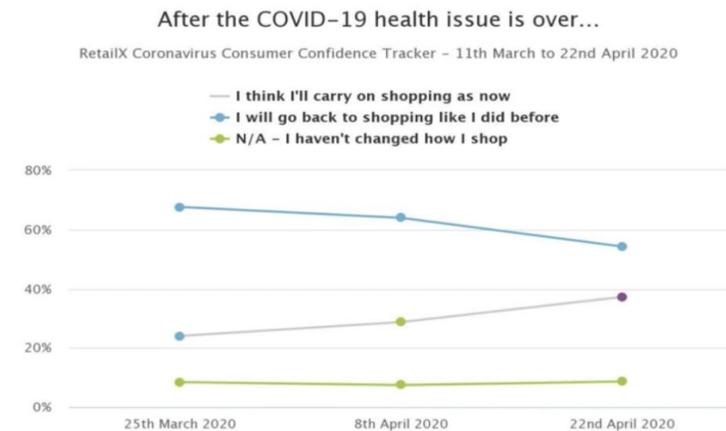
## 2º Insight: alteração do perfil dos produtos comprados online



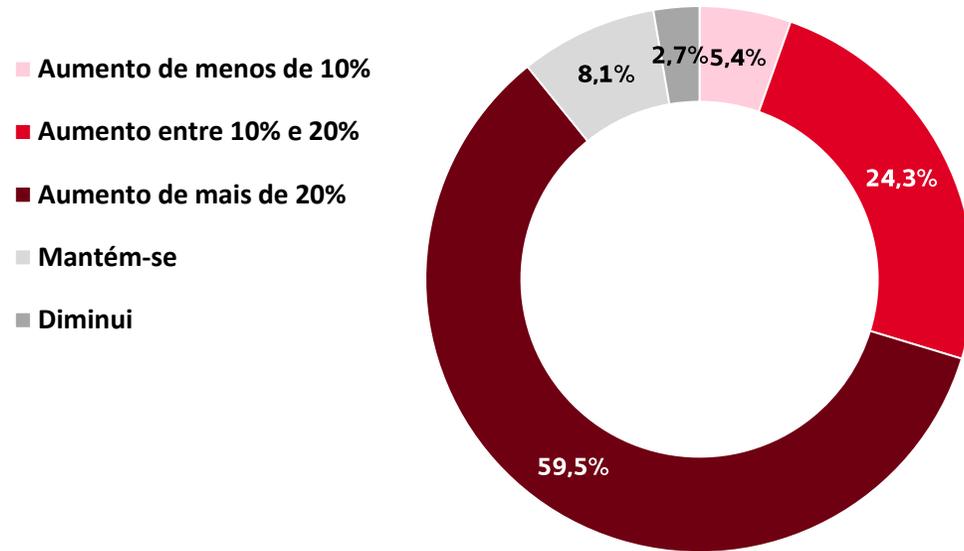
- Saúde, higiene e mat. segurança
- Artigos de casa e material escritório
- Equipamentos fitness e desporto
- Alimentação animais
- Alimentação (refeições e mercearia)
- Eletrónica e computadores



### Should we expect the shift in consumer buying behaviour to continue post-pandemic?



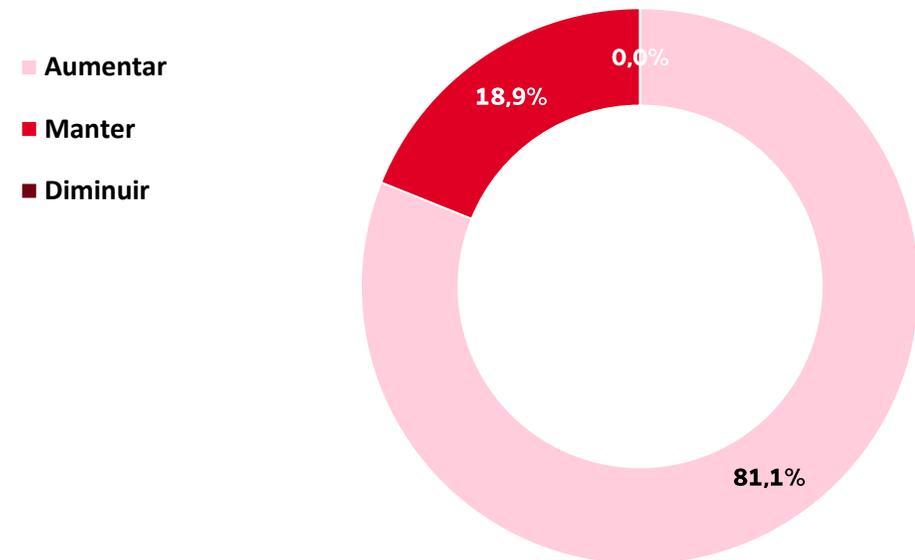
### 3º Insight: Aumento do peso do mercado doméstico



Q3: # Da crise resultou o aumento do peso do mercado doméstico no total das compras online. Como prevê que as compras online, já em cenário pós-COVID, se situarão face à situação anterior à crise (n=37)

- No pós-COVID, cerca de 60% do painel estima que o peso do mercado doméstico no total das compras online aumente mais de 20%.

### 4º Insight: Reforço do papel dos e-marketplaces



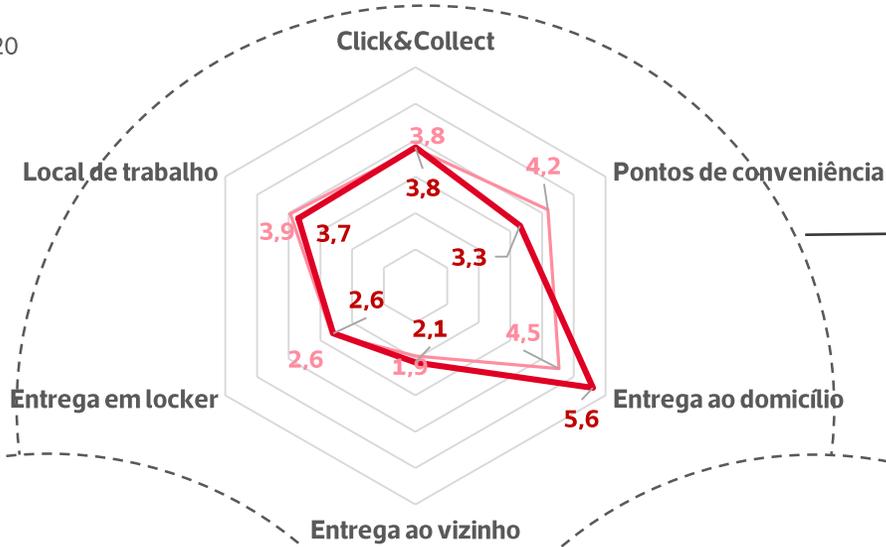
Q4: Na sequência da crise COVID19 e como expert na área do e-commerce, como vê a evolução da participação das vendas dos marketplaces no conjunto das vendas online em Portugal? (n=37)

- No pós-COVID, mais de 80% do painel aponta que a participação dos e-marketplaces no conjunto das vendas online irá aumentar.

# 5º Insight: desafios na logística e entregas

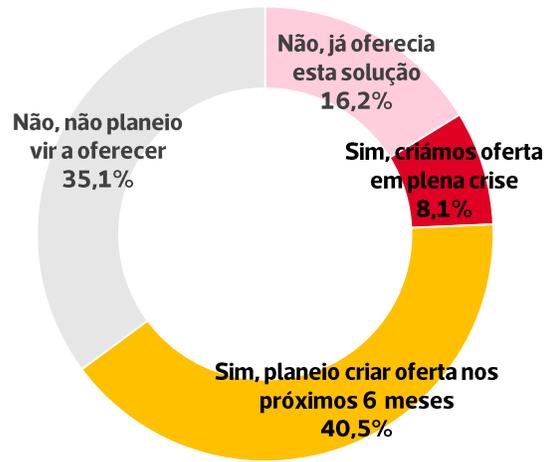


— 1ª vaga 2020  
— COVID19

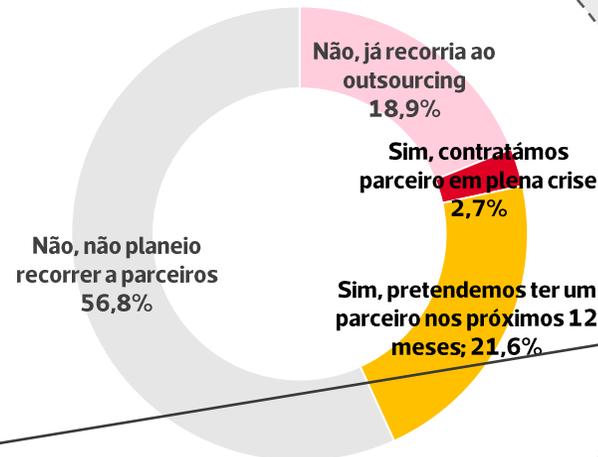


Entregas em casa.  
Click&Collect + lockers vão ganhar peso pós pandemia

Outsourcing e fulfillment e mais intralogistics será uma tendência



A atual crise COVID19 teve ou terá impacto na oferta de entregas "sameday" aos seus clientes?



A crise pandémica teve ou terá impacto na contratação de um parceiro para a oferta de soluções logísticas (e-fulfillment)?

Sameday delivery veio para ficar

+ Ommichanel



+ flexibilidade no supply chain

**a nossa entrega é total**

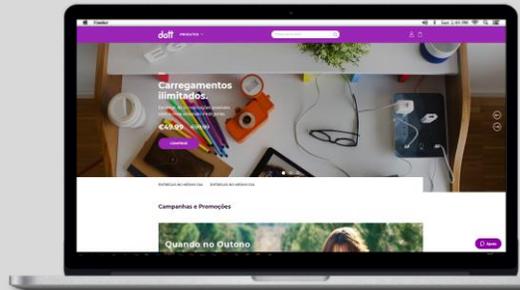


# Iniciativas e-commerce CTT de combate ao COVID19



## Marketplace Dott

## Criação Lojas online CTT



## CTT Logística

LOGÍSTICA

Soluções integradas de armazenamento, preparação e entrega



a nossa entrega é total

LOJA ONLINE - > 900 lojas registadas

A Feira do Queijo DOP está no Dott!

A região Viseu Dão Lafões está no ponto.

PARCERIA UBER

REFORÇO PARCERIA OLX

CCP CONFEDERAÇÃO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS PORTUGAL

Região Autónoma da Madeira Governo Regional

LISBOA CÂMARA MUNICIPAL

matosinhos

REDONDO

UACS UNIÃO DE ASSOCIAÇÕES DE COMÉRCIO E SERVIÇOS DA REGIÃO DE LISBOA E VALE DO TEJO

MUNICÍPIO DE VILA VIÇOSA Câmara Municipal

CEVAL CONFEDERAÇÃO EMPRESARIAL DO ALTO MINHO

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE VILA DO CONDE

MONTEMOR | O | NOVO

FIGUEIRÓ DOS VINHOS