

THE LAUNCH OF THE BANCO CTT

The origins of the CTT logo go back a long way – to 1520, in fact, when Portugal had a monarchy and journeys were made on foot, on horseback or by carriage. The mail service, which was initially dictated by the needs of its users – the crown, the nobility and merchants – had limited scope, as couriers had to be prepared to face all sorts of eventualities, especially bad weather and the poor quality of the roads, and within the country they had to transport letters on foot or on horseback. The image of the rider on his horse, blowing his trumpet to announce the arrival of the post, stems from this time. This symbol has been ubiquitous throughout Portugal for several centuries, thus maintaining a strong connection with the CTT's historical legacy. The graphic depiction of the messenger and his horse have been given a certain dynamism over time; today they appear to the galloping at speed, bound for the future.

These 500 years of history have made the CTT one of Portugal's most iconic brands. On top of its physical presence throughout the country, with the largest network of points of contact of any firm, it also has a remarkable emotional resonance, eliciting feelings of trust and familiarity – something that the CTT has fostered across the entire population. Its customer focus and commitment, not to mention its excellent service, are its intrinsic corporate values, and the Portuguese demonstrate their trust in the CTT by saving their money with the company. The CTT's legacy, experience in financial services and the clear opportunity within the market are the foundation upon which the Banco CTT was launched.

On 18 March 2016 the CTT marked another major milestone in its history: the founding of the Banco CTT. This bank was created in order to further enhance the privileged relationship that the CTT already enjoys with the Portuguese people, who appreciate its reliability and the excellence of its products, together with its high-quality service and care in managing everyday finance. Banco CTT's whole approach is based around its commitment to simplicity, transparency, proximity and efficiency. It aims to continue to be an abiding feature of Portuguese life, offering the country's people a range of simple and competitive products and financial services that meet customers' needs.

Francisco de Lacerda
Chairman and CEO
CTT Correios de Portugal

Dados Técnicos / Technical Data

Emissão / issue - 2016 / 09 / 21

Bloco / souvenir sheet

€2,00 x 40 000

Design - Vasco Martins

Créditos / credits

Bloco / souvenir sheet

Selo / stamp: Português de ouro de D. Manuel I (1495-1521), Coleção Banco de Portugal;

cavalo; foto / photo: Garage / Frederico van Zeller

Fundo / background: edifício-sede CTT Correios de Portugal;

foto / photo: Pedro Mónica / CTT;

Loja dos Restauradores, Lisboa;

foto / photo: Garage / Frederico van Zeller

Cavalos e Loja Banco CTT, composição by Partners

Tradução / translation

Kennis Translations

Papel / paper

110 g./m²

Formato / size

Bloco / souvenir sheet: 95 x 125 mm

Picotagem / perforation

Cruz de Cristo / Cross of Christ 13 x 13

Impressão / printing - offset

Impressor / printer - Cartor

Sobrescrito de 1.º dia / FDC

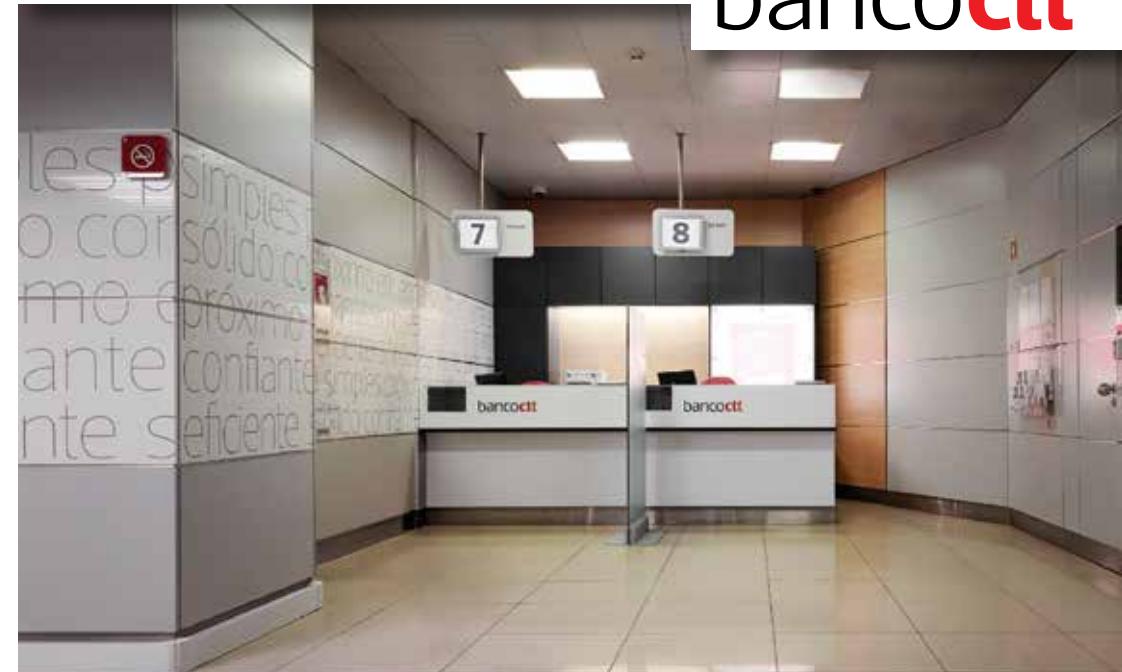
C5 - €0,75

Pagela / brochure

€0,70



Lançamento do **banco** **ctt**



Obliterações do 1.º dia em First day obliterations in

Loja CTT Restauradores

Praça dos Restauradores, 58

1250-998 LISBOA

Loja CTT Município

Praça General Humberto Delgado

4000-999 PORTO

Loja CTT Zarco

Av. Zarco

9000-069 FUNCHAL

Loja CTT Antero de Quental

Av. Antero de Quental

9500-160 PONTA DELGADA

Encomendas a / Orders to

FILATELIA

Av. João II, nº13, 1º

1999-001 LISBOA

Colecionadores / collectors

filatelia@ctt.pt

www.ctt.pt

www.facebook.com/Filateliactt

O produto final pode apresentar pequenas diferenças.

Slightly differences may occur in the final product.

Design: Atelier Design&etc

Impressão / printing: Futuro Lda.

Lançamento do bancoctt

As origens do logotipo dos CTT são antigas, remontam a 1520, tempos em que a monarquia reinava em Portugal, e em que as deslocações eram feitas a pé, a cavalo ou de carruagem. O serviço de correspondência que inicialmente era ditado pela solicitação dos utentes — coroa, nobreza e homens de negócio — tinha uma eficiência limitada pois os portadores tinham que se sujeitar a todas as contingências, especialmente as condições climatéricas e a má qualidade das estradas, uma vez que o envio do correio em território nacional era feito a pé ou a cavalo. Resulta daí a imagem do cavaleiro montado num cavalo tocando a trombeta anunciando a chegada do correio. Este símbolo há vários séculos que entra na casa de todos os portugueses e mantém uma forte ligação com o património histórico dos CTT. A representação gráfica do mensageiro e do cavalo ganharam alguma dinâmica ao longo do tempo, assumindo uma postura de galope e velocidade, orientada para o futuro.

Estes 500 anos de história tornaram os CTT numa marca emblemática em Portugal. Mais do que a presença física em todo o país, com a maior rede de pontos de contacto, é notável a relação emocional, de confiança e proximidade que os CTT têm mantido com toda a população. A orientação e o compromisso com o cliente, bem como a excelência do serviço são valores intrínsecos da empresa que dão credibilidade aos portugueses para confiarem e depositarem nos CTT as suas poupanças. Com este legado,

a experiência em serviços financeiros e a oportunidade clara que havia no mercado, estavam reunidas as condições que conduziram ao lançamento do Banco CTT.

No dia 18 de Março de 2016 registou-se mais um marco de grande relevância na história dos CTT: o nascimento do Banco CTT. Um banco que chegou para intensificar a relação de proximidade que os CTT já mantêm com os portugueses, uma população que valoriza a confiança e privilegia a excelência dos produtos, serviço e atendimento, na gestão diária da vida financeira. Assente numa proposta de valor de simplicidade, transparência, proximidade e eficiência, o Banco CTT quer continuar a fazer parte da vida dos portugueses, apresentando-lhes uma oferta de produtos e serviços financeiros simples e competitivos que vão ao encontro dos seus clientes.

Francisco de Lacerda
Presidente e CEO
CTT Correios de Portugal

