

MODELO DE NEGÓCIO

NATUREZA DAS OPERAÇÕES E PRINCIPAIS ATIVIDADES

O Grupo presta um amplo conjunto de serviços bancários e atividades financeiras em Portugal e no estrangeiro, onde assume já uma posição de destaque no mercado africano, através de países com os quais mantém uma relação de afinidade histórico-cultural (Moçambique e Angola), e com uma expressiva presença na Europa através das operações na Polónia, Grécia, Roménia e Suíça. Todas as suas operações bancárias desenvolvem a sua atividade sob a marca Millennium. Estando sempre atentos aos desafios que se impõem num mercado cada vez mais global, o Grupo assegura ainda a sua presença nos cinco continentes através de escritórios de representação e/ou protocolos comerciais.

O Banco oferece um vasto leque de produtos e serviços financeiros: contas à ordem, meios de pagamento, produtos de poupança e de investimento, *private banking*, gestão de ativos e banca de investimento, passando pelo crédito imobiliário, crédito ao consumo, banca comercial, *leasing*, *factoring* e seguros, entre outros. As operações de *back-office* para a rede de distribuição encontram-se integradas, de forma a beneficiar de economias de escala.

Em Portugal, o Millennium bcp opera com a segunda maior rede de distribuição, encontrando-se centrado no mercado de Retalho, servindo os seus Clientes de uma forma segmentada. As operações das subsidiárias disponibilizam, geralmente, os seus produtos através das redes de distribuição do BCP, oferecendo um conjunto alargado de produtos e serviços dos quais se destacam a gestão de ativos e os seguros.

FATORES DISTINTIVOS E SUSTENTABILIDADE DO MODELO DE NEGÓCIO

MAIOR INSTITUIÇÃO BANCÁRIA PRIVADA

O Millennium bcp é a maior instituição bancária privada em Portugal, assumindo uma posição de liderança e destaque em diversos produtos, serviços financeiros e segmentos de mercado, estando alicerçada num *franchise* forte e bastante expressivo a nível nacional.

A atividade no mercado doméstico está enfocada na Banca de Retalho, que se encontra segmentada de forma a melhor servir os interesses dos Clientes, quer através de uma proposta de valor assente na inovação e rapidez destinadas aos designados Clientes Mass-market, quer através da inovação e da gestão personalizada de atendimento, destinada aos Clientes Prestige e Negócios. A Rede de Retalho conta ainda com um banco vocacionado para Clientes com um espírito jovem, utilizadores intensivos de novas tecnologias da comunicação, que privilegiam uma relação bancária assente na simplicidade e que valorizem produtos e serviços inovadores.

Complementarmente, o Banco dispõe de canais de banca à distância (serviço de banca por telefone e pela internet), que funcionam como pontos de distribuição dos seus produtos e serviços financeiros. Os canais remotos estão também na base de um novo conceito de banca, assente na plataforma do ActivoBank.

No final de 2012, o Banco contava com a segunda maior rede de distribuição bancária do país (839 sucursais), servindo mais de 2,3 milhões de Clientes, sendo o segundo banco (primeiro privado) em termos de quota de mercado, quer em crédito a clientes (19,1%), quer em depósitos de clientes (18,1%).

RESILIÊNCIA E SUSTENTABILIDADE DO MODELO DE NEGÓCIO

A generalização das crises de liquidez e de crédito, iniciadas em 2007, trouxe novos desafios ao sistema financeiro. O agravamento da crise soberana exigiu, dos bancos nacionais, um esforço adicional para superar as adversidades.

O Millennium bcp, em particular, tem evidenciado a sua robustez ao superar com êxito as sucessivas exigências impostas em matéria de capital e liquidez. A solidez do Banco assenta num modelo de negócio testado e distinguido, comprovado pelos indicadores de *performance* e pelo reconhecimento externo (destacando-se o expressivo número de prémios obtidos e, em particular, os elevados níveis de satisfação dos seus Clientes).

A subscrição pelo Estado de instrumentos híbridos qualificáveis como capital *Core Tier 1* no valor total de 3 mil milhões de euros, concluída no passado dia 29 de junho de 2012, e a concretização do aumento de capital no valor de 500 milhões de euros, finalizada em outubro de 2012, permitiram que o Banco alcançasse rácios de capital mais confortáveis em 2012. Para o triénio 2013-2015, o Millennium bcp tem como metas a recuperação da rentabilidade em Portugal e o desenvolvimento continuado do negócio na Polónia, Moçambique e Angola.

A capacidade de resistência do modelo de negócio assenta, essencialmente, no enfoque na Banca de Retalho, por natureza mais estável e menos volátil, face ao peso diminuto das operações financeiras. Por sua vez, a resiliência do produto bancário, mesmo no contexto atual da crise financeira, e os níveis de eficiência elevados, que têm vindo a ser reforçados desde 2008, são fruto de uma estratégia continuada, assente na redução de custos.

ENFOQUE NO CLIENTE

Sobre o lema "Procuramos ver o mundo a partir dos olhos do Cliente, porque ambicionamos satisfazer todas as suas necessidades e contribuir para a concretização plena dos seus sonhos", o Millennium bcp elegeu o Enfoque no Cliente como um dos seus valores e pilares estratégicos, sendo este um fator crítico para o sucesso comercial do Banco.

O Banco reforçou o seu compromisso com os Clientes como uma das prioridades estratégicas, desde 2009, tendo implementado um conjunto de iniciativas neste âmbito, das quais se destacam: i) programas de aproximação à base de Clientes, através do aumento do número de contactos e do acompanhamento regular da sua atividade, permitindo identificar novas oportunidades de negócio e detetar eventuais sinais de dificuldade que permitam uma ação preventiva por parte do Banco, e ii) programas de captação de Clientes nas principais operações internacionais.

Paralelamente, nos últimos anos, o Millennium bcp tem promovido a partilha de informação com os seus Clientes, através da realização de diversos eventos, dos quais se destacam os Encontros Millennium, quer para Clientes Particulares, quer para Clientes Empresas.

O reconhecimento dos Clientes tem sido visível. Em 2012, o Millennium bcp foi distinguido como Escolha do Consumidor em Portugal, pela CONSUMERCHOICE – Centro de Avaliação da Satisfação do Consumidor, tornando-se na primeira marca a conquistar este prémio na categoria da Banca.

Na ótica da contínua e constante procura de melhoria do serviço ao Cliente, e porque acredita que a confiança dos seus Clientes é o ativo mais valioso que tem à sua guarda, o Banco monitoriza regularmente a satisfação de Clientes, através de estudos de medição da qualidade do serviço prestado.

Em 2012, foram enviados 804.255 inquéritos por via postal e eletrónica, cuja taxa global de resposta foi de 8,4%. O diagnóstico aprofundado efetuado junto dos Clientes da Rede de Retalho permitiu identificar a "confiança" e a "qualidade do atendimento prestado", destacadamente, como os atributos eleitos pelos Clientes como principal razão de escolha do seu Banco principal.

A monitorização da satisfação dos Clientes do Retalho com a oferta global e o serviço prestado permitiu concluir que se mantêm os elevados níveis de satisfação, alicerçados no reforço da relação com os Clientes, no suporte e informação/aconselhamento financeiro e na adequação da oferta.

BANCO LÍDER EM INOVAÇÃO

Desde a sua fundação, o BCP construiu uma reputação baseada no seu dinamismo, inovação, competitividade, rentabilidade e solidez financeira. Tem sido uma referência em vários segmentos de mercado em Portugal e uma instituição de referência internacional na distribuição de produtos e serviços financeiros. O BCP foi o primeiro Banco em Portugal a introduzir vários conceitos e produtos inovadores, incluindo métodos de marketing direto, desenho de balcões baseados no perfil dos Clientes, contas ordenado, balcões de menor dimensão e maior eficiência (NovaRede), banca telefónica (através do Banco 7, que, subsequentemente, se transformou na primeira plataforma *online* em Portugal), seguros de saúde (Médis) e Seguro Direto, tendo sido o primeiro banco português com um *site* dedicado a empresas.

Atendendo à importância da inovação, enquanto fator de excelência distintivo face à concorrência, o BCP foi novamente pioneiro no lançamento de um novo conceito de banca, assente na plataforma do ActivoBank, baseado na simplicidade do serviço ao Cliente, conveniência, transparência e presença de canais de distribuição e comunicação emergentes (ex. *Mobile Banking*). O ActivoBank tem sido reconhecido pela comunidade financeira internacional e distinguido com a atribuição de prémios como "Best Consumer Internet Bank 2012 in Europe" e "Best in Mobile Banking", atribuídos pela revista *Global Finance*, entre outros, e foi nomeado como um dos cinco finalistas, entre cerca de 200 candidatos, dos prémios *Global Banking Innovation Awards*, na categoria Inovação Disruptiva, promovidos pela BAI. O ActivoBank foi ainda distinguido pela revista *World Finance* como "Best Commercial Bank" em Portugal, no âmbito dos *World Finance Banking Awards 2012*.

A constante procura do que é novo, sempre que o novo seja melhor, é um compromisso transversal à organização. Os Colaboradores encontram-se igualmente envolvidos neste processo através de um programa interno de geração de ideias, "Mil Ideias", baseado no reconhecimento dos Colaboradores enquanto força criativa originadora de ideias de valor, apostando numa cultura de inovação.

ACTIVOBANK: UM NOVO CONCEITO DE BANCO

ActivoBank

by Millennium



FATORES DISTINTIVOS

Canais



- Sucursais com horários alargados
- Acesso através de smartphones
- Aplicação de suporte aos investimentos para iPhones

Oferta



ActivoBank simplifica

Operativa



Abertura de conta em 20 minutos, com todos os meios de pagamentos

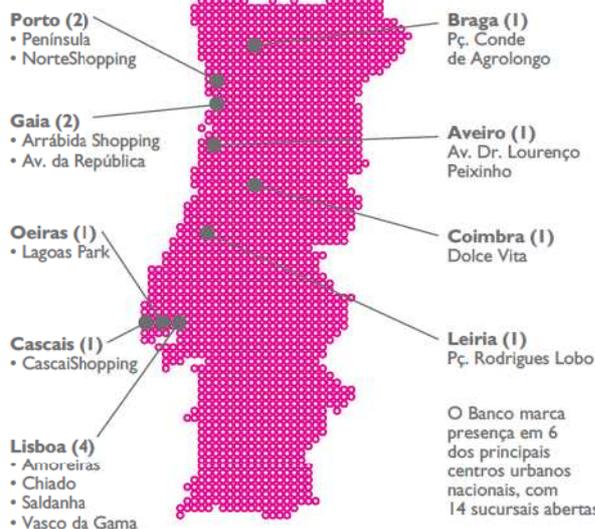
NÚMERO DE CLIENTES

Milhares



DEPÓSITO DE CLIENTES

Milhões de euros



TECNOLOGIA

Em 2012, o Banco assegurou um conjunto de projetos e iniciativas estruturantes nas diferentes áreas da Direção de Informática e Tecnologia, tendo em vista a prossecução de um processo de melhoria contínua da eficiência operativa e aplicacional, dos níveis de serviços, da otimização de custos e da adaptação oportuna aos requisitos do negócio.

Neste intuito, em concordância com o quadro de referência estabelecido pelo Banco, foram definidas diversas áreas críticas de atuação, salientando-se a nova segmentação de Clientes, a renovação do *site* de particulares, de acordo como uma nova estratégia e abordagem comercial, o *upgrade* da plataforma de acompanhamento comercial (iPAC) e do sistema de suporte a todos os produtos da atividade de *Trade Finance* (IMEX) e a disponibilização de novas funcionalidades ao nível do *Trade Finance* e *e-invoicing*, nos canais internet.

MARCA MILLENNIUM

A marca Millennium constitui uma base para toda a oferta comercial do Banco e uma peça fundamental na sua estratégia, com impactos diretos nos seus resultados, permitindo posicionar o Millennium bcp na mente dos seus Clientes e projetar credibilidade, reforçar a relação de confiança no Banco e criar um sentimento de lealdade, potenciando o valor da marca.

A marca Millennium representa ainda uma promessa de valor para os Clientes, diferenciando o Banco, a sua oferta e o seu serviço, através de atributos valorizados e percebidos pelo mercado, entre os quais se destacam a Inovação, a Modernidade/Juventude, o Dinamismo e a Qualidade, de acordo com os estudos independentes da Marktest (BASEF) e do Grupo Consultores (brandScore).

Os princípios estratégicos orientadores do negócio do Millennium bcp compreendendo as vertentes de captação de Clientes e negócio, em particular recursos de clientes, foram transmitidos, durante 2012, através do lançamento de um conjunto de campanhas publicitárias que alinharam o discurso comercial com os valores-chave do Banco. Deste modo, o processo comunicacional apostou num discurso sustentável e coerente, assente na premissa de perfeita sintonia do posicionamento institucional pretendido com os objetivos de negócio delineados.

Principais campanhas

Esta estratégia foi suportada por uma oferta concreta de soluções e produtos. Neste sentido, é de realçar a campanha institucional protagonizada por José Mourinho, à qual se associou o "Depósito a Prazo Special One Top". Assente no testemunho de Mourinho sobre conceitos estratégicos para o Banco, como a Poupança, a Família e Portugal, esta campanha esteve alicerçada na afirmação "Acreditamos" enquanto manifestação de uma crença comum, transversal ao Millennium bcp e à própria sociedade.

A permanente harmonização entre a atualidade e a comunicação esteve igualmente presente nas principais iniciativas lançadas durante este período, com especial realce para a campanha "Depósito Olímpico", que potenciou o estatuto de Banco Oficial do Comité Olímpico de Portugal, e para campanhas estratégicas a nível comercial, como a "Vantagem Ordenado", "Cliente Freqüente", "Millennium GO!" e "Rendimento Mensal".

Importa ainda salientar a aposta do Millennium bcp em ações inovadoras, como o projeto "M Imóveis", cuja estratégia de comunicação permitiu uma alavancagem comercial significativa e a apresentação de iniciativas táticas, como o "Voucher Presente 25 Euros", lançado no início de dezembro, por ocasião do Natal.

Os bons resultados e o sucesso da comunicação desenvolvida refletiram-se não só nos diversos prémios alcançados – caso do galardão de bronze, para a categoria Serviços Financeiros e Seguros dos Prémios à Eficácia da Comunicação com a campanha "Rock in Rio Lisboa 2012" – mas também, na distinção enquanto Escolha do Consumidor na categoria Banca, com destaque para o Atendimento, Preço dos produtos e serviços e Condições oferecidas, e também no reconhecimento como Superbrand 2012.

A notoriedade do Millennium bcp, em 2012, foi consolidada, tendo o Banco obtido, uma vez mais, um lugar de destaque entre os bancos privados a atuar em Portugal, sendo líder em *Top of Mind* de Banca e em Notoriedade Espontânea Total, em conformidade com os últimos dados divulgados pelos estudos independentes da Marktest (BASEF).

Patrocínios

Em 2012, o Millennium bcp continuou a política de associação a grandes eventos e entidades que, face à sua dimensão e posicionamento no mercado, são fundamentais para a presença da marca junto do grande público. Neste contexto, é de ressaltar a continuação da associação ao evento Rock in Rio Lisboa, que, ao celebrar a sua quinta edição, contou, novamente, com o Millennium bcp enquanto patrocinador principal. Este evento é considerado o mais importante e conhecido festival de música realizado em Portugal, com uma notoriedade total de 97% junto da população. Na edição de 2012, o festival registou mais de 350 mil visitantes, fortalecendo a perceção do Millennium bcp enquanto marca bancária dominante no campo da música, sendo referida por 77% das pessoas inquiridas no estudo do Grupo Consultores (brandScore).

Durante este período, mereceu ainda destaque a celebração do protocolo com o Comité Olímpico de Portugal (COP) no âmbito da participação portuguesa nos Jogos Olímpicos de Londres 2012, passando o Millennium bcp a ser o Banco Oficial do COP e da equipa olímpica portuguesa. A associação da marca aos atletas olímpicos corporiza os valores de trabalho, ambição, paixão e espírito de vitória.

Redes sociais

Assente na missão de levar valor acrescentado aos Clientes e outros públicos, o Millennium bcp entrou ativamente nas redes sociais em maio de 2010, onde conta com várias dezenas de milhares de "seguidores", em particular no Facebook, onde o maior número de presenças e a atividade constante suportam uma estratégia de comunicação assente no imediatismo e proximidade com públicos-alvo, com divulgação de informação de interesse geral no âmbito da atividade de cada uma das áreas presentes.

Em 2012, a presença do Millennium bcp nas redes sociais foi consolidada através de uma estratégia de comunicação concertada e integrada, envolvendo recursos internos e externos que, através da monitorização de diversas plataformas e da participação ativa constante, conseguiram aumentar o número de "seguidores" e de interações com diversas áreas presentes. Da responsabilidade social ao produto, passando pelo entretenimento e pelo suporte ao Cliente, a ação do Millennium bcp nas redes sociais é já uma referência de boas práticas e sucesso que se prevê crescer em 2013, abarcando novos desafios.

MILLENNIUM GO!

julho 2012

M
GO!
TUDO QUE PRECISA
MAIS LONGE

GO! TOP
TUDO QUE PRECISA
SUCESSO

PARA ATIVOS CLIENTES E NOVOS ADESDES ATÉ 07.09.2012

- GO! 3,5€/mês
- GO! TOP 8€/mês

Pode migrar para a melhor taxa de 4,5%.
As comissões indicadas são variáveis de acordo com o valor.
Pode haver alteração de condições de utilização de produtos e serviços associados. Informação no Millennium Bcp.

www.millenniumbcp.pt

707 32 24 24
Atendimento 24h

**TRAZ UM AMIGO
E FIQUEM
ISENTOS DA
COMISSÃO
MENSAL
ATÉ 31.12.2012**



Millennium
bcp

DEPÓSITO OLÍMPICO

julho 2012

M
DEPÓSITO OLÍMPICO

- DEPÓSITO A PRAZO A 183 OU 360 DIAS
- MONTANTE MÍNIMO DE CONSTITUIÇÃO E MANUTENÇÃO: 1.000€
- MONTANTE MÁXIMO DO DEPÓSITO: 200.000€

www.millenniumbcp.pt

707 32 24 24
Atendimento 24h

**CONQUISTE
UM LUGAR
NO PÓDIO
PARA AS SUAS
POUPANÇAS**

Millennium
bcp

AUMENTO DE CAPITAL

setembro 2012

M
**INVISTA NO
FUTURO COM
O SEU BANCO**

TIPO DE DEPÓSITO	TAXA DE JUROS	COMISSÃO DE MANUTENÇÃO	COMISSÃO DE ENCERRAMENTO	COMISSÃO DE ABERTURA	COMISSÃO DE CANCELAMENTO
DEPÓSITO A PRAZO	4,5%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
DEPÓSITO A VISTA	3,5%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
DEPÓSITO A PRAZO	4,5%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
DEPÓSITO A VISTA	3,5%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

AUMENTO DE CAPITAL SETEMBRO DE 2012

- PRODUTO TÍTULO 100 MIL LEMAS
- PRazo de constituição de 3 a 30 dias e encerramento de 30 dias
- PRazo de constituição 1 ano
- COMISSÃO de abertura
- COMISSÃO de cancelamento de 0,00%

707 32 24 24
Atendimento 24h

**PARTICIPE
NO AUMENTO
DE CAPITAL
2012**

**FAÇA JÁ A SUA
SIMULAÇÃO EM
www.millenniumbcp.pt**

Millennium
bcp

DEPÓSITO SOMA+

outubro 2012

M
DEPÓSITO SOMA+

QUANTO MAIS PRODUTOS E SERVIÇOS BANCÁRIOS SUBSCREVER, MAIOR A REMUNERAÇÃO QUE PODERÁ RECEBER.

- DEPÓSITO A PRAZO A 360 DIAS
- MONTANTE MÍNIMO DE CONSTITUIÇÃO: 1.000€
- MONTANTE MÁXIMO DO DEPÓSITO: 10.000€

Informe-se no Millennium Bcp.

www.millenniumbcp.pt

707 32 24 24
Atendimento 24h

**SOMA+
AMOR
COM AMOR
SE PAGA**

Millennium
bcp

POSICIONAMENTO COMPETITIVO

O Millennium bcp é a maior instituição bancária privada nacional, dispondo da segunda maior rede de sucursais em Portugal (839) e de uma posição em crescente expansão nos países em que detém operações, com especial destaque para os mercados africanos de afinidade.

Assente na máxima "Procuramos ver o mundo a partir dos olhos do Cliente", o Banco apresenta uma vasta gama de produtos bancários e serviços financeiros, estando centrado no Retail, através do qual oferece serviços de banca universal e, complementarmente, canais de banca à distância (serviço de banca por telefone e internet), funcionando como pontos de distribuição.

A vocação para a excelência, a qualidade do serviço e a inovação são valores distintivos e diferenciadores face à concorrência. Acompanhando as alterações na preferência dos consumidores pela banca digital, a criação do ActivoBank veio servir de forma privilegiada um conjunto de Clientes urbanos, com espírito jovem, utilizadores intensivos de novas tecnologias de comunicação e que valorizam na relação bancária a simplicidade, a transparência, a confiança, a inovação e a acessibilidade.

As operações em Portugal representam, atualmente, 75% do total de ativos, 74% do total de crédito a clientes (bruto) e 66% do total de depósitos de clientes. O Banco detém 2,3 milhões de Clientes em Portugal e quotas de mercado de 19,1% e 18,1% em crédito a clientes e depósitos de clientes.

O Millennium bcp encontra-se presente nos cinco continentes através das suas operações bancárias, escritórios de representação e/ou através de protocolos comerciais, possuindo, no final de 2012, cerca de 5,5 milhões de Clientes. Todas as operações desenvolvem a sua atividade sob a marca Millennium.

O Millennium bcp prossegue os planos de expansão das suas operações em África. O Millennium bim, um banco universal a operar desde 1995 em Moçambique, detém mais de 1 milhão de Clientes, sendo banco líder neste país, com 33,1% em crédito a clientes e de 30,6% em depósitos. O Millennium bim é uma marca com elevada notoriedade no mercado moçambicano, associada à inovação, com grande penetração ao nível da banca eletrónica e excecional capacidade de atrair novos Clientes. O banco é ainda uma referência em rentabilidade.

O Banco Millennium Angola (BMA) foi constituído em 3 de abril de 2006 por transformação da sucursal local em banco de direito angolano. Beneficiando da elevada imagem de marca do Millennium bcp, o BMA apresenta características distintivas, como a inovação e a dinâmica da comunicação, disponibilidade e conveniência. Em Angola, o Grupo aspira, com o investimento em curso, tornar-se num *player* de referência no setor bancário, a médio prazo. O BMA aspira ainda a tornar-se um parceiro importante para as empresas do setor petrolífero, através da constituição de um centro de empresas específico, do apoio financeiro às empresas e de operações de *trade finance*. O banco detinha, no final de 2012, uma quota de 3,0% em crédito a clientes e de 2,8% em depósitos.

Realce ainda para a atribuição de várias distinções durante 2012, por diversas entidades de renome, às operações do Millennium bcp nestas regiões. Assim, o Millennium bim foi reconhecido, pela revista *World Finance*, como o Melhor Grupo Bancário em Moçambique, pelo terceiro ano consecutivo; foi premiado como Melhor Banco em Moçambique, pelas publicações *Global Finance* e *emeafinance*, e recebeu a distinção de Banco do Ano em Moçambique, através da revista *The Banker*. Por sua vez, o BMA foi considerado o Melhor Banco com Capital Maioritariamente Estrangeiro, pela *emeafinance*.

Na Polónia, o Bank Millennium dispõe de uma rede de sucursais bem distribuída e suportada numa moderna infraestrutura multicanal, qualidade de serviço de referência, elevado reconhecimento da marca, base de capital robusta, liquidez confortável, sólida gestão e controlo do risco. O Bank Millennium detinha, no final de 2012, uma quota de mercado de 4,8% em crédito a clientes e de 5,1% em depósitos.

Na Grécia, o Banco Comercial Português, S.A. (BCP) assinou, no dia 22 de abril, acordos definitivos com o Piraeus Bank respeitantes: i) à venda da totalidade do capital social do Millennium bank (Grécia) (MBG) e ii) à participação do BCP no próximo aumento de capital do Piraeus Bank.

A assinatura destes acordos marca a conclusão das negociações estabelecidas entre o BCP e o Piraeus Bank, após o anúncio, no dia 6 de fevereiro de 2013, de que as partes haviam encetado negociações com caráter de exclusividade.

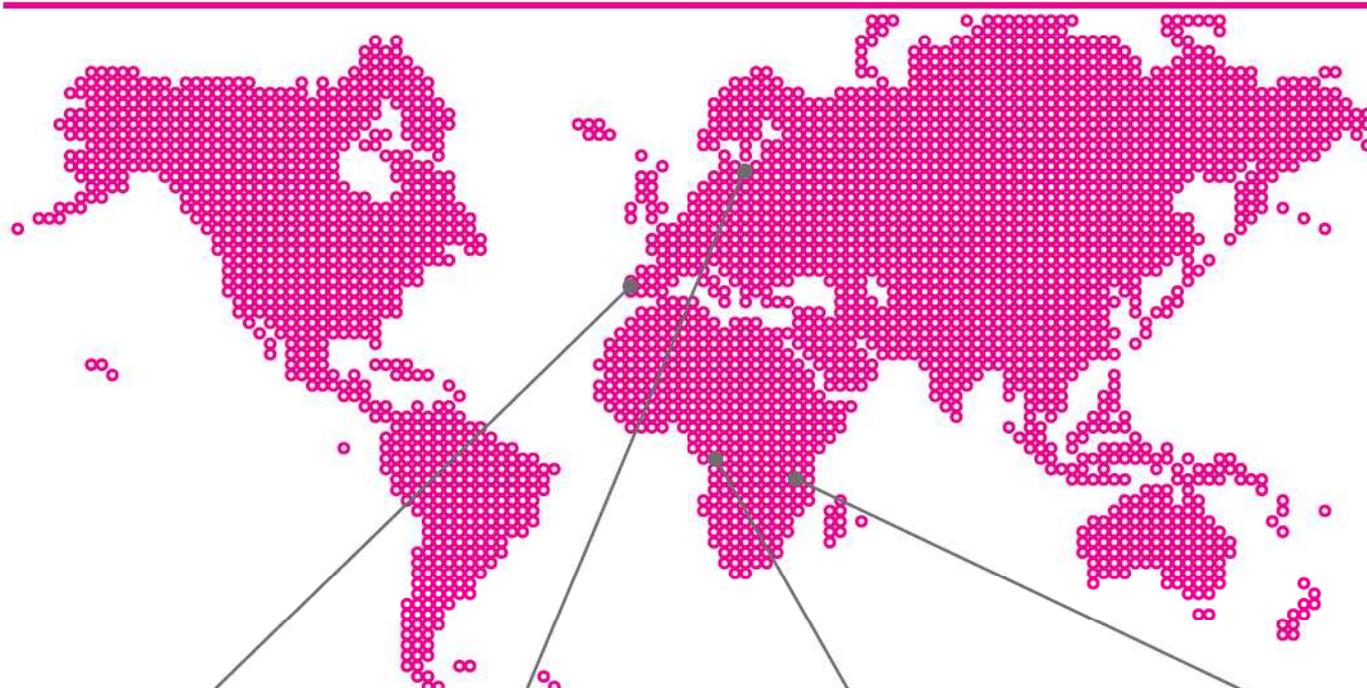
Este acordo insere-se nas determinações definidas pelo Banco Central da Grécia e pelo Hellenic Financial Stability Fund (HFSF) para a reestruturação do sistema bancário grego e o fortalecimento da sua estabilidade financeira. Os termos e condições das transações foram aprovados pelo HFSF.

As transações deverão ser executadas no decurso do segundo trimestre de 2013, estando sujeitas à obtenção das autorizações finais das entidades regulatórias.

Na Roménia, o Grupo está presente com uma operação *greenfield* lançada em outubro de 2007. A Banca Millennium é um banco de âmbito nacional que disponibiliza um vasto leque de produtos financeiros inovadores a particulares e empresas, contando com uma rede de 65 sucursais, que inclui 7 centros de empresas.

Na Suíça, o Grupo o detém uma operação desde 2003, sendo uma plataforma de *private banking* que presta serviços personalizados e de qualidade a Clientes do Grupo com elevado património, compreendendo soluções de gestão de ativos, baseados em *research* rigoroso e no profundo conhecimento dos mercados financeiros, assente num compromisso irrevogável com a gestão do risco e numa plataforma de IT eficiente.

O Grupo está ainda presente no Oriente desde 1993, mas apenas em 2010 foi realizado o alargamento da atividade da sucursal existente em Macau, através da atribuição da licença plena (*on-shore*), visando o estabelecimento de uma plataforma internacional para a exploração do negócio entre a Europa, China e África lusófona.



PORTUGAL

Quotas de mercado	
Crédito	19,1%
Depósitos	18,1%
Total dos ativos	67.459 M €
Colaboradores	8.982
Sucursais	839

-  Best Bank em Portugal
emeafinance
-  Escolha do Consumidor 2012
CONSUMERCHOICE (*)
-  Banco do Ano
Revista Marketeer
-  Melhor Site de Banco Online
PC Guia
-  Best Consumer Internet Bank em Portugal, Best Integrated Consumer Bank Site, Best in Mobile Banking, Best in Social Media e Best Website Design na Europa
Global Finance
-  Best Commercial Bank
World Finance
-  Finalista Global Banking Innovation Awards em Inovação Disruptiva
BAI e FINACLE
-  Marca de Confiança, na categoria de Seguros, à Medis
Seleções do Reader's Digest

POLÓNIA

Quotas de mercado	
Crédito	4,8%
Depósitos	5,1%
Total dos ativos	12.895 M €
Colaboradores	6.001
Sucursais	447

-  Best Consumer Internet Bank, Best Online Deposit, Credit and Investment Product Offerings na Polónia
Global Finance
-  Best and Friendliest Internet Bank
Newsweek
-  Melhor Oferta para Empresas
Revista Forbes

ANGOLA

Quotas de mercado	
Crédito	3,0%
Depósitos	2,8%
Total dos ativos	1.375 M €
Colaboradores	1.027
Sucursais	76

-  Melhor Banco Estrangeiro em Angola
emeafinance

MOÇAMBIQUE

Quotas de mercado	
Crédito	33,1%
Depósitos	30,6%
Total dos ativos	1.872 M €
Colaboradores	2.444
Sucursais	151

-  Melhor Grupo Bancário em Moçambique
World Finance
-  Melhor Banco em Moçambique
Global Finance
-  Melhor Banco em Moçambique
emeafinance
-  Banco do Ano em Moçambique
The Banker

(*) Centro de Avaliação da Satisfação do Consumidor.