

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

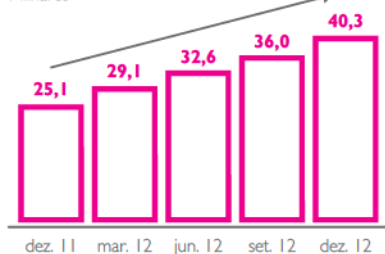
Operativa



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

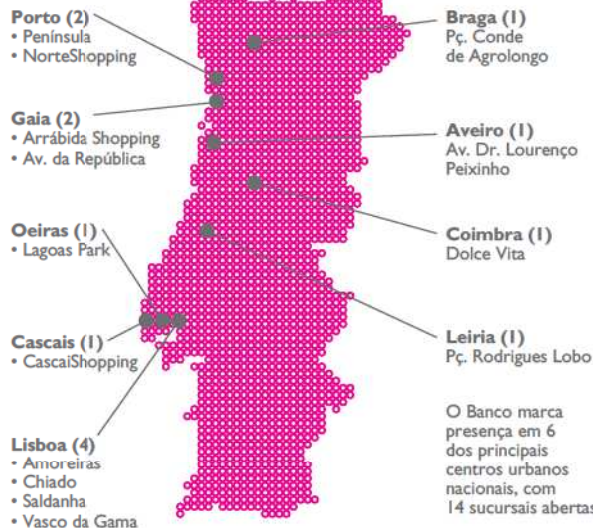
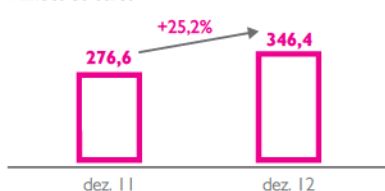
NÚMERO DE CLIENTES

Milhares



DEPÓSITO DE CLIENTES

Milhões de euros



REDE MILLENNIUM

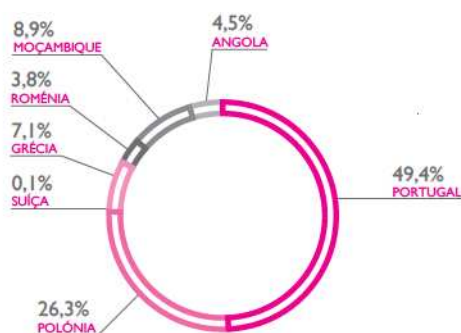
REDE DE DISTRIBUIÇÃO

NÚMERO DE SUCURSAIS

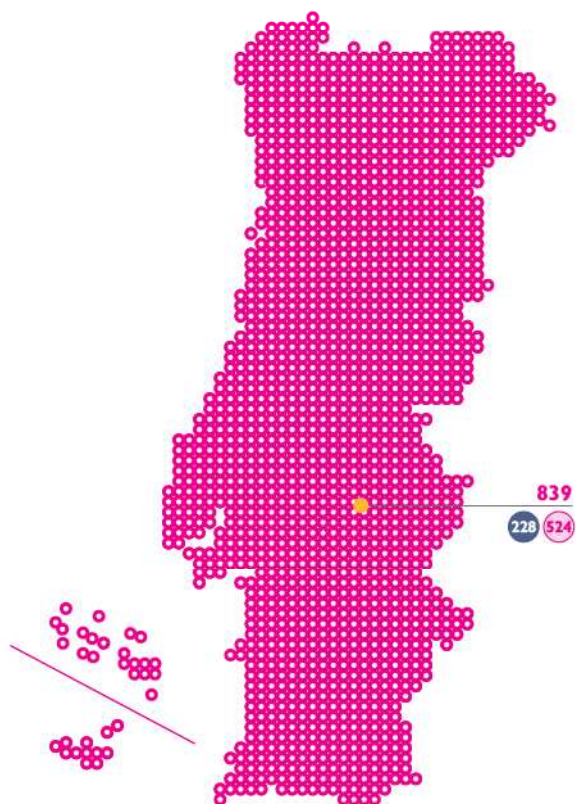
	'12	'11	'10	VAR. % '12/'11
TOTAL EM PORTUGAL	839	885	892	-5,2%
POLÓNIA	447	451	458	-0,9%
SUIÇA	1	1	1	0,0%
GRÉCIA	120	120	155	0,0%
ROMÉNIA	65	66	74	-1,5%
MOÇAMBIQUE	151	138	125	9,4%
ANGOLA	76	61	39	24,6%
TOTAL INTERNACIONAL	860	837	852	2,7%
TOTAL DO GRUPO	1.699	1.722	1.744	-1,3%

1.699 SUCURSAIS MILLENNIUM

DECOMPOSIÇÃO DAS SUCURSAIS

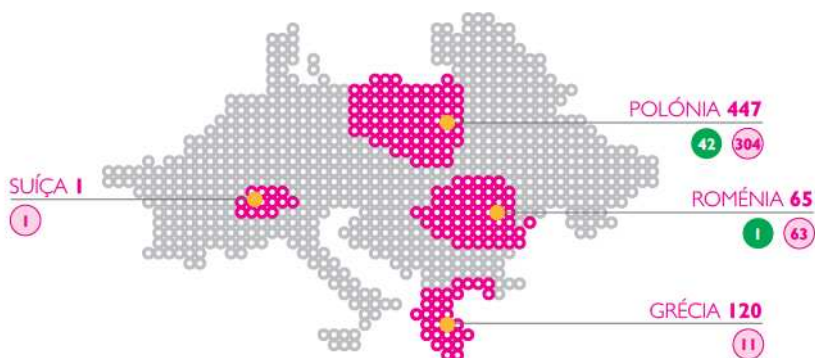


EM PORTUGAL

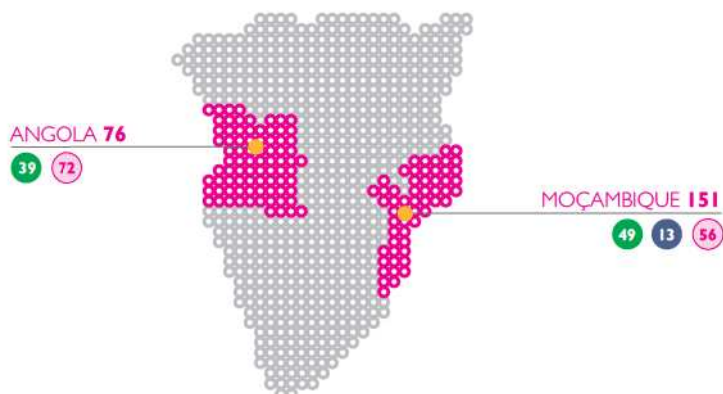


NO ESTRANGEIRO

POLÓNIA, SUIÇA, GRÉCIA E ROMÉNIA



ANGOLA E MOÇAMBIQUE

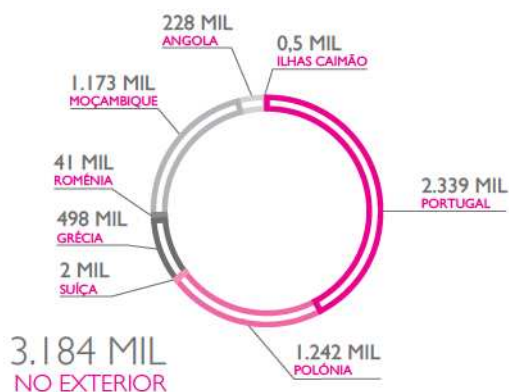


- TOTAL DE SUCURSAIS — ●
- SUCURSAIS ABERTAS AO SÁBADO — ●
- SUCURSAIS COM HORÁRIO DIFERENCIADO — ●
- SUCURSAIS COM ACESSIBILIDADE A PESSOAS COM MOBILIDADE REDUZIDA — ○

CANAIS REMOTOS E SELF-BANKING

5,523 MILHÕES DE CLIENTES

	Internet	Call Centre	Mobile Banking	ATM (*)	POS (**)
TOTAL EM PORTUGAL	533.888	112.481	52.449	2.336	32.912
POLÓNIA	718.761	43.231	52.395	566	-
GRÉCIA	18.618	11.908	245	201	3.385
ROMÉNIA	17.035	589	1.165	66	412
MOÇAMBIQUE	12.830	89.754	115.221	385	4.058
ANGOLA	1.658	-	-	104	713
TOTAL INTERNACIONAL	769.715	145.482	169.026	1.322	8.568
TOTAL DO GRUPO	1.303.603	257.963	221.475	3.658	41.480



Nota: Consideram-se Clientes/utilizadores ativos aqueles que utilizam a internet, o call centre ou o mobile banking, pelo menos uma vez, nos últimos 90 dias.

(*) Automated Teller Machines.

(**) Point of Sales.

ESCRITÓRIOS DE REPRESENTAÇÃO, SUCURSAIS, PROTOCOLOS COMERCIAIS, PROMOTOR COMERCIAL E ACORDO DE TRANSFERÊNCIA

