

REDE MILLENNIUM

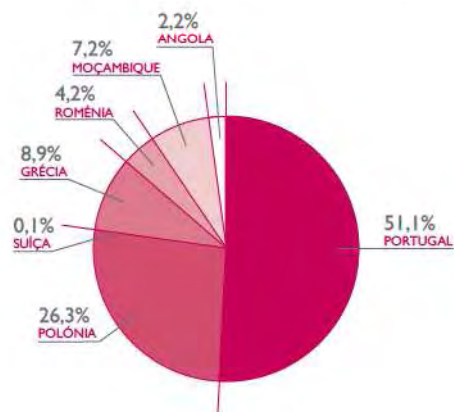
REDE DE DISTRIBUIÇÃO

NÚMERO DE SUCURSAIS

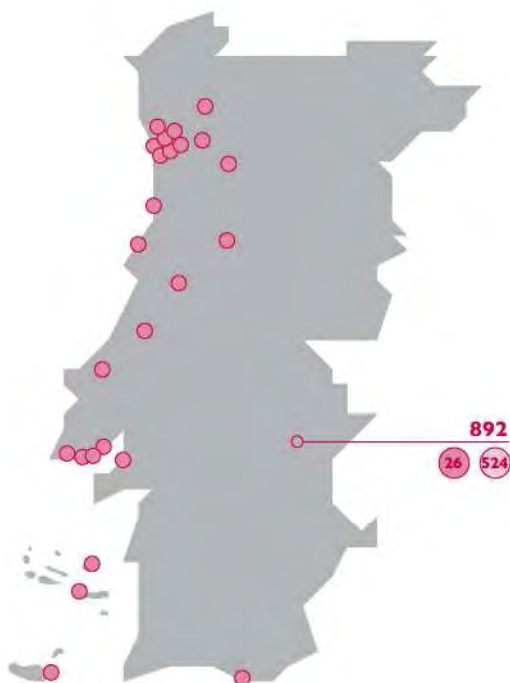
	'10	'09	'08	VAR.% '10/'09
TOTAL EM PORTUGAL	892	911	918	-2,1%
POLÓNIA	458	472	490	-3,0%
SUIÇA	1	1	1	0,0%
GRÉCIA	155	177	178	-12,4%
ROMÉNIA	74	74	65	0,0%
MOÇAMBIQUE	125	116	100	7,8%
ANGOLA	39	23	16	69,6%
TURQUIA	-	18	18	-
EUA	-	17	18	-
TOTAL INTERNACIONAL	852	898	886	-5,1%
TOTAL DO GRUPO	1.744	1.809	1.804	-3,6%

1.744 SUCURSAIS MILLENNIUM

DECOMPOSIÇÃO DAS SUCURSAIS



EM PORTUGAL



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

NO ESTRANGEIRO

POLÓNIA, SUIÇA, GRÉCIA E ROMÉNIA



ANGOLA E MOÇAMBIQUE



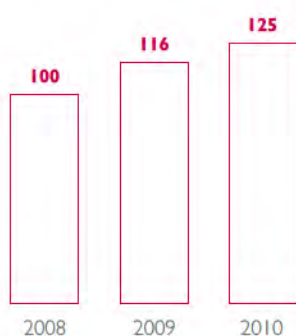
Turquia

No âmbito da análise efectuada à carteira de operações internacionais, e tendo presente a estratégia de enfoque nos mercados prioritários, o BCP procedeu à alienação de 95% do capital social do Millennium Bank A.S., na Turquia, à instituição financeira Credit Europe Bank, N.V., entidade detida pelo grupo financeiro FIBA Holding, A.S., pelo preço global ajustado de 58,9 milhões de euros.

Em resultado desta transacção, o BCP manteve uma participação de 5% na sociedade, tendo estabelecido com o comprador um mecanismo de opções de compra e de venda prevendo a possibilidade de alienação do remanescente da sua participação por preço por acção não inferior ao agora recebido. Esta transacção gerou uma mais-valia, antes de dedução de impostos, de 1,2 milhões de euros e teve um impacto positivo de 5 pontos base no rácio de capital *Tier I* do BCP.

NÚMERO DE SUCURSAIS

Unidades

**OUTRAS OPERAÇÕES INTERNACIONAIS****Moçambique**

O Millennium bim, que celebrou o seu 15.º aniversário em 2010, é o maior banco em Moçambique, com 125 sucursais, oferecendo uma gama completa de produtos e serviços financeiros, incluindo seguros. O Millennium bim está fortemente empenhado em contribuir para o desenvolvimento da economia e do sistema financeiro de Moçambique, reforçando e desenvolvendo o seu tecido empresarial e ajudando a melhorar as condições de vida das populações, não só através da intervenção em acções de responsabilidade social, mas também pela oferta de produtos e serviços bancários inovadores e que contribuam para a satisfação das necessidades financeiras dos moçambicanos.

As linhas estratégicas definidas para 2010 passaram pela manutenção da cultura de qualidade dos serviços prestados e num compromisso continuado com a inovação, procurando simultaneamente promover a expansão da base de Clientes, maximizando a rentabilidade e intensificando o *cross-selling*. Continuou a ser prestada atenção especial ao reforço da capacidade comercial, à segmentação do negócio, à expansão da banca electrónica e ao programa de expansão da rede de sucursais. Em paralelo, tem vindo a ser mantido o rigor no cumprimento das questões de *compliance* e na gestão dos riscos.

O sector financeiro moçambicano viveu, em 2010, em particular durante o segundo semestre, dificuldades de liquidez, com impacto negativo nos custos de financiamento. Para fazer face a estes condicionalismos, o Banco tomou diversas iniciativas, das quais se destacam a concretização de uma emissão de obrigações a cinco anos no montante de 20 milhões de euros e a adopção de uma política de protecção da margem financeira através do *repricing* da carteira de crédito, privilegiando, no novo crédito, a originação de operações de crédito de curto prazo e de bom nível de risco.

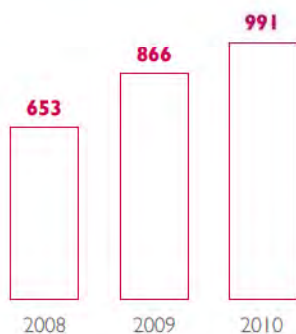
A posição de liderança mantida pelo Millennium bim, com uma quota de mercado entre 34% e 39%, em recursos e crédito, resulta da sua capacidade de inovação e da diversificação da sua oferta de produtos e serviços dirigida aos segmentos Corporate e Retail.

O ano de 2010 foi fortemente orientado para a captação de recursos, tendo sido lançadas diversas campanhas, com destaque para o "Depósito Poupa Mais", que consiste numa aplicação financeira a 365 dias, com montante mínimo de constituição acessível e taxas atractivas por escalão de montante; o "DP 15 anos", produto comemorativo dos 15 anos do Millennium bim, que compreendia uma aplicação financeira a 365 dias, com taxas de juro mensais pré-definidas e constantes e uma taxa de juro no mês de Novembro de 15%; e o "DP Especial", que consistia numa aplicação financeira, com taxas atractivas por escalão e várias opções de montante e prazo de constituição.

RECURSOS TOTAIS DE CLIENTES (*)

Excluindo efeito cambial

Milhões de euros



(*) Inclui apenas Recursos de balanço.

Angola

O Banco Millennium Angola, S.A. (BMA), constituído em 3 de Abril de 2006, por transformação da sucursal local em banco de direito angolano, tem por missão contribuir para a modernização e desenvolvimento do sistema financeiro em Angola. O BMA pretende assumir um papel chave no aumento do nível de bancarização da população angolana, mediante a comercialização de produtos e serviços financeiros inovadores e personalizados, concebidos para manter elevados níveis de satisfação, fidelização e envolvimento da base de Clientes, oferecendo ao mercado padrões de qualidade e de especialização superiores. A aposta estratégica no desenvolvimento do sistema financeiro angolano concretiza-se, ainda, através do investimento, da criação de emprego, da aposta na qualificação das pessoas e da transferência de *know-how*.

Com a aspiração de se tornar num dos bancos de referência no mercado angolano, o BMA assumiu, em 2010, uma agenda estratégica assente em cinco pilares: i) Desenvolvimento do Negócio; ii) Expansão da Rede de Retalho; iii) Recrutamento e Formação; iv) Gestão do Risco e v) *Performance*.

A execução do plano de expansão da rede comercial pautou-se pela abertura de 16 novas sucursais, permitindo encerrar o ano com um total de 39 sucursais, em 12 das 18 províncias de Angola, e 714 Colaboradores (+43% face a 2009). O reforço dos programas de recrutamento e formação (inicial e continuada) de quadros angolanos continua a ser um factor crítico para o desenvolvimento sustentável e eficiente do Banco. De referir que, em 2010, foram promovidas mais de 100 formações, correspondendo a um total de 2.165 horas.

O Banco detinha, em 2010, um total de 80,6 mil Clientes activos, representando um crescimento de 142% face ao período homólogo do ano anterior; tendo sido captados cerca de 47,4 mil novos Clientes, que comparam com os 16,7 mil novos Clientes captados em 2009.

Várias iniciativas inovadoras foram lançadas e implementadas durante 2010 com o intuito de cumprir com a sua agenda estratégica. Realce para o facto de o Banco ter sido pioneiro com a abertura de 21 das suas sucursais aos sábados adicionando assim um dia útil à semana de prestação de serviço bancário. De referir também que o serviço de transferências rápidas Western Union passou a estar disponível em todas as sucursais para os Clientes e não clientes do Banco.

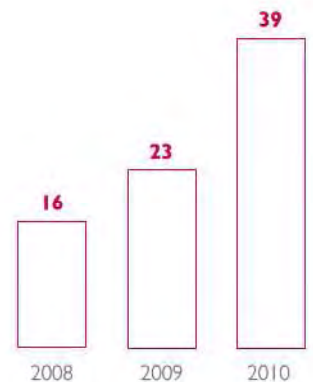
A nível de marketing e produtos, o Banco adicionou à sua oferta o "Cartão Cacau", um serviço inovador que permite às empresas a atribuição aos seus colaboradores de um cartão pré-pago, não sendo necessário que os mesmos sejam Clientes Millennium; o "Programa Vantagem Visa", o único cartão de crédito angolano que permite aos seus titulares usufruírem de descontos em estabelecimentos comerciais seleccionados para o efeito; e o "Plano Poupança Família", um produto de incentivo à poupança das famílias angolanas. Do lado do crédito, foram lançados os produtos "Vantagem Salário" e "Vantagem PME", respectivamente para particulares e empresas, um serviço inovador que permite a antecipação de receitas mensais. No que respeita a meios de pagamento, foi introduzido o "Cartão de Débito não Personalizado", com entrega imediata ao Cliente no acto de abertura de conta.

De salientar que, no final do terceiro trimestre do ano, foi inaugurado o novo Centro de Processamento de Dados, o qual passou a apoiar todas as operações do Banco. Esta nova infra-estrutura informática veio responder com maior eficácia às necessidades do BMA, com impactos positivos nos procedimentos internos e na oferta de produtos e serviços, dando assim um passo decisivo na consolidação do serviço de qualidade prestado ao Cliente.

O ano de 2010 foi também particularmente positivo para o BMA pelos três prémios atribuídos, como reconhecimento do esforço e dedicação no seu processo de implantação em Angola. Foi considerado "Marca de

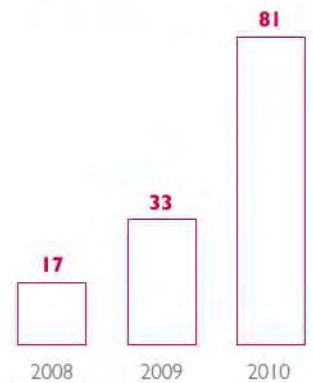
NÚMERO DE SUCURSAIS

Unidades



NÚMERO DE CLIENTES

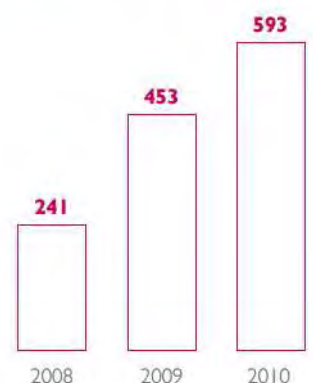
Milhares



RECURSOS TOTAIS DE CLIENTES (*)

Excluindo efeito cambial

Milhões de euros



(*) Inclui apenas Recursos de balanço.