

especial enfoque nos produtos de suporte à tesouraria e à atividade exportadora no segmento de Clientes Negócio. O objetivo do Banco é encontrar em conjunto com os Clientes a solução mais adequada ao seu orçamento disponível, por forma a permitir-lhes manter o cumprimento das suas responsabilidades. Durante o ano de 2011, foi analisada a situação de cerca de 59 mil Clientes, da qual resultaram 10.506 ações de potencial apoio ou reestruturação de dívidas.

O Millennium bcp continuou a reconhecer, distinguir e premiar os empreendedores portugueses, com o “Programa Cliente Aplauso 2011”, de acordo com o qual de entre o universo de Clientes empresariais do Banco, foram selecionados cerca de 13 mil que se destacaram pelo seu desempenho económico, solidez financeira e envolvimento com o Banco. Esta é uma iniciativa que regista um enorme sucesso junto das PME portuguesas e à qual se continuará a dar visibilidade em 2012 em moldes que reforcem a relação comercial entre o Banco e estes Clientes.

Ao nível do negócio internacional, o Millennium bcp continuou a apoiar as empresas exportadoras que são um dos principais motores da economia portuguesa. Para o Millennium bcp é decisivo reforçar a quota de mercado nas operações de *trade finance*, cujo contributo para a rentabilidade é muito significativo. Por estas razões, no 1.º semestre de 2011, o Banco apoiou ativamente as empresas no que respeita ao esforço de exportação e de internacionalização, tendo-se constatado um acréscimo do número de operações de *trade finance*.

No negócio de Cartões, o ano de 2011 também ficou marcado pelo enfoque no processo de risco de crédito, para o qual foram sistematizadas e aplicadas rotinas automáticas de prevenção ao incumprimento e de apuramento dos respetivos sinais de alerta. Em matéria de política de *pricing* foram revistas as taxas de juro dos principais cartões de crédito, repercutindo o aumento do custo de *funding* verificado e assegurando a defesa da margem financeira. Foram revistas também algumas rubricas de comissões, procurando reduzir o desequilíbrio face ao nível de serviço prestado e aos custos incorridos. Em matéria de novos produtos, destaque para o novo “Millennium bcp GO!”, um cartão de crédito destinado aos Jovens entre os 18 e os 25 anos. Beneficiando de um *design* arrojado e de um limite de crédito ajustado ao segmento, este cartão registou nos primeiros seis meses de comercialização uma carteira de mais de 4.500 cartões.

Não obstante uma concessão mais restritiva do crédito, manteve-se, em 2011, o apoio aos estudantes que pretendem prosseguir um percurso académico, através das linhas “Crédito Universitário” com condições de taxa de juro abaixo da taxa de Crédito Pessoal, tendo-se realizado um número de operações e montante financiado em linha com os anos anteriores: i) “Crédito Universitário com Garantia Mútua”: contratados 241 empréstimos no montante de 2,6 milhões de euros; e ii) “Crédito Universitário”: contratados 227 empréstimos no montante global de 1,9 milhões de euros. Contribuiu-se igualmente para o combate ao desemprego através das linhas de crédito bonificadas, protocoladas com o Instituto do Emprego e Formação Profissional e Sociedades de Garantia Mútua - Linha Microinveste e Linha Investe Mais - que complementam a atividade da Rede Autónoma de Microcrédito, tendo-se realizado 14 operações com o valor global de 434 mil euros, em 2011. Neste âmbito, o Millennium bcp tem atualmente em carteira 124 operações no valor de 5,6 milhões de euros.

As medidas de correção orçamental colocam, em 2012, ainda maiores restrições ao consumo privado e uma maior aversão ao risco e ao investimento por parte das Empresas e Investidores. Por outro lado, o esforço de desalavancagem deverá traduzir-se numa diminuição do crédito concedido e num maior rigor e seletividade na concessão de crédito, o qual poderá passar pela adoção de medidas que promovam a antecipação da amortização dos créditos. O ano de 2012 deverá ser um ano de grande enfoque na proximidade e no acompanhamento permanente do negócio dos Clientes, procurando antecipar e adequar as ofertas às suas necessidades efetivas, assentes na simplicidade e na sua materialização.

O incumprimento é um dos temas mais relevantes da atividade bancária, com forte impacto na conta de exploração do Banco, determinando cada vez mais a necessidade de enfoque da atuação na recuperação do crédito vencido. O Banco irá dar continuidade à política de identificação de sinais de alerta que antecipe dificuldades financeiras que possam conduzir ao incumprimento e ações de análise da carteira de crédito, tendo em vista apoiar a continuidade dos negócios dos seus Clientes e a defesa da margem financeira. O Millennium bcp continuará disponível para estabelecer parcerias de benefícios mútuos com os seus Clientes, em especial no apoio à exportação de bens e serviços e nos serviços de cobrança de faturação.

Alinhamento da Rede de Retalho

Durante o ano de 2011, foi revisto o sistema de Incentivos da atividade da Rede de Retalho com vista a alinhar os esforços comerciais para o crescimento de recursos, para a redução do *gap* comercial e para a diminuição do crédito vencido, aumentando o peso destas variáveis chave no cálculo do indicador de gestão e, consequentemente, o enfoque de atuação da Rede.

ACTIVOBANK

O ano de 2011 representou para o ActivoBank o reforço da estratégia iniciada em março de 2010. Nessa altura, o ActivoBank lançou uma nova proposta de valor assente em serviços financeiros de índole mais corrente, dirigidos às necessidades de natureza sobretudo transaccional dos Clientes. A aposta na modernização e renovação complementou e valorizou o pilar de serviços especializados com enfoque em soluções de investimento, que há muito caracterizava o banco.



O ActivoBank manteve, no último ano, o enfoque no crescimento da base de Clientes e do seu envolvimento com o banco, apesar do enquadramento adverso para os volumes de negócio, para a qualidade do crédito e para o custo dos recursos do setor bancário português. Neste sentido, foram implementadas uma série de iniciativas com impacto na comunicação, nos produtos, nos canais de venda e de *servicing*, e na operativa. Como resultado destas medidas, o ActivoBank manteve a sua capacidade de atrair Clientes expressa no facto de, até agosto de 2011, ter captado tantos Clientes como no conjunto de 2010 e de em dezembro ter duplicado a captação média mensal até então. No final de 2011, a base de Clientes ativos aumentou mais de 30% face ao ano anterior.

O conjunto de ações realizadas, a par da aposta contínua na inovação, contribuiu ainda para o reconhecimento do ActivoBank pela comunidade financeira internacional, expresso na atribuição de prémios como “Most innovative Bank in Portugal”, atribuído pelo revista World Finance (Banking awards 2011), “Best Consumer Internet Bank in Europe” e “Best in Mobile Banking”, atribuídos pela revista Global Finance, entre outros, e na nomeação 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 apostou também, ao longo de 2011, no reforço do desenvolvimento da área de investimentos, em ações dirigidas ao crescimento de recursos, na aposta na excelência do serviço ao Cliente e no reforço de uma oferta de valor diferenciadora para satisfazer as necessidades fundamentais dos Clientes, como é exemplo a solução “Proteção” (oferta de seguros).

Para concretizar os objetivos definidos e materializar a aposta no crescimento da base de Clientes e respetivo envolvimento, foram desenvolvidas em 2011 uma série de iniciativas, com destaque para:

- **Crescimento e consolidação da rede comercial**, compreendendo i) a expansão do banco a nível nacional com a abertura de oito Pontos Activo em Aveiro, Braga, Cascais, Coimbra, Leiria, Lisboa e dois em Gaia que vieram juntar-se aos quatro já existentes, dos quais três em Lisboa e um no Porto; ii) a expansão da força de recomendação não bancária (Associados) e reforço da abordagem aos colaboradores de empresas identificadas com o segmento do banco; iii) a consolidação da aposta no canal *mobile*, através do lançamento do novo aplicativo para investimentos e de um novo aplicativo para Blackberry para as operações do dia-a-dia; iv) o lançamento da “carteira VIP” com o objetivo de aumentar a retenção e o envolvimento de Clientes com mais recursos; v) a parceria com a Associação de Estudantes de Economia e Gestão (AIESEC), tendo em vista a apresentação do ActivoBank a este *target* e a respetiva angariação de Clientes; e v) a reorganização da área de gestão personalizada com a atribuição de uma dupla de gestores a cada Cliente. Este serviço permite aos Clientes beneficiarem de um acompanhamento permanente e de uma maior disponibilidade;
- **Lançamento de novos produtos e serviços**, compreendendo i) o “Crédito iPad”, dirigido sobretudo ao mercado universitário; ii) o vale “Constrói o teu Futuro”, de incentivo à oferta de poupança aos mais novos; e iii) a renovação de toda a vertente de investimentos no site “activobank.pt”, implicando a descontinuação do site “activobank7.pt”;
- **Disponibilização de mais cinco fundos de investimento**, que incorporam critérios de responsabilidade social e ambiental, sendo que durante 2011 a carteira de fundos incluiu 9 fundos éticos e 15 fundos ambientais. Destes 24 fundos, em dezembro de 2011, 14 tinham subscrições. A carteira no final do ano representava aproximadamente 1% do total de investimentos em fundos, com cerca de um milhão de euros subscritos;
- **Continuação da aposta nas redes sociais**, consolidando o posicionamento do banco neste canal. As diversas ações resultaram num aumento de seguidores no Facebook de cerca de 160% face a 2010;
- **Aumento da notoriedade da marca**, reforçando a componente comercial através: i) do lançamento de três campanhas de comunicação para captação de Clientes em rádio, televisão (canais cabo), Internet, imprensa e cinema; ii) dos eventos de dinamização local nas zonas dos Pontos Activo, de forma a aumentar a sua visibilidade e a afluência de pessoas, contribuindo para a angariação de Clientes; e iii) da intensificação da presença publicitária permanente na Internet.

- Análise conjunta com as Empresas dos colaterais contratados, face à globalidade das responsabilidades detidas pela empresa junto do Banco, potenciando ganhos em termos de minimização do consumo de capital e melhoria na gestão dos ativos da empresa.

III. Monitorização do crédito vencido

- Identificação de eventuais sinais de alerta na atividade das empresas, decorrentes da conjuntura económica atual, potenciando a proximidade comercial existente, por forma a delinear proativamente soluções que permitam ultrapassar e evitar incumprimentos futuros;
- Atuação integrada das áreas comerciais com as áreas de recuperação de crédito e de produtos especializados (*leasing*, *factoring*, negócio imobiliário), para a implementação de soluções globais com as empresas;
- Apoio à realização de planos de reestruturação empresarial, no âmbito de reajustes da estratégia empresarial, nomeadamente em situações de implementação de estratégias de diversificação de mercados ou produtos.

IV. Maximização da rentabilidade dos Clientes

- Manutenção das ações de *repricing* das operações, procurando efetuar o seu ajustamento ao respetivo risco incorrido e à evolução dos mercados financeiros. Como resultado desta atuação, registou-se um aumento de 3,6% da margem financeira face ao período homólogo de 2010;
- Dinamização da utilização da *Internet Banking* na vertente transacional da atividade das empresas (ex.: transferências, pagamentos de impostos, ordenados ou fornecedores);
- Redução das isenções de preçário de comissões, por forma a efetuar uma cobrança adequada e ajustada aos custos operacionais das operações.

Microcrédito

A atividade desenvolvida nesta área pela Rede Autónoma de Microcrédito tem vindo a ser reconhecida internacionalmente, tendo sido o vencedor do prémio “*MicroFinance Recognition Awards*”, na categoria “*Commitment to social and financial transparency*” e tendo integrado a *shortlist* dos *Global Microfinance Achievement Awards 2011*, na categoria “*highest customer orientation*”, com reconhecimento como uma das três melhores operações de Microcrédito a nível internacional, nesta categoria.

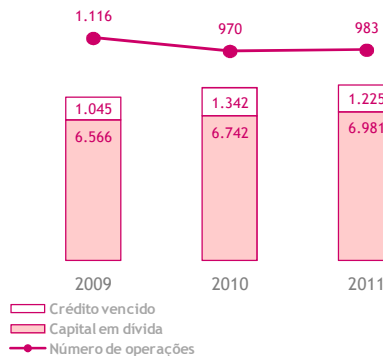
Como membro corporativo e membro do Board, o Millennium bcp, continuou a participar no grupo de trabalho da *European Microfinance Network (EMN)*, que tem como objetivo elaborar uma análise do crescimento da microfinança na Europa.

Em 2011, procedeu-se a uma atualização dos critérios para candidatura, tendo o montante máximo das operações sido elevado para 25 mil euros por candidato e o prazo máximo alargado para cinco anos para operações a partir dos sete mil euros. O número de propostas analisadas pelo Millennium bcp Microcrédito, em 2011, manteve-se em linha com as apresentadas em 2010. Em termos de produção a atividade do Microcrédito, que inclui protocolos com Associação Nacional de Direito ao Crédito e Região Autónoma dos Açores, concretizou um total de 214 novas operações, com um total de crédito concedido de 2,20 milhões de euros, tendo ajudado a criar 315 postos de trabalho. O volume de crédito concedido às 983 operações em carteira, a 31 de dezembro de 2011, foi de 9,65 milhões de euros, correspondendo a um capital em dívida de 6,98 milhões de euros.

O esforço de controlo do crédito vencido continua a ser uma preocupação constante, sendo que a metodologia em prática tem demonstrado eficácia na prevenção e resolução de situações de incumprimento. Em 2011, foram consolidados os critérios de análise de crédito, já de si rigorosos e consubstanciados numa *check list*, quer no que diz respeito ao Plano de Negócio apresentado pelos microempreendedores, quer no perfil dos mesmos, bem como dos avalistas.

CARTEIRA DE CRÉDITO MICROCRÉDITO

Milhares de euros



ATIVIDADE DO MICROCRÉDITO

Milhares de euros

