

GRUPO MILLENNIUM

O Banco Comercial Português, S.A. (“BCP”, “Millennium bcp” ou “Banco”) é o maior banco privado português: o Grupo BCP detém ativos totais de 93.482 milhões de euros, crédito a clientes (bruto) de 71.533 milhões de euros e recursos de clientes de 65.530 milhões de euros, em 31 de dezembro de 2011. Desde a sua fundação, o Millennium bcp tem sido sinónimo de inovação, dinamismo e solidez financeira, mantendo estes vetores como pilares estratégicos que contribuem para a máxima eficiência da plataforma e constituem um elemento de diferenciação chave face à concorrência. O Banco, com centro de decisão em Portugal, responde à vocação: “Ir mais além, fazer melhor e servir o Cliente”, pautando a sua atuação por valores como o respeito pelas pessoas e pelas instituições, enfoque no Cliente, vocação de excelência, confiança, ética e responsabilidade, sendo líder destacado em várias áreas de negócio financeiro no mercado português e uma instituição de referência a nível internacional.

Em Portugal, o Banco opera com a maior rede de distribuição bancária do país, com 885 sucursais, e é o segundo banco em termos de quota de mercado, quer em crédito a clientes (cerca de 19,6%), quer em depósitos de clientes (cerca de 17,6%). A atividade em Portugal representa 76,1% dos ativos totais, 76,3% do crédito a clientes (bruto) e 68,4% dos depósitos de clientes.

O Grupo assume também uma posição de destaque em África, através das suas operações bancárias em Moçambique e Angola, e na Europa, através das suas operações na Polónia, Grécia, Roménia e Suíça. Desde 2010, o Banco opera em Macau através de uma sucursal de pleno direito, tendo assinado, nesse ano, um memorando de entendimento com o Industrial and Commercial Bank of China com o objetivo de reforçar a cooperação entre os dois bancos, que se estende a outros países e regiões para além de Portugal e China. Em 2011, o Banco formalizou um pedido de licença para a abertura de uma sucursal de pleno direito na República Popular da China. O Banco tem também uma presença nas Ilhas de Caimão através do BCP Bank & Trust com licença tipo B. Realce ainda para a assinatura, em 2011, do acordo de parceria com o Banco Privado Atlântico para a constituição/aquisição de um banco no Brasil, visando a exploração de oportunidades no mercado brasileiro, nomeadamente nas áreas de *corporate* e *trade finance*, através de parcerias. A entrada no mercado brasileiro completa o último vértice do losango estratégico Portugal, África, China e Brasil.

As operações internacionais representam já 48,6% do total de 1.722 sucursais e 53,7% dos 21.508 Colaboradores do Grupo BCP, tendo apresentado uma contribuição em 2011 de 122,7 milhões de euros. São de salientar a manutenção dos planos de expansão em África, tendo o Millennium Angola inaugurado o 61.º balcão e o Millennium bim, líder destacado em Moçambique, atingido a marca de um milhão de Clientes ativos. No seu conjunto, estas duas operações apresentaram em 2011 uma contribuição de 77,2 milhões de euros, a que corresponde um acréscimo de 62,1% face ao período homólogo. Igualmente de referir os bons resultados da operação polaca, detida a 65,5%, que evidenciou uma contribuição de 74,2 milhões de euros em 2011 (+39,3% face a 2010, incluindo efeito cambial) e a crescente dimensão e importância da operação do Bank Millennium na Polónia, com 451 sucursais e uma quota de mercado de cerca de 4,9% em depósitos e 5,0% em crédito a clientes.

As ações do BCP estão admitidas à cotação da Euronext Lisboa, sendo a capitalização bolsista a 31 de dezembro de 2011 de cerca de 980 milhões de euros. Na mesma data, o Grupo apresenta um rácio de solvabilidade consolidado e de Core Tier I, calculado de acordo com as normas do Banco de Portugal, de 9,5% e de 9,3%, respetivamente.

VISÃO DO MILLENNIUM BCP

O Millennium bcp aspira ser o Banco de referência no serviço ao Cliente, com base em plataformas de distribuição inovadoras, em que mais de dois terços do capital estará alocado ao Retalho e às Empresas, em mercados de elevado potencial, que apresentem um crescimento anual esperado de volumes de negócio superior a 10%, e ainda atingir um nível de eficiência superior, traduzido num compromisso com um rácio de eficiência que se situe em níveis de referência para o setor e com uma reforçada disciplina na gestão de capital, liquidez e de custos.

MISSÃO DO MILLENNIUM BCP

Criar valor para o Cliente através de produtos e de serviços bancários e financeiros de qualidade superior, observando rigorosos e elevados padrões de conduta e responsabilidade corporativa, crescendo com rentabilidade e sustentabilidade, de modo a proporcionar um retorno atrativo aos Acionistas, que fundamente e reforce a autonomia estratégica e a identidade corporativa.

VALORES DO MILLENNIUM BCP

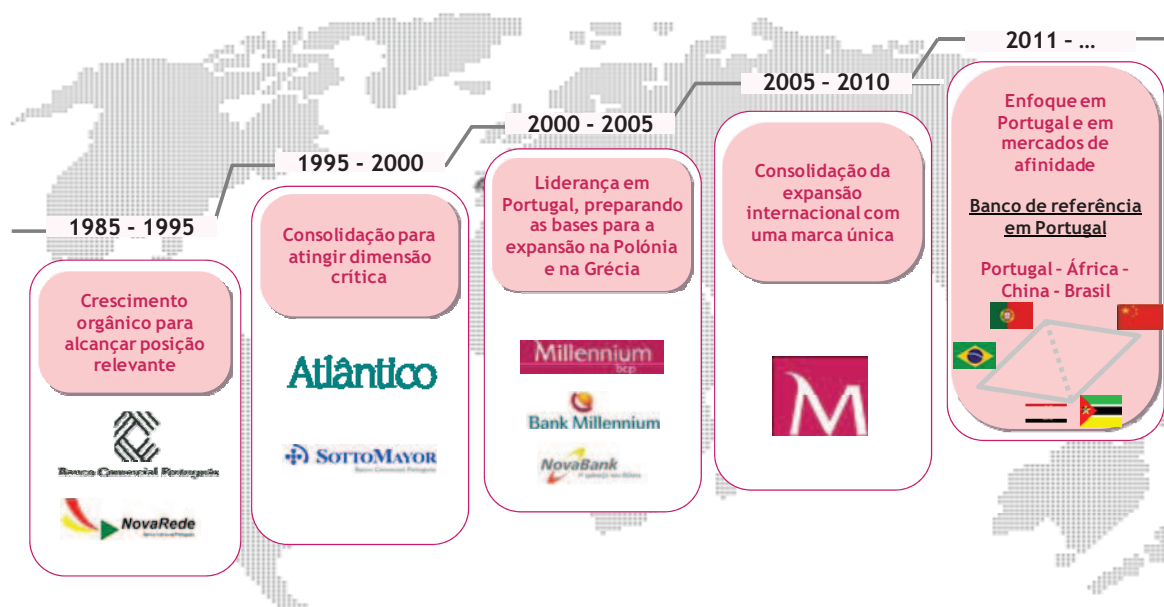
Os valores do Millennium bcp traduzem a forma como o Banco pauta a sua atuação na relação com os Stakeholders.



HISTÓRIA

O Banco Comercial Português desde a fundação até ao presente tem vivido uma história de sucesso, na qual se tornou, ao longo deste quarto de século, num banco líder em Portugal e numa instituição de referência em diversas áreas nos diferentes mercados onde atua, sob a marca Millennium.

Desde a fundação ...



... à liderança em Portugal e à presença internacional através do crescimento em mercados de retalho de afinidade

O Banco, constituído em 1985 na sequência da desregulamentação do sistema bancário português, escalou diversos patamares de crescimento. A primeira fase do desenvolvimento caracterizou-se essencialmente pelo crescimento orgânico, através da exploração das oportunidades de mercado em consequência da

desregulamentação. Em 1989, o Banco lançou um conceito bancário inovador, a Nova Rede, com o objetivo de evoluir para uma proposta de valor universal, oferecendo um leque de produtos e serviços completo e a todos os setores da atividade económica, com uma cobertura geográfica abrangente. Até 1994, o Banco Comercial Português conseguiu aumentar de forma expressiva a sua presença no mercado português, atingindo, naquele ano, quotas de mercado de cerca de 8% em ativos totais, crédito a clientes e depósitos, de acordo com informação da Associação Portuguesa de Bancos (APB).

A segunda fase de desenvolvimento iniciou-se em 1995 com a intensificação da concorrência no mercado bancário doméstico, na sequência da modernização das instituições financeiras existentes e da entrada de novas instituições bancárias e financeiras estrangeiras. Neste período, o Banco assentou o seu crescimento na aquisição de bancos domésticos com complementaridade de negócio para ganhar e consolidar a sua quota no mercado bancário, nos seguros e noutros serviços financeiros relacionados. Assim, adquiriu, em 1995, o Banco Português do Atlântico, que era à época o maior banco privado em Portugal, e, em 2000, o Banco Mello e o Banco Pinto & SottoMayor. O crescimento do BCP foi catalisador da evolução do sistema bancário português para um dos mais desenvolvidos e inovadores da Europa.

Após alcançar e consolidar uma posição relevante no mercado português, o Banco deu início à terceira fase do seu desenvolvimento, com enfoque na expansão do negócio de Retail para novas geografias. Desde o início, os objetivos implícitos no processo de internacionalização assentaram nas perspetivas de crescimento e rentabilidade de mercados externos com uma ligação histórica próxima com Portugal ou que detinham grandes comunidades de lusodescendentes, bem como de mercados em que existia uma racionalidade comercial forte para estabelecer operações bancárias suportadas em modelos de negócio e em plataformas tecnológicas similares aos adotados pelo Banco com reconhecido sucesso no mercado português, adaptando-os às exigências e necessidades financeiras dos Clientes locais.

A quarta fase de expansão do Banco assentou na consolidação da expansão internacional com criação de uma marca única (“Millennium”) e no enfoque no crescimento orgânico e na criação de valor, alicerçada no objetivo de criar um banco verdadeiramente multidoméstico com uma identidade supranacional, enfocado na criação de valor em negócios *core*. Neste contexto, no decurso de 2006, foram levadas a cabo importantes transações, envolvendo a venda ou a redução da exposição em ativos não *core*, com destaque para as operações detidas em França, Luxemburgo e Canadá.

O agravamento das condições macroeconómicas globais, entre o final de 2008 e o início de 2009, acresceu ao impacto da turbulência financeira anterior, colocando uma tensão elevada sobre a rentabilidade e solvabilidade das instituições financeiras. Assim, em 2009, face a um enquadramento particularmente adverso e sob pressão de múltiplas variáveis exógenas, o Millennium bcp considerou que, após um período de estabilização institucional, se justificava o lançamento de novas prioridades estratégicas, que passaram a assentar em três pilares fundamentais: ‘Solidez e Confiança’, ‘Compromisso e Performance’ e ‘Sustentabilidade e Valor’, definindo como um dos seus vetores de atuação o enfoque no *portfolio* europeu e em mercados de afinidade. Como resultado da reanálise da carteira de operações internacionais, o Banco alienou, em outubro de 2010, a totalidade da rede de sucursais do Millennium bcpbank nos EUA, a respetiva base de depósitos e parte da carteira de crédito, deixando de deter uma operação bancária nos EUA. Ainda no seguimento da referida estratégia de enfoque nos mercados prioritários, o Banco concluiu também, em dezembro de 2010, o processo de alienação de 95% do capital social do Millennium Bank A.S. na Turquia.

O ano de 2010, que se esperava de recuperação face à crise financeira que se fez sentir nos anos anteriores, ficou marcado pela eclosão da crise da dívida soberana, que ensombrou os mercados europeus, em especial os designados países periféricos. Em resposta ao agravamento da crise económica e soberana, o Millennium bcp procedeu a um novo ajustamento da sua agenda estratégica, tendo implementado iniciativas assentes em três vetores: i) ‘Aumentar a Confiança’, com destaque para o reforço do relacionamento com os Clientes, a melhoria dos rácios de capital via redução dos ativos ponderados pelo risco (RWA) e reforço dos capitais, a manutenção do controlo do *gap* comercial e a melhoria dos resultados; ii) ‘Preparar a saída da crise económica e financeira’, com realce para o *repricing* do crédito, o crescimento em recursos, a desalavancagem do balanço e o lançamento de um banco inovador baseado na plataforma do ActivoBank; e iii) ‘Enfoque e Sustentabilidade’, mediante a simplificação organizativa, a contenção de custos e o enfoque no *portfolio* internacional.

Em 2011, elaborou-se um trabalho de análise aos temas que os Analistas de Responsabilidade Social e Corporativa (Analistas ESG) consideram como mais relevantes tendo em conta o atual enquadramento económico, social e ambiental.

Analisaram-se ainda diversas publicações internacionais, das quais se destacam: i) “A Nova Era da Sustentabilidade” da United Nations Global Compact (UNGC); ii) “Relatório Visão 2050”, do World Business Council for Sustainable Development (WBCSD); e iii) comunicação da Comissão Europeia sobre a responsabilidade social das empresas, de outubro de 2011, onde é apresentada a nova estratégia da União Europeia para o período de 2011-2014 no âmbito deste tema.

No quadro seguinte sintetizam-se os temas materiais resultantes destas consultas e análises.

Colaboradores	Reputação do Banco, reforço da motivação, resultados financeiros, alterações do Fundo de Pensões, eventuais reestruturações do Banco, condições de trabalho e questões particulares dos Colaboradores.
Clientes	Transparência do preçário, qualidade do serviço, cumprimento com regulamentos e legislação, garantia de liquidez nos depósitos, relacionamento mais próximo e de confiança, risco associado a produtos de investimento, condições de acesso e rapidez de resposta a pedidos de crédito, inovação nos produtos e serviços e adequação às suas necessidades.
Acionistas	Estrutura acionista, rendibilidade e volatilidade do título, eficiência de custos e operações, crescimento sustentado, reputação do Banco, valorização do título relativamente aos <i>peers</i> e comunicação e qualidade da mesma.
Fornecedores	Controlo de custos, garantia de pagamento, cumprimento dos princípios sociais e ambientais, rentabilidade do contrato, renegociação contratual.
Media	Estratégia e resultados financeiros, investimentos e alienações, reputação e modelo de <i>governance</i> .
Analistas (ESG)	<p>Dimensão Económica: Modelo de Governo, diversidade na composição dos Órgãos de Gestão, modelos de avaliação e compensação dos Órgãos de Gestão, abrangência dos códigos e regulamentos internos e mecanismos de divulgação/formação e monitorização do seu cumprimento e modelos de gestão do risco.</p> <p>Dimensão Social: Direitos Humanos, práticas laborais, gestão do talento, práticas de desenvolvimento dos Colaboradores, gestão da satisfação dos Clientes, mecanismos de auscultação dos Colaboradores e Clientes, nível de integração dos princípios sociais nos Fornecedores e nos Clientes e nível de envolvimento com a comunidade e respetiva monitorização dos impactos gerados.</p> <p>Dimensão Ambiental: Avaliação do impacto das alterações climáticas na atividade e principais riscos e oportunidades identificadas para a sua mitigação, nível de incorporação de políticas ambientais na atividade, modelo de avaliação dos impactos diretos e indiretos e respetivas políticas de redução e mitigação.</p>

O acompanhamento dos temas considerados materiais, identificados a partir do envolvimento direto com os *Stakeholders*, bem como os decorrentes de regulamentação e de tendências que são resultado das profundas alterações - económicas, sociais e ambientais - mais recentes, permitiu identificar os pontos fortes do Millennium bcp e oportunidades de melhoria, sendo que a atividade desenvolvida em 2011, e os ajustamentos estratégicos, sintetizados neste relatório, refletem a preocupação de dar resposta a este enquadramento.

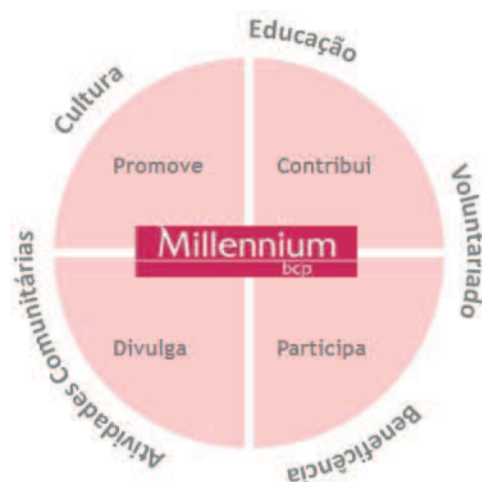
COMUNICAÇÃO E INTERAÇÃO

Clientes

Sistema de Gestão da Satisfação

Em Portugal, em 2011, foram efetuados 21 estudos às diversas áreas de negócio, segmentos, produtos e serviços disponibilizados através do envio de mais de 890 mil inquéritos via postal e eletrónica cuja taxa global de resposta foi de 7%. O diagnóstico aprofundado efetuado junto dos Clientes da Rede de Retalho - normalmente realizado em cada três ou quatro anos - permitiu identificar os desafios e os aspetos que estes mais valorizam na sua relação com o Banco. A qualidade do atendimento, a simpatia e cortesia dos Colaboradores, a competência dos interlocutores são, na opinião dos Clientes, fatores determinantes na

ENVOLVIMENTO COM A COMUNIDADE EXTERNA



Em todos os países em que o Millennium bcp está presente as ações desenvolvidas, junto das comunidades, no âmbito dos programas de responsabilidade social, são vastas e abarcam áreas como a educação, a cultura, a beneficência, a solidariedade e as atividades comunitárias, algumas das quais inseridas em programas de voluntariado.

Em Portugal, a Fundação Millennium bcp e em Moçambique, o programa “Mais Moçambique pra Mim” desenvolvem programas próprios dinamizando inúmeras ações de apoio e interação social. Em Angola, através de uma parceria com o Grupo Amizade, são apoiadas iniciativas dirigidas a grupos mais desfavorecidos.

Em Portugal, a seleção de projetos a apoiar é realizada com base numa avaliação prévia dos mesmos, pela Fundação Millennium bcp, que observa critérios como inovação, continuidade, relevância para a sociedade, abrangência

geográfica e populacional, dando prioridade aos projetos promovidos por instituições de reconhecido mérito na sua área de atuação, que apresentem capacidade de concretização e de auto-sustentação.

Em 2011, foi dada continuidade ao projeto de implementação de um “Modelo de Análise de Impacto na Sociedade”, o qual contempla três medições: efeito imediato, mudança na sociedade e benefício. Foram submetidos a este modelo alguns dos projetos apoiados pela Fundação, para os quais foram criados indicadores de medição de impacto adaptados individualmente às características e natureza de cada um. Embora ainda não estejam disponíveis todos os dados necessários ao reporte completo dos impactos, regista-se a existência de informação mais detalhada, por parte das entidades contactadas para o efeito.

O programa de responsabilidade social do Millennium bcp “Mais Moçambique pra Mim” selecciona projetos que se dirijam, preferencialmente, a apoiar a educação e o desporto infanto-juvenil.

O envolvimento com a comunidade externa é um dos vetores da política social do Grupo BCP, que é pública e pode ser consultada no *site* Institucional do Banco e cujo objetivo é, de forma complementar a sua atividade, promover mais um veículo do desenvolvimento económico e social dos países em que opera. Em 2011 os valores monetários alocados à comunidade externa distribuíram-se da seguinte forma: 33,7% para Educação, 48,0% para Cultura e 18,3% para Beneficência.

EDUCAÇÃO

O Millennium bcp tem promovido projetos e iniciativas na área da educação com o objetivo de apoiar diferentes tipos de população em diferentes etapas da sua vida, contribuindo desta forma para incrementar a qualidade das competências individuais.

No enquadramento atual, o incentivo a uma maior educação financeira e o reforço de competências para o empreendedorismo assumiram grande relevância em Portugal, sendo que ao longo de 2011 se reforçaram os programas do Millennium bcp e se estabeleceram parcerias para a sua promoção:

- Criação de uma nova página no Facebook, a página “Millennium Sugere” onde são disponibilizadas: i) estratégias para aumentar as poupanças; ii) informações sobre gestão do orçamento familiar e iii) informações úteis, de carácter genérico, sobre fiscalidade e impostos. Este espaço de partilha de experiências, ajuda a compreender a importância da poupança para garantir um futuro melhor e ajudar no planeamento para fazer face aos desafios futuros. Esta página, que no final do ano tinha mais de 5.000 seguidores, veio complementar a Área de Planeamento Financeiro aberta para consulta a toda a população, desde 2010;



- Adesão à “Estratégia Setorial para a Educação Financeira” coordenada pela Associação Portuguesa de Bancos, que tem como missão uma melhor e maior cultura financeira assente no desenvolvimento de programas de formação e informação financeira comuns a toda a banca e cujo principal objetivo é o aumento dos conhecimentos da população, por forma a fomentar um benefício recíproco com redução de risco para os consumidores e para os bancos;