

# Millennium Angola

Presente nas 18 províncias nacionais, o Banco Millennium Angola tem como missão contribuir para o desenvolvimento da economia do país, prossequindo o investimento contínuo na expansão da sua rede comercial e o recrutamento e formação de quadros angolanos.

## VALORES DA MARCA

A Marca Millennium Angola espelha valores e princípios que reflectem credibilidade, eficiência, inovação e qualidade, sendo o Millennium um Banco que actua com responsabilidade social na relação com os colaboradores, clientes e "stakeholders".

A par de uma forte e reconhecida identidade visual, que se diferencia da concorrência através do magenta, uma cor impactante e facilmente identificável pelos clientes, o Millennium Angola assume a sua personalidade de Marca com vontade de viver, alegria de ser útil, abertura ao novo, seriedade e transparência, num contínuo respeito pela comunidade em que se insere. O Millennium Angola é também uma Marca que tem uma política de patrocínio e responsabilidade social coerente, apoia a cultura, a música e causas sociais. Alia produtos bancários a acções de beneficência aos mais desfavorecidos e incentiva a inovação e o empreendedorismo através do crédito. O encorajamento de uma atitude de relacionamento e de proximidade, assentes em práticas responsáveis, define o Banco Millennium Angola como um "modelo" financeiramente responsável e emocionalmente próximo.

## PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

O Banco Millennium Angola procura oferecer um serviço diferenciador, inovador e adequado às necessidades financeiras de cada segmento de negócio: Particulares & Negócios e



Empresas & Corporate. Ao longo de 2012, o Banco lançou cinco novos cartões de "débito Visa" para Particulares nas versões Classic, Prestige e Platinum e para Empresas nas gamas Business e Corporate. Estes cartões sem necessidade de carregamentos, permitem aos seus clientes movimentarem a sua conta à ordem em kwanzas, de uma forma rápida, conveniente e segura, em qualquer parte do Mundo. No âmbito do programa "Angola Investe", o Banco assinou um memorando de entendimento com os Ministérios da Economia e Finanças, um acordo que visa estimular o empreendedorismo nacional. Consequentemente lançou ainda o crédito bonificado para Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPME). Deu-se também início ao envio por e-mail de extractos electrónicos de contas à ordem e a uma campanha de captação de novos clientes assente numa mecânica "member get member". Recentemente, o Banco Millennium Angola inaugurou os Centros Prestige, dedicados ao segmento de clientes cuja especificidade de interesses, dimensão do património financeiro ou nível de rendimento, justificam uma proposta de valor baseada na

## TRAGA DOIS AMIGOS E TODOS PODEM GANHAR

Millennium  
Angola

personalização de atendimento, com um Gestor de Cliente dedicado, que procura disponibilizar oportunidades de poupança e investimento, bem como responder com eficiência às necessidades pessoais dos clientes "affluent".

## MERCADO

Presente no País enquanto Banco de direito angolano desde 2006, o Banco Millennium Angola tem evidenciado taxas de crescimento acima da média. Em 2012, face ao período

## SABIA QUE:

- Num estudo recentemente realizado pela Marktest Angola, o Banco Millennium Angola foi a 5.ª Marca com maior recordação publicitária na região de Luanda.
- No âmbito da quadra natalícia, a verba destinada a presentes reverteu num donativo a favor da Cáritas Angola para a construção de uma casa no Cacucaco onde será possível acolher, alimentar e educar crianças carenciadas.

homólogo, o número de clientes cresceu a uma média 49,2%, o crédito a clientes 6%, o produto bancário progrediu 10,5% e os resultados líquidos do Banco reforçaram-se a uma média de 17%. Em termos de lucro, o Banco obteve um resultado de 50,6 milhões de USD. No ano transacto, o Banco inaugurou 15 novos balcões, criou um novo centro de empresas vocacionado para a Indústria Petrolífera e uma tesouraria central, tendo alcançado no final de Dezembro o total de 6 Centros de Empresas e 76 balcões, dos quais 40 têm abertura ao Sábado de manhã. Pioneiro em Angola na abertura de balcões ao Sábado, o Banco Millennium acrescenta um "dia útil" de serviço aos seus clientes, servindo-os com maior conveniência. Actualmente o Banco conta com uma carteira de mais de 300 mil clientes e emprega mais de 1.027 colaboradores.

### COMUNICAÇÃO

Apostado em mediatizar produtos e serviços através de fortes campanhas publicitárias e da mesma forma valorizar o talento angolano e apoiar a Cultura, o Banco Millennium Angola estabeleceu em 2010 uma parceria com a cantora Yola Semedo. Esta parceria tem reforçado positivamente os níveis de reconhecimento espontâneo da Marca e contribuído para o crescimento do negócio, como sucedeu com campanhas como o "Depósito Aniversário", "Oferta Mulher" ou a recente campanha de captação de novos clientes. No último estudo da Marktest sobre recordação das campanhas de publicidade, o Banco Millennium Angola foi a 5.ª Marca/anúncio indicada espontaneamente pelos inquiridos e o único Banco recordado

nas primeiras posições. Na sua estratégia de comunicação para 2013, para além de Yola Semedo, o Banco passará a contar também com a participação do reputado apresentador Ernesto Bartolomeu, que protagoniza a campanha de publicidade dos novos Centros Prestige. De acordo com um estudo de mercado, Ernesto Bartolomeu foi considerado o apresentador preferido pela maioria dos telespectadores. O Banco investe também em iniciativas "below the line" tais como patrocínios, participação em feiras empresariais e dinamização de acções de responsabilidade social, de que é exemplo o protocolo com a Cáritas Angola e a Fundação Fé e Cooperação.

### VANTAGENS COMPETITIVAS

Com apenas 6 anos de operações no mercado angolano, o Banco Millennium Angola foi distinguido internacionalmente com seis prémios de prestígio, atribuídos por cinco entidades de referência, numa clara confirmação da dedicação e do trabalho que tem desenvolvido: "Best Foreign Bank em Angola" (Emeafinance); "Banco do Ano" (The Banker); "Melhor Banco" (Euromoney), "Melhor Grupo Bancário" (World Finance), "Banco mais Inovador" (EMEA Finance) e Marca de Excelência (Superbrands Angola). Esse reconhecimento só foi possível pela vontade em oferecer aos clientes um leque de produtos e serviços financeiros inovadores que vão ao encontro das suas necessidades, a par de um atendimento de qualidade. A Marca Millennium Angola apresenta hoje níveis de relevância e familiaridade no mercado angolano, muito graças à percepção dos consumidores que

o descrevem como um Banco inovador e eficiente. A experiência de pertencer a um grupo internacional da dimensão do Millennium bcp, beneficiando de um forte reconhecimento internacional, permite à Marca o acesso e partilha de "know-how" vindo de vários mercados, e a implementação de um modelo de negócio testado e uma fórmula de marketing eficaz, comprovada nas diversas operações. No que concerne à formação, o Millennium Angola investe continuamente na contratação e qualificação de quadros angolanos, transmitindo-lhes a cultura da instituição e dotando-os com competências técnicas. Em 2012 foram ministradas 3.800 horas de formação maioritariamente apoiadas pela Academia Millennium Atlântico, cujo objectivo é formar 10 mil quadros angolanos até 2015. Por outro lado, o Banco atribui também bolsas de estudo aos Colaboradores que frequentem o ensino universitário.

### 2009

Implementação do plano de negócios que impulsiona o crescimento do Banco e a expansão da sua rede comercial.

### 2010

Distinguido por: The Banker (Banco do Ano), Emeafinance (Melhor Banco Estrangeiro) e Superbrands Angola (Marca de Excelência).

### 2011

A estrutura accionista do Banco é composta por: Millennium bcp 50,1%, Sonangol 29,9%, Banco Privado Atlântico 15% e Globalpactum 5%.

### 2013

Abertura dos Centros Prestige, espaços exclusivos dedicados ao segmento "affluent".