



O Banco Millennium Angola tem como missão apoiar o desenvolvimento e crescimento económico de Angola, através da sua contribuição para o reforço de um sistema financeiro eficiente e competitivo, promovendo uma oferta inovadora de produtos e serviços financeiros portadores de valor acrescentado para os Clientes e pautando a sua actuação no respeito por rigorosos e elevados padrões de conduta e qualidade.

Valores da Marca

A atenção e dedicação ao Cliente, a vocação de excelência, a confiança, a ética, a responsabilidade e a consideração pelas pessoas e instituições, são os valores do Banco Millennium Angola, reconhecidos pela solidez, credibilidade, eficácia, qualidade, dinamismo, modernidade, inovação, arrojo, ambição, visão de futuro e êxito atribuídos à marca.

O Banco Millennium Angola procura contribuir para o bem comum, apostando em aperfeiçoar permanentemente a sua intervenção na sociedade e no mercado, desenvolvendo o seu negócio com forte responsabilidade social e ambiental e com critérios de sustentabilidade, de forma a passá-los a todos os stakeholders, com os quais pretende estabelecer relações duradouras.

As vidas e as necessidades das pessoas são a sua fonte de inspiração. Quando faz negócio está a cooperar no desenvolvimento de projectos que servem a comunidade. No entanto, as suas acções não estão limitadas ao negócio. O bem-estar da comunidade e o seu desenvolvimento cultural, económico e social são garantia da sua melhor atenção.

Tem uma política de patrocínio coerente, apoia a cultura, o desporto e a assistência social. Reconhece o papel do sector financeiro na promoção do desenvolvimento sustentável, pelo que deseja minimizar os impactos ambientais, directos

e indirectos, causados pelo seu negócio. Usa o crédito para incentivar a inovação e o empreendedorismo, bem como a inclusão dos desfavorecidos. Acredita que alargar o acesso ao crédito é o coração do seu negócio.

Produtos e Desenvolvimentos Futuros

A oferta de produtos do Millennium Angola está adequada às necessidades

e características específicas do mercado angolano e, mais concretamente, de cada um dos seus segmentos.

No segmento de Particulares & Negócios o Banco aposta numa oferta de produtos e canais que incentivam a rentabilização ao máximo do tempo e dinheiro dos Clientes. No segmento de Empresas & Corporate a oferta engloba produtos financeiros de apoio ao crescimento das empresas

e aos seus projectos de investimento, a todas as operações sobre o estrangeiro usuais, soluções para pagamento a fornecedores e soluções eficientes de gestão de pagamentos a colaboradores.

Mercado

O sector bancário é um dos sectores de ponta de Angola, com fortes "players" instalados, e com um potencial de crescimento muito grande devido à baixa taxa de bancarização da população. O Banco Millennium Angola, presente no país enquanto Banco de direito angolano desde 2006, tem evidenciado taxas de crescimento de penetração no mercado superiores à concorrência na carteira de recursos de Clientes, na carteira de crédito, no activo líquido, no crédito em volume e em depósitos totais, acompanhando o crescimento do sector bancário e, em simultâneo, caminhando no sentido de aumentar a quota de mercado.

O "know-how" obtido pela integração num grande grupo multinacional que tem já uma metodologia de segmentação testada, com adequado posicionamento da Marca, o forte crescimento da rede de balcões pelas diversas províncias do país e um comportamento comercial pró-activo e centrado na utilidade ao Cliente, constituem as traves mestras

Depósito Diamante

UMA TAXA DE LUXO.

18%

MÁXIMA SUBSCRIÇÃO 500.000 KWANZAS

TAXA DE JURO ANUAL

PRAZO DE 90 DIAS

OFERTA LIMITADA

Millennium Angola

A vida inspira-nos

www.millenniumangola.ao



da estratégia comercial e explicam o forte crescimento do Banco. As plataformas automáticas e digitais de relacionamento com os Clientes são um instrumento decisivo de competitividade e de qualidade de serviço. Devidamente articuladas e correctamente geridas, estas plataformas – Balcões, Internet e ATM – garantem uma disponibilidade permanente em todas as geografias e para a generalidade dos serviços mais frequentemente necessários aos Clientes.

Comunicação

O valor de “franchise” da Marca Millennium, que hoje serve de símbolo a Bancos em diferentes geografias, está ancorado num modelo muito reflectido e testado de propor aos Clientes uma oferta comercial que produz utilidade e satisfaz emocionalmente. Partindo de um propósito de permanente simplificação do produto e estruturando o processo bancário que suporta a relação de modo a tirar o máximo partido das novas tecnologias, o Banco chegou a uma fórmula de Marketing a que chama Modelo de Retalho Millennium (“Millennium Retail Model”) que aplica também no mercado

angolano. Este modelo padroniza as iniciativas comerciais, concentrando no campo da comunicação o fundamental esforço de criatividade, com vista a promover acordos básicos sobre as ideias e os conceitos de vida que antecedem o produto e o justificam sociologicamente.

Vantagens Competitivas

O Banco Millennium Angola, ao integrar o grupo Millennium bcp, tem acesso a uma partilha de “know-how” e de experiência na distribuição a retalho de produtos e serviços financeiros, vinda de várias geografias, permitindo-lhe implementar um modelo de negócio testado e uma fórmula de marketing eficaz, comprovada no sucesso das diversas operações que realiza. Beneficia ainda da presença de Clientes Millennium bcp em Angola e do forte reconhecimento internacional da Marca.



BANCO MAIS INOVADOR EM ANGOLA 2009

Factos que desconhece

O Millennium Angola integra o grupo Millennium bcp que está presente em 4 continentes, emprega 21.000 pessoas, tem 1.800 sucursais e serve um total de 5,1 milhões de Clientes.

Em 2010 a rede comercial do Banco Millennium Angola está presente nas províncias de Luanda, Benguela, Huambo, Zaire, Huila, Cabinda, Bié, Kwanza Sul e Malange.

O Banco Millennium Angola tem um forte plano de expansão com o objectivo de ter 100 balcões, 1.400 colaboradores e 170.000 Clientes em 2012.

A Marca Millennium significa “mil anos”, o que à escala da vida humana exprime a ambição dos grandes projectos e a intemporalidade das grandes obras. O cerise (cereja), cor da Marca, é um vermelho luminoso que revela saúde e vitalidade.

A sua equipa é constituída por um conjunto de pessoas competentes, com elevada capacidade técnica e conhecimento do sector, fortemente motivadas em volta de objectivos comuns. A combinação destes factores resulta no desenvolvimento de produtos e serviços, verdadeiramente inovadores, em que o Millennium Angola é pioneiro no seu lançamento no mercado. A realização de parcerias estratégicas é uma forte aposta do Banco que reverte a favor dos Clientes, assim como a expansão da rede de Balcões, que objectiva a cobertura total do território nacional num futuro próximo, para maior proximidade ao Cliente. O Banco tira partido das vantagens competitivas que constrói, factor evidenciado pelos bons resultados alcançados na conquista de quota de mercado.

1994

Banco Português do Atlântico, S.A. (BPA) abre em Angola uma Sucursal.

2000

Fusão, por incorporação, do Banco Português do Atlântico, S.A. no Banco Comercial Português, S.A. (BCP) – reconhecida em Angola em Abril de 2002 - Sucursal em Angola do BPA passa a Sucursal do BCP.

2003

Lançamento da Marca Millennium bcp e início do “roll-out” da Marca Millennium em todos os mercados.

2006

Sucursal do BCP é transformada em Banco Millennium Angola, S.A. (BMA), de direito angolano, e criação da marca Millennium Angola.

2008

O Banco apresenta, desde a sua abertura enquanto Banco de direito angolano em 2006, uma taxa anual de crescimento composta de 57% em Clientes, 131% em Balcões, 109% em Colaboradores e 27% nos Resultados Líquidos.

2009

Banco Millennium Angola é considerado “Most Innovative Bank” em Angola pela revista EMEA (Europa, Médio-Oriente e África) Finance.