

PRESS RELEASE  
22.fev.2017

## LANÇAMENTO DE PRODUTO FINANCEIRO INOVADOR PARA O SEGMENTO SÉNIOR

**CEREJA a primeira marca de soluções financeiras para “maiores de experiência”**

Chegou a Cereja, a nova marca do BANCO BNI EUROPA completamente dedicada aos maiores de experiência.

Quem tem mais de 65 anos, está no topo da sua experiência de vida e agora, através das novas soluções financeiras da Cereja, vai poder desfrutar desse momento.

**O Banco BNI EUROPA com a sua estratégia de inovação tecnológica e financeira e, claro, a uma visão radicalmente diferente da concorrência, está em condições de abordar o segmento sénior com produtos financeiros que visam resolver a sua descapitalização ao longo da reforma. Situação que é, como se sabe, uma realidade cada vez mais preocupante.**

O aumento da esperança da vida, da saúde, da literacia, da jovialidade e vontade de viver são cada vez mais notórias pelo que existem hoje condições únicas de oferecer produtos financeiros a este segmento.

Evidentemente, são produtos desenhados exclusivamente para os maiores de 65 anos tendo em conta as suas características.

Consideramos que a maioria dos bancos e marcas financeiras não tem mostrado interesse neste segmento, apenas oferecendo soluções já existentes para o mercado mainstream, com ligeiras adaptações.

Ora, fazemos exatamente o contrário: desenhámos produtos de raiz para este segmento e para consolidar este movimento e autonomizá-lo na estrutura criámos a **Cereja, novas soluções financeiras para os maiores de experiência.**

### **Crédito Inverso - o primeiro produto da CEREJA**

O Crédito Inverso é um produto novo em Portugal.

É um produto inspirado nos clássicos ‘Reverse Mortgage’ e ‘Equity Release’ muito populares nos Estados Unidos e Reino Unido respetivamente.

É um produto que possibilita aos maiores de 65 anos terem acesso a um crédito pessoal dando como garantia a hipoteca da sua casa.

Os donos de casa própria têm assim a possibilidade de obterem um crédito em condições únicas para fazerem face a qualquer necessidade económica numa altura da vida em que os bancos não lhes emprestam dinheiro. Continuam donos da sua casa e ainda podem contar com uma linha de crédito suplementar caso o desejem.

### **Acreditamos que é um produto que terá uma aceitação porque:**

- É a solução perfeita para terem acesso a um crédito sem precisarem de ter seguro de vida nem colocar em causa o bem estar da sua família
- Tem condições de devolução únicas: é o único crédito no mercado cujo capital emprestado pode ser devolvido apenas no fim.
- Têm a possibilidade de rentabilizar um activo que têm, a sua casa, que se torna uma garantia para conceder o crédito.

É importante igualmente referir que o contrato não tem fim, podendo ser renovado anualmente.

Quem é dono da sua casa, é também dono da sua vida.

Para mais informações ou para marcar uma entrevista com o responsável do projeto, Jorge Delgado, agradecemos o seu contacto para [paula.landeiro@bnieuropa.pt](mailto:paula.landeiro@bnieuropa.pt).

### **Outras informações:**

#### **Sobre o BANCO BNI EUROPA**

O BANCO BNI EUROPA posiciona-se como um banco inovador e disruptivo que apresenta novas soluções financeiras no mercado nacional.

O BNI Europa, foi galardoado pelo “Global Business Outlook”, com o prémio de “Best Internet Bank Portugal 2016” e pelo “Global Banking & Finance Review”, com o prémio de “Best Digital Bank Portugal 2016”. A

estes prémios juntam-se ao prémio de “Most Innovative Bank Portugal 2016” atribuído o ano passado pela “Internacional Financial Magazine”.

Para além da CEREJA, 2017 marca o lançamento de várias marcas e produtos inovadores no mercado nacional por parte do BANCO BNI EUROPA.

Para saber mais, qualquer informação adicional pode ser solicitada para [paula.landeiro@bnieuropa.pt](mailto:paula.landeiro@bnieuropa.pt)

### Sobre o nome Cereja

Não queríamos um nome clássico, politicamente correto que fosse tão previsível que, depois, não transmitisse absolutamente nada. Queríamos trazer uma lufada de ar fresco a este segmento e acabar de uma vez com aquele ângulo de pessoas plásticas, sorridentes e felizes que se encontram em todas as comunicações para este segmento. Hoje o mundo das marcas mudou e as pessoas sabem que não é por se ter um nome clássico que se inspira mais confiança - bem pelo contrário.

Foi para nós uma grande oportunidade para criar uma marca que representasse leveza, estatuto, orgulho em ter mais de 65 anos. E assim nasceu a **Cereja, para os maiores de experiência**.

Cereja é leve, é deliciosa, gera imediatamente um sentimento positivo e é, claro, a cereja no topo do bolo; traz boas novas e boas coisas, sem fazer da vida depois dos 65 um drama como estamos habituados a ver.

As gerações que estão a chegar a este estágio da vida vão mudar radicalmente a imagem que se tem dele. Quem hoje entra na fase pós 65 anos está no topo da sua experiência e quem está no topo, tem a Cereja.

## Sobre a expressão 'sénior'

Sendo inevitável falar de seniores porque o mercado está tão habituado à esta expressão, temos a certeza que ninguém acima dos 65 anos gosta de ser tratado por sénior. É uma palavra triste, convencional, fechada e de certa forma estigmatizante.

Sendo difícil de mudar estes hábitos de um dia para o outro, criámos uma outra expressão que nos parece mais feliz e real: 'maiores de experiência'. É um facto: maiores de idade, maiores de experiência. E num mundo onde se valoriza cada vez mais a imagem da juventude e das start-ups, é bom relembrar que existe sabedoria, conhecimento e vivência e que se encontram nos maiores de 65 anos, os maiores de experiência.

É um estatuto e é uma questão de perspetiva e esta é a da Cereja.

Se tudo correr bem e tivermos sorte, vamos todos lá chegar e um dia vamos preferir sermos vistos como 'um maior de experiência' do que um 'sénior'.

Banco BNI Europa  
Paixão pelo Futuro  
Paixão pela Inovação

22.02.2017