

BANCO PRIVADO ATLÂNTICO



www.bpa.ao

O Banco Privado Atlântico foi constituído em 2006, sendo participado integralmente por accionistas angolanos, num contexto de crescente competitividade no sector financeiro bancário, onde os principais “players” eram casas financeiras de matriz europeia, algumas de tradição bancária centenária.

O Atlântico assenta o seu modelo de negócio numa tipologia mista de Banca Relacional e Banca de Investimento. A sua actividade funda-se em quatro pilares: rigor, sigilo, segurança das operações e inovação.

Valores da Marca

O Atlântico é caracterizado pela solidez, inovação e dinamismo que temperam a cultura financeira, bancária e empresarial. Estes valores constituem uma afirmação da identidade da Marca e um compromisso de geração de valor, tanto para com os seus “stakeholders”, como para o desenvolvimento de Angola.

Esta Marca expressa e simboliza confiança, acção e sofisticação. A sua forma de estar e fazer banca revela bem o seu carácter, valores e princípios, dos quais não abdica. Assim, mais do que um logótipo, um símbolo ou uma expressão gráfica, a Marca Banco Privado Atlântico corresponde a uma identidade conscientemente desenvolvida com características de diferenciação positiva associadas a um serviço de excelência e rigor.

Produtos e Desenvolvimentos Futuros

O Banco possui Centros Atlânticos personalizados para particulares e empresas. O seu acompanhamento vai além dos serviços tradicionais oferecidos a Clientes especiais. Perito em analisar cada caso em detalhe, alocando o património dos Clientes segundo um modelo de “arquitetura aberta”.

As necessidades e estratégias dos seus Clientes são analisadas, concebidas e monitoradas de acordo com o método “one to one”, permitindo a cada património uma abordagem exclusiva e personalizada, com o objectivo de atingir a máxima rentabilidade, eficiência e segurança das aplicações.

As equipas são treinadas periodicamente de modo a irem de encontro com as crescentes necessidades de Clientes exigentes e sofisticados. É sua política

TODAS AS VIAGENS
TÊM UM PONTO DE PARTIDA.
NÓS ACEITAMOS
O DESAFIO.

WWW.BPA.AO

BANCO
PRIVADO
ATLÂNTICO

procurar os melhores investimentos dentro e fora de portas, nos sectores em maior crescimento e de acordo com o perfil de risco de cada Cliente. A Sala de Mercados produz relatórios diários sobre os mercados de acções, obrigações, fundos e economia mundial. O portfólio das suas ofertas apresenta deste modo um elevado grau de exclusividade e especialização.

A Marca Atlântico, sente a responsabilidade social como um investimento na sociedade e no futuro, assumindo assim, um compromisso de sustentabilidade. Neste contexto, promover a realização de investimentos sociais, criando oportunidades para as pessoas e comunidades, contribuindo para travar o desemprego, a pobreza e exclusão social. Promove a educação e o talento,

pois reconhece-os como uma das principais fontes de crescimento e progresso.

O projecto LOGOS, foi desenvolvido com o intuito de criar programas educativos e desportivos, que promovam valores como a responsabilidade pessoal, o espírito de equipa e a solidariedade, atribuindo aos jovens angolanos critérios qualitativos para fazerem escolhas positivas para as suas vidas.

O Atlântico apoia o INTASA – Instituto Angolano de Solidariedade Arte e Saber, na criação de bibliotecas comunitárias juvenis, porque acredita que a leitura propicia o crescimento e desenvolvimento intelectual, ou seja, para a Marca Atlântico ler é oferecer à inteligência o material (em qualidade e quantidade) necessário para construir estruturas de pensamento com o melhor tipo de informação e os melhores exemplos possíveis.

O voluntariado é a acção directa que os colaboradores do Atlântico desenvolvem nas comunidades onde funcionam, através de Eventos Comunitários.

Mercado

O Atlântico está confiante na recuperação da economia mundial e na continuidade da evolução positiva do mercado financeiro angolano. Apesar do crescimento registado ao longo dos últimos 3 anos de exercício, em 2010 vai continuar a apostar no incremento e consolidação da sua acção de forma sustentada, contribuindo assim, para o desenvolvimento e a diversificação da economia angolana.



O Banco, pretende manter a aposta no apoio aos jovens e adultos em ordem a desenvolverem as suas carreiras e os seus projectos empreendedores. De igual modo, quer incentivar as famílias angolanas a cultivar hábitos de poupança e investimento.

Comunicação

Enquanto Instituição Financeira Bancária, a sua comunicação é transparente e directa, manifestando uma permanente ambição de servir tanto os seus Clientes como a comunidade onde está inserida, associando sempre os seus serviços e produtos às melhores práticas de gestão com elevados padrões de ética e qualidade.

A Marca embora ainda recente e não totalmente percebida junto da população em geral, tem

um óptimo desempenho comunicacional junto dos seus Clientes, decorrência do atendimento personalizado e profissional que é prestado.

Ao longo de 2009 comunicou em meios “above” e “below the line”, as duas assinaturas que caracterizam o seu posicionamento no mercado. Em primeiro lugar, “diferentes, pelas pessoas”, valorizando o aspecto institucional e a relação de proximidade do Banco com os seus Clientes. Em segundo, “valores com futuro”, associada aos investimentos de longo prazo nas pessoas.

Nos meios electrónicos, o lançamento do novo “website” - www.bpa.ao, atinge um posicionamento de destaque a nível da comunicação externa, sendo a “Intranet” um excelente veículo para optimização dos meios de comunicação internos e de gestão da informação.

Vantagens Competitivas

As vantagens competitivas do Banco passam por manter e monitorar os níveis de excelência do seu modelo operacional e dos seus serviços, factores que tornaram a identidade corporativa do Atlântico uma referência no sector financeiro e bancário de Angola. Outra vantagem que a Marca assume em relação aos demais, é o seu foco na preservação e o desenvolvimento de relações de confiança com os actuais e potenciais Clientes.

Adicionalmente, o processo de internacionalização confere ao Banco um posicionamento singular e estratégico no

Factos que desconhece

O projecto Banco Privado Atlântico foi promovido por quadros seniores oriundos do sector financeiro bancário e da sociedade de gestão de activos “GlobalPactum”.

Na sequência de um Acordo de Parceria Estratégica assinado em 2008, o BPA adquire formalmente 20% do Banco Millennium Angola, e este 10% do Banco Privado Atlântico.

Numa cerimónia participada pelos mais importantes actores da vida económica e empresarial portuguesa, em 2009 é constituído e inaugurado em Lisboa, o Banco Privado Atlântico-Europa.

O Atlântico atinge um volume de depósitos de 2.000 milhões de dólares americanos, em linha com as projecções de início do exercício.

mercado global. Por fim, o Atlântico acredita que a preservação e promoção da cultura do conhecimento associada a diversos investimentos nas áreas das tecnologias de informação e comunicação, tanto funcionam como factor crítico de sucesso, como um factor de desenvolvimento para o país.

2006

Fundação do Banco Privado Atlântico.

2007

O Banco completa o seu primeiro exercício e afirma-se como Marca e como actor da indústria financeira angolana, nas componentes da sua matriz operacional: Banca de Investimento e Banca Relacional.

2008

O Atlântico atinge um volume financeiro de 1.500 milhões de dólares americanos. É seleccionado para gerir, em parceria com importantes casas financeiras internacionais, a carteira de activos do Banco de Desenvolvimento de Angola.

2009

É constituído e inaugurado em Lisboa, numa cerimónia participada pelos mais importantes actores da vida económica e empresarial portuguesa, o Banco Privado Atlântico-Europa, com participação accionista do Banco Privado Atlântico.