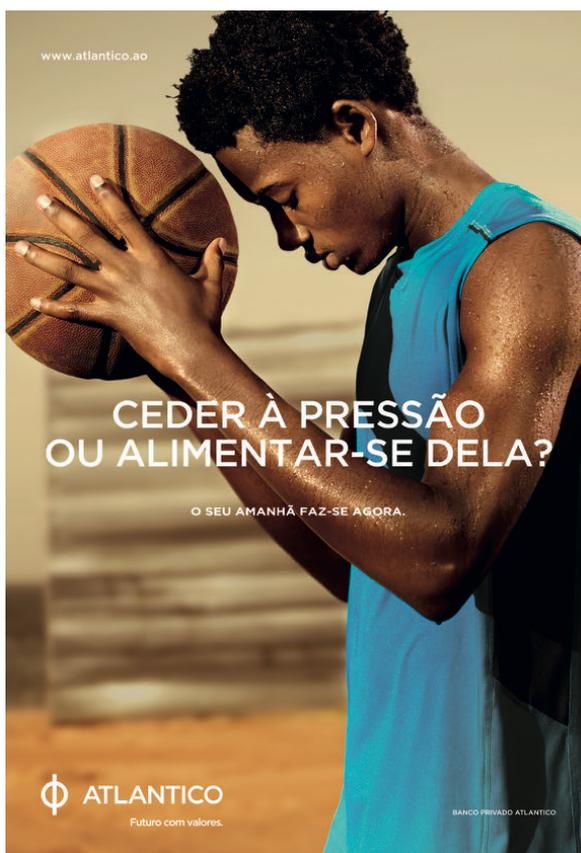




O ATLANTICO tem como missão ser o melhor Banco angolano no mundo e, no mundo, o Banco que melhor conhece Angola. Suportado nos pilares da segurança nas operações, do rigor, do sigilo e da inovação, o ATLANTICO disponibiliza aos seus clientes uma oferta integrada de produtos e serviços financeiros.

VALORES DA MARCA

O ATLANTICO foi constituído em Novembro de 2006 e, em poucos anos, superou as melhores expectativas. Desde sempre voltado para a inovação, para a atitude e para o empenho, o Banco tem paixão pela excelência. A Marca acredita que as pessoas podem conquistar, com empenho, esforço e determinação, uma vida melhor, através do trabalho, do conhecimento e da vontade de ir mais longe. Além disso, o ATLANTICO existe para fazer a diferença, contribuindo para a transformação da vida dos seus clientes e "stakeholders", através da criação de soluções financeiras orientadas para a satisfação das suas necessidades e desafios, criando valor real nas suas vidas e excedendo as suas expectativas. O ATLANTICO tem, assim, o objectivo de contribuir para o crescimento e desenvolvimento da economia angolana, para a transformação da vida dos angolanos e de todos os seus colaboradores. Todas estas convicções assentam num contexto de uma terra cheia de oportunidades e com pessoas determinadas a conquistá-las. Sendo a Marca feita, acima de tudo, de relações de confiança, sólidas e transparentes, o tom e a linguagem de comunicação seguem



também estas características: simples, próxima e humana.

PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

O ATLANTICO procura, através da sua oferta, traduzir a sua visão com soluções que incentivam o esforço individual na prossecução de objectivos de crescimento.

A oferta assenta na inovação, flexibilidade e transversalidade, valores que, associados a um processo de segmentação de Clientes, permitem adequar produtos e serviços às necessidades específicas de cada segmento.

Assim, pode encontrar-se na oferta ATLANTICO soluções como: ATLANTICO Directo, que permite o acesso aos serviços do Banco sem deslocações e a qualquer hora; Oferta Universitário, que reconhece o esforço do estudante através da

bonificação de juros sobre empréstimos; Soluções de Crédito Vida Melhor que visam facilitar a melhoria de vida das pessoas; Cash Management, oferta para as empresas que possibilita num ponto único a administração de contas domiciliadas no ATLANTICO em outras instituições; Soluções de Banca de Investimento, apoiando a estruturação de projectos de investimento. O ATLANTICO almeja crescer com os seus Clientes, pelo que continuará a apostar na criação de soluções que respondam aos desafios emergentes na economia angolana, tais como o Factoring e o Leasing.

MERCADO

2012 e 2013 foram anos de forte crescimento da economia angolana. A estabilidade da política monetária e cambial permitiu a descida da taxa de inflação e o movimento gradual da descida das taxas de juro, o que contribuiu para estimular o crescimento económico e o nível de investimento. O sector bancário acompanhou o crescimento da economia, registando um aumento do

volume de depósitos e créditos concedidos. O ATLANTICO é um participante activo neste cenário. Destaca-se o facto de se ter tornado num Banco de abrangência nacional, passando a estar presente em todas as Províncias, chegando, assim, a mais pessoas. Em paralelo, reforçou a sua vocação de Banca Comercial de Relação, servindo mais clientes e mantendo os critérios de rigor e excelência, alargando ainda de forma significativa o seu portefólio de produtos e serviços. É de salientar que o ATLANTICO fechou o ano de 2013 com um crescimento de 80% no total de clientes (acima da média do mercado) em recursos, crédito e produto bancário.

COMUNICAÇÃO

Em 2013, o ATLANTICO reposicionou-se no mercado, evoluindo de um perfil Private,



Corporate e de Banca de Investimento para um Banco Comercial de Relação, com a finalidade de se aproximar de mais pessoas.

Depois de apoiar a renovação da Baía de Luanda e de estar ao lado de Matias Damásio no lançamento do seu último CD, o ATLANTICO criou um festival de música que juntou diversos artistas nacionais e internacionais. Afinal, num país onde a musicalidade está tão presente, nada melhor do que a música para aproximar pessoas e construir o seu novo posicionamento. A 1.ª edição do Sons do ATLANTICO teve uma identidade visual baseada no Oceano Atlântico. Com uma divulgação multimeios, o festival teve Matias Damásio como anfitrião. Nas redes sociais, milhares de fãs juntaram-se em torno do evento mais falado do ano. Neste contexto, é lançada a Campanha Institucional do ATLANTICO. Uma campanha

SABIA QUE:

- Para promover a literacia financeira em Angola e contribuir para o desenvolvimento económico, o ATLANTICO lançou o "Guia de Literacia Financeira - Planeie a sua vida, antes que a vida planeie por si", uma aposta na disponibilização de informação para aumentar os níveis de literacia financeira e auxiliar na gestão do património e nas decisões de poupança e investimento.
- Patrocinada pelo ATLANTICO, em Maio deste ano, a leiloeira Bonhams promove, em Londres, um leilão sem fins lucrativos de obras de arte contemporânea angolana, para angariar fundos para o projecto Logos.



multimeios inspirada na realidade angolana, no empenho e dedicação de todos aqueles que lutam por um futuro melhor.

E como a filosofia do Banco evoluiu, a sua assinatura "Valores com Futuro" reflectiu essa evolução. O resultado foi uma simples inversão que se ajustou por completo à sua nova visão – "Futuro com Valores".

De seguida, é lançada a campanha Soluções de Crédito Vida Melhor, que traz a história de Matias Damásio e a mensagem "Do que é que precisa para melhorar a sua vida?". Recentemente, há uma nova parceria com o cantor para lançar o serviço ATLANTICO Directo – "O seu Centro ATLANTICO em qualquer lugar e a qualquer hora". Hoje, o ATLANTICO tem notoriedade e dimensão nacional. Está presente em todas as províncias, materializando a sua intenção de estar ao lado de todos, agora e no futuro.



SABIA QUE:

- Em 22 meses, o ATLANTICO concretizou a sua expansão nacional, com uma rede de Centros em todo o País.
- A página Sons do ATLANTICO no Facebook, criada em 2013, é já uma das maiores páginas de entretenimento de Angola, com mais de 110 mil fãs.
- O Festival Sons do ATLANTICO cresceu 50% da 1.ª para a 2.ª edição, atingindo um público total de 75 mil pessoas.
- O projecto Logos tem como missão desenvolver programas educativos e desportivos, promovendo a responsabilidade pessoal, a solidariedade e o espírito de equipa. Através do Logos, criam-se e apoiam-se espaços de informação e lazer, onde os jovens interagem e aprendem valores e critérios para fazer escolhas positivas nas suas vidas, seja no domínio familiar, no profissional ou no comunitário.

VANTAGENS COMPETITIVAS

Em 2012 e 2013, o ATLANTICO é reconhecido internacionalmente como "Best Investment Bank in Angola", pela World Finance e pela Global Banking & Finance Review. Em 2012 é também reconhecido como "Most Progressive Bank in Angola", pela Global Banking & Finance Review. Estas distinções são o reconhecimento do trabalho e uma afirmação junto do mercado, nacional e internacional, da excelência e do rigor que estão inscritos no ADN do ATLANTICO.

2006

Fundação do Banco Privado Atlântico.

2007

Afirmação como Marca e como actor da indústria financeira angolana.

2008

Lançamento do Projecto Logos.

2009

Inauguração do ATLANTICO Europa, em Lisboa.

2010

"Rebranding" da Marca.

2012

Evolução do posicionamento do ATLANTICO.

2013

Associação ao músico Matias Damásio e ao Clube 1.º de Agosto como embaixadores da Marca ATLANTICO.

2014

Construção da nova Sede na Cidade Financeira.