



Futuro com valores.

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 na sua fundação assumiu um compromisso de excelência, inovação e empenho para com o mercado e seus Clientes. A Marca acredita no que torna as pessoas empreendedoras – o seu empenho, dedicação e determinação.

Acredita, por isso, na conquista de uma vida melhor, através do trabalho, do conhecimento e da vontade de ir mais longe.

Porque o ATLANTICO é um banco comprometido com o futuro dos seus Clientes e com o futuro de Angola, e porque trabalha diariamente e existe para fazer a diferença,

o seu objetivo é o de contribuir para o crescimento e desenvolvimento da economia do País, com a criação de soluções financeiras orientadas para a satisfação das necessidades e desafios dos seus Clientes, criando valor real nas suas vidas e procurando sempre exceder as suas expectativas.

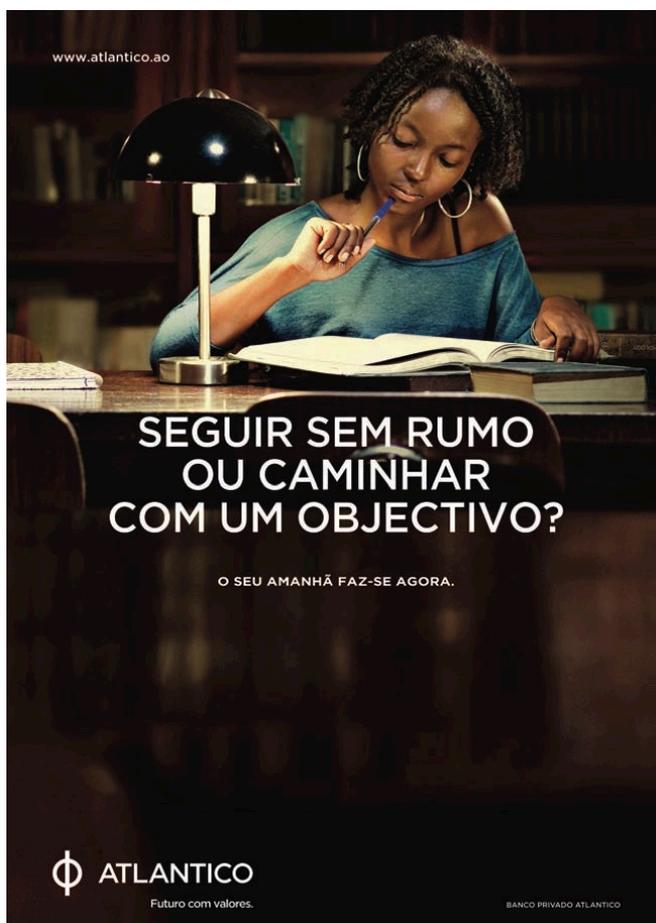
A Marca ATLANTICO expressa e simboliza confiança, acção e sofisticação, sendo sinónimo de negócio inovador que une o conhecimento à

vontade dos empreendedores; pessoas que se pautam por valores de rigor, sigilo, segurança nas operações; visão internacional; e relação de proximidade e confiança com os Clientes.

destacam-se: o ATLANTICO Directo e o ATLANTICO Net, que permitem o acesso ao Banco a qualquer hora, em qualquer lugar; a Oferta Universitário, que reconhece o

esforço do estudante através da bonificação de juros sobre empréstimos; a Oferta Mulher, uma conta especial para Clientes especiais; o Depósito a Prazo Sons do ATLANTICO, solução de poupança com uma taxa atractiva associada ao Festival; o Depósito Especial de Aniversário, com uma taxa especial de aniversário do Banco; o Cash Management, uma oferta para as Empresas; e o Cartão de Crédito Visa, um meio de pagamento aceite em todo o mundo e que dá crédito a uma vida mais tranquila.

O ATLANTICO quer crescer com os seus Clientes, pelo que continuará a apostar na criação de soluções que respondam aos desafios emergentes na economia angolana. Nesta senda, estão em desenvolvimento novas soluções de meios de pagamento, bem como soluções de crédito especializado, com o objetivo de aumentar a diversidade da sua oferta e responder às necessidades dos Clientes Particulares e Empresas.



PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

O ATLANTICO procura sempre pôr em prática a sua missão, através da criação de soluções que incentivam o esforço individual na prossecução de objetivos de crescimento. Assim, a oferta do ATLANTICO está assente 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 Cliente.

Entre as soluções do ATLANTICO, em 2014,

MERCADO

A economia angolana enfrenta um desafio estrutural no sentido da sua diversificação, recentemente acentuado pela conjuntura global associada à redução do preço do barril de petróleo. Contudo, Angola mantém saudáveis indicadores de estabilidade macro-económica, com destaque para o controlo da inflação que se manteve abaixo de 8% e para o “stock” de Reservas Internacionais Líquidas. Neste enquadramento, o sector bancário continuou

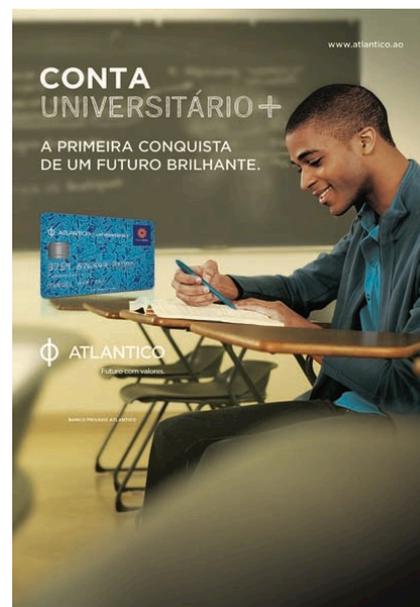
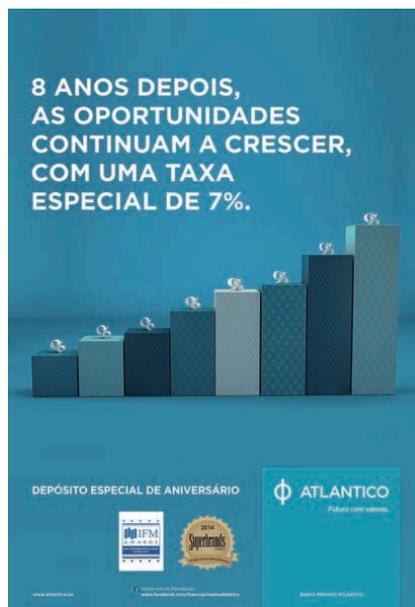
a registar dinamismo, tendo os depósitos no sistema registado um crescimento de 27%, face a 2013, e o Crédito concedido cresceu 15%.

COMUNICAÇÃO

O ano de 2014 ficou marcado pela consolidação do reposicionamento da Marca ATLANTICO, na evolução de um Banco Private, Corporate

da equipa basquetebol do 1.º de Agosto. Pouco tempo depois, a música tornou a ser protagonista na aproximação do Banco às pessoas. Depois de uma primeira edição de sucesso, o ATLANTICO voltou com a segunda edição do festival de música Sons do ATLANTICO, que juntou de novo diversos artistas nacionais e internacionais, numa festa

o ATLANTICO ampliou as suas instalações, deslocando todo o "backbone" do Banco (áreas de suporte e de controlo) para a Cidade Financeira. Com a libertação de algum espaço no edifício SODIMO, agora a Sede Comercial do ATLANTICO, foi possível apostar na dinamização das áreas, contribuindo para uma ainda maior qualidade de atendimento aos Clientes.



e de Investimento, para um modelo de Banca Comercial de Relação, estando hoje ainda mais próximo dos seus actuais e potenciais Clientes. Para a Marca ATLANTICO, todos os anos são de evolução e novos desafios; reforço da identidade da Marca no mercado; reforço dos valores da Marca; e reforço dos padrões de qualidade e exigência. E porque os grandes atletas e as grandes equipas são exemplos de empenho, determinação, valor e conquista, o ATLANTICO começou o ano como patrocinador

em que marcaram presença mais de 75 mil pessoas, na Baía de Luanda. Com grande destaque, foi lançada a campanha institucional ATLANTICO Directo, com Matias Damásio como "endorser", que lançou um serviço de atendimento telefónico disponível 24h, para que o Cliente possa realizar as mais diversas operações bancárias com toda a qualidade e confiança que encontra num dos seus centros físicos. Ao mesmo tempo, o ATLANTICO Net reforça a sua oferta ao disponibilizar novos serviços de Internet Banking. Em tudo o que faz, o ATLANTICO procura sempre estar ainda mais acessível aos seus Clientes.

Em Junho, foi aberto o 50.º Centro ATLANTICO, pautando de simbologia um ano que chegou aos 58 Centros, depois de em 2013 ter cumprido o objectivo de estar em todas as províncias de Angola. Durante todo o ano, chegar a todos, foi sempre uma prioridade do ATLANTICO. E para dar seguimento a essa filosofia, lançou a campanha institucional de Literacia Financeira, que incluiu a divulgação de uma página web e, em parceria com o Matias Damásio, foram criadas e divulgadas cinco músicas que têm como objectivo consciencializar os cidadãos sobre o funcionamento do sistema financeiro. Para acompanhar o seu crescimento,

VANTAGENS COMPETITIVAS

Após um ano marcado por vários prémios de reconhecimento de mérito e excelência, o ATLANTICO entra em 2015 ao lado de todos os angolanos, olhando frontalmente para um futuro repleto de novos desafios e oportunidades. Entre as várias distinções recebidas pelo Banco, estão: Distinção Superbrands 2014 – Marca de Excelência em Angola; Best Investment Bank – World Finance; Best Customer Service Bank – International Finance Magazine; Best Investment Bank – International Finance Magazine; Best Trade Finance Bank – Global Banking & Finance Review; Best Investment Bank – Global Banking & Finance Review; e Best Wealth Management Team – Capital Finance International.

SABIA QUE:

- Matias Damásio associou-se à campanha de Literacia Financeira do ATLANTICO, ao compor cinco músicas sobre o tema, disponíveis em www.planeieasuavida.com.
- Actualmente, o ATLANTICO conta com oito anos de existência e 58 Centros ATLANTICO, com previsão para a abertura de mais 12, até ao final de 2015.
- Em 2014, o projecto LOGOS chegou ainda a mais crianças e pretende, em 2015, abrir Centros em todas as províncias e contribuir para a capacitação de 5.000 jovens.

2006

Fundação do Banco Privado Atlântico.

2013

Associação ao músico Matias Damásio e ao Clube 1.º de Agosto. Expansão da Marca a todas as províncias.

2012

Evolução do posicionamento do ATLANTICO.

2014

Inauguração da nova Sede Social na Cidade Financeira.