



Comunicado de Imprensa  
Miraflores - Algés, 5 julho de 2021

## Oney apresenta nova assinatura de marca

### **Parceiro na transformação do comércio, Oney Bank convida a fazer uso do Poder de Escolha**

Lisboa, 5 de julho de 2021 - O Oney afirma o seu propósito. Empresa aliada do quotidiano, o Oney participa no desenvolvimento do comércio e dá força ao consumidor. Ao dar a todos a oportunidade de melhorar o seu dia a dia, o Oney transmite uma visão positiva de consumo que pode ser um vetor de sustentabilidade para o benefício de comerciantes e clientes.

Há mais de 37 anos que o Oney é um *player* ao serviço do consumo e do comércio. Este posicionamento híbrido, a sua força inovadora e os seus valores humanos permitem ao Oney beneficiar da confiança de quase 600 parceiros, 7,8 milhões de clientes e ser líder em pagamentos fracionados em Portugal, França, Itália e Roménia e número 2 em Espanha.

Desde a sua criação, o Oney e os seus 2.600 talentos carregam este *corpus* de valores e colocam-nos no centro das suas ações. Hoje, o Oney formaliza-os numa nova assinatura de marca para afirmar ao público em geral a utilidade social e económica do Oney Bank, em conformidade com o seu plano estratégico.

#### **ONEY**

#### **YOUR MONEY YOUR WAY**

Para Leonor Soczka, Diretora de Marketing do Oney Bank Portugal "*esta nova assinatura de marca traduz a nossa visão sobre a importância do **poder de escolha** enquanto força motriz para uma sociedade mais sustentável e mais humana. É o reflexo de um caminho que estamos a percorrer nos compromissos de sustentabilidade que assumimos e que já hoje guiam a evolução do negócio do Oney, materializado em novos produtos e serviços, no apoio à transformação do negócio dos nossos parceiros e na experiência que entregamos aos nossos clientes.*"

#### **Oney enquanto parceiro na transformação de negócios**

Há mais de 37 anos que o Oney Bank tem beneficiado do ADN híbrido da banca e do comércio. Este posicionamento tem permitido ao Oney acompanhar e apoiar a evolução do negócio tendo sempre em mente tanto os benefícios para os seus clientes como para os seus parceiros. Ao criar o pagamento fracionado, há 14 anos, o Oney transformou o ato de comprar. Posteriormente, ao



tornar as suas soluções omnicanal, criou uma primeira revolução, apoiando os lojistas na digitalização dos seus serviços e, assim, facilitando o seu acesso a clientes.

### **Melhorar a vida diária de todos os consumidores**

Ao transformar o ato de compra, o Oney posiciona-se como aliado de todos aqueles que querem recuperar o poder sobre o seu consumo.

Ao oferecer as suas soluções a mais de 600 parceiros, em cerca de 10.000 pontos de venda e a mais de 40% dos maiores e-comerciantes franceses, o Oney torna o pagamento fracionado acessível e uma solução amplamente aceite pelos consumidores. Para 1 em cada 4 europeus, a possibilidade de fracionar várias vezes é determinante na escolha de uma marca. 19% dos europeus pagam em prestações pelo menos uma vez por mês<sup>1</sup>.

Em 14 anos, o Oney tornou este serviço parte do dia a dia de mais de 7 milhões de pessoas.

Mas consumir não é um fim em si mesmo. Através do consumo, os clientes do Oney desejam melhorar o seu dia a dia e consumir melhor. Ao fornecer soluções que simplificam as suas compras e aceleram a conclusão dos seus projetos, o Oney oferece alternativas e ajuda-os a viver melhor, sejam quais forem as suas escolhas.

### **Ser a força motriz por trás do "melhor consumo"**

Enquanto o desafio ambiental é generalizado, o Oney quer colocar no centro da sua *raison d'être* e das suas ações quotidianas o poder de cada um assumir o seu papel. Assim, o Oney encoraja os comerciantes a transformarem o seu negócio e apoia aqueles que atuam no sector de um melhor consumo. Ao mesmo tempo, o Oney quer apoiar os consumidores no seu desejo de avançar para um modo de consumo mais virtuoso.

### **Mas o que é consumir melhor?**

Um melhor consumo traduz-se em escolhas de consumo mais sustentáveis que são mais protetoras do ambiente. Isto materializa-se na compra de produtos em segunda mão, reconicionados, reciclados, menos consumo de energia, comprar o que é realmente necessário... Para o Oney, o objetivo a médio prazo é ampliar este movimento e apoiar os comerciantes na transformação do seu negócio, seja para a sua atividade principal ou secundária, seja para incentivar o comércio entre indivíduos.

Veja o vídeo do manifesto do novo posicionamento do Oney Bank [aqui](#)

---

<sup>1</sup> Estudo OpinionWay / Oney maio 2019



**Sobre o Oney Bank** - Somos um banco diferente e único, nascido do comércio. Aproveitamos o nosso posicionamento original e a nossa experiência desenvolvida ao longo de mais de 37 anos para desenvolver soluções de pagamento e serviços financeiros inovadores. A nossa missão: "Parceiro na transformação do comércio, o Oney dá a todos o poder de melhorar o seu dia a dia e de consumir melhor". Como criador do pagamento fracionado há 14 anos, o Oney é agora líder de mercado em 4 países europeus com uma oferta totalmente digital e omnicanal única no mercado. Com os nossos 600 comerciantes e parceiros de comércio eletrónico em cerca de 10.000 pontos de venda físicos ou virtuais, apoiamos os projetos de mais de 7,8 milhões de clientes na Europa, oferecendo-lhes experiências de compra memoráveis em loja e online. Em Portugal estamos presentes desde 1994 e contamos com aproximadamente 400 colaboradores. Desde 22 de outubro de 2019, temos dois acionistas: BPCE com 50,1% e Auchan Holding com 49,9%.

Para mais informação: [www.oney.pt](http://www.oney.pt)

Siga-nos no LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/oney>



**Contacto de imprensa:**

OmicomPRGroup Portugal

Élia Henriques | [elia.henriques@omnicomprgroup.com](mailto:elia.henriques@omnicomprgroup.com) | 938 831 726

Filipa Fonseca | [filipa.fonseca@omnicomprgoup.com](mailto:filipa.fonseca@omnicomprgoup.com) | 967 329 820