



C O M U N I C A T O S T A M P A

Parigi, 21 gennaio 2013

Una nuova identità e un nuovo slogan per Coface, riflesso del suo riposizionamento strategico di successo

Dal 2011, Coface si è focalizzata sul suo core business, l'assicurazione dei crediti, e si è riorganizzata per dare il miglior supporto ai suoi clienti in un contesto economico instabile. In tale spirito, il Gruppo si dota oggi di una nuova immagine e di un nuovo slogan: «*Coface for safer trade*». Segno unico di un brand internazionale, la nuova identità viene presentata a partire dal 21 gennaio 2013 nelle 66 entità del Gruppo Coface.

«*La nuova immagine che presentiamo oggi è il riflesso della profonda trasformazione di Coface negli ultimi due anni. Il nostro nuovo slogan esprime il nostro valore aggiunto specifico di assicuratore del credito e una promessa forte verso i nostri clienti: scambi più sicuri nel mondo*», spiega **Jean-Marc Pillu**, CEO del Gruppo Coface.

Un nuovo posizionamento di brand, simbolo di un impegno forte nei confronti dei clienti

Il nuovo posizionamento di brand di Coface si basa sulla sua forza di assicuratore del credito: la sua expertise nel valutare e prevenire i rischi e le soluzioni fornite alle imprese per proteggerle contro il rischio di insolvenza finanziaria dei loro clienti e permettere loro un continuo sviluppo.

E' ciò che riflette il nuovo slogan del Gruppo: «*Coface for Safer Trade*»*, simbolo di un impegno forte di Coface nei confronti dei suoi clienti.



Una nuova immagine per una nuova ambizione

Realizzata dall'agenzia W & Cie, la nuova immagine di Coface ne guadagna in semplicità e in potenza. Ogni elemento costitutivo di questa immagine - logo, tipografia, gamma di colori, principi di costruzione - è stato pensato per tradurre e promuovere il nuovo orientamento strategico del Gruppo.

* «Coface, per scambi più sicuri»



COMUNICATO STAMPA



Grazie al gioco grafico fra le lettere “C” et “O”, che si incontrano come due braccia, il logo esprime la relazione di fiducia che Coface intrattiene con i suoi clienti.

Il diverso colore delle due lettere evoca la complementarità : i clienti di Coface hanno a loro volta dei clienti. Infine, la confluenza della C e della O richiama il simbolo dell’infinito che lega il brand al suo business evocando l’universo dei dati e il campo delle possibilità.

Sulla stessa linea, l’universo iconografico, raffigurante vari imprenditori che Coface affianca, colloca il cliente al centro delle preoccupazioni di Coface.

Il logo e gli aspetti visivi sono declinati attorno al blu e a un verde luminoso. Il blu fa parte del patrimonio di Coface, garantendo la continuità con il logo precedente. Il nuovo verde, da parte sua, afferma l’unicità e la modernizzazione del Gruppo.

CONTACT MEDIA:

Antonella VONAT. 02 48335640 - avona@coface.it

Clara GARDINI / T. 0248335221- cgardini@coface.it

A proposito di Coface

Il gruppo Coface, uno dei leader mondiale nell’assicurazione dei crediti, offre alle imprese di tutto il mondo soluzioni per proteggersi contro il rischio di insolvenza dei propri clienti, sia sul mercato domestico che export. Nel 2011, il gruppo ha raggiunto un turnover consolidato di 1.6 miliardi di euro. I 4.600 collaboratori in 66 paesi forniscono un servizio locale mondiale. Ogni trimestre, Coface pubblica le valutazioni rischio paese per 157 nazioni, basate sulla sua conoscenza unica del comportamento di pagamento delle aziende e sulla expertise dei suoi 350 arbitri.

In Francia, Coface gestisce le garanzie pubbliche all’esportazione per conto dello stato francese.

Coface è una filiale di Natixis il cui capitale sociale (Tier 1) era di 10.2% a fine dicembre 2011.

www.coface.it