



P R E S S R E L E A S E

Lisboa, 21 Janeiro de 2013

Uma nova identidade e um novo slogan para a Coface, que reflectem o seu êxito no enfoque estratégico

Desde 2011, a Coface centralizou a sua actividade principal de negócio, o seguro de crédito, e reorganizou-se para melhor acompanhar os seus clientes, num contexto económico instável. Dentro desse espírito, o Grupo adopta hoje uma nova identidade visual, assim como, um novo slogan: « Coface, for safer trade » (Coface, para negócios mais seguros). Sinónimo de uma única marca internacional, a nova identidade será lançada a partir de segunda-feira, dia 21 de Janeiro de 2013, em cada uma das 66 entidades do Grupo Coface.

« A nova identidade visual lançada hoje reflecte a transformação fundamental da Coface ao longo dos últimos 2 anos. O nosso novo slogan traduz o nosso valor acrescentado específico enquanto seguradora de crédito e um forte compromisso para com os nossos clientes: negócios mais seguros em todo o mundo », explica Jean-Marc Pillu, Director-Geral do grupo Coface.

Um novo posicionamento da marca, símbolo do forte compromisso para com os clientes

O novo posicionamento da marca Coface apoia-se nos seus pontos fortes, como seguradora de crédito: a sua experiência na avaliação e prevenção de riscos e as soluções dadas às empresas para protegê-las face ao risco de incumprimento dos seus clientes, permitindo-lhes um desenvolvimento contínuo.

É isto que reflecte a nova assinatura do Grupo: «Coface, for Safer Trade » , símbolo de um forte compromisso da Coface para com os seus clientes.



Uma nova imagem para uma nova ambição

Criada pela agência Francesa W & Cie, a nova identidade visual da Coface ganha em simplicidade e força. Cada elemento constitutivo desta identidade: logotipo, design, gama de cores, princípios de construção – foi pensado para traduzir e apoiar a nova orientação estratégica do Grupo.



P R E S S R E L E A S E



O jogo gráfico entre as letras “C” e “O”, que se encontram como dois braços abertos, o logotipo reflecte a relação de confiança que a Coface mantém com os seus clientes. A cor diferente entre as duas letras reflecte a complementaridade: os clientes da Coface têm também clientes. Por fim, a confluência entre o C e o O recordam o símbolo do infinito, que apoia a marca na sua actividade, evocando o universo dos dados e os campos de possibilidades.

Na mesma linha, o universo iconográfico representa os empreendedores que a Coface acompanha, e coloca o cliente no centro das preocupações da Coface.

O logotipo e os elementos visuais estão trabalhados sobre um azul e um verde luminoso. O azul faz parte do património da Coface, assegurando a continuidade do logotipo precedente. O novo verde afirma a singularidade e a modernização do Grupo.

CONTACTOS COM OS MEDIA:

Cláudia MOUSINHO - T. (+351) 211 545 400 – claudia_mousinho@coface.com

Sobre a Coface

O Grupo Coface, líder mundial em seguro de crédito, oferece às empresas em todo mundo soluções para protegê-las do risco de incumprimento financeiro dos seus clientes, tanto no mercado doméstico como na exportação. Em 2011, o Grupo registou um volume de negócios consolidado de €1.6 mil milhões. Cerca de 4.600 colaboradores em 66 países do mundo garantem a prestação de um serviço local. A cada trimestre a Coface publica as suas avaliações de risco país para 157 países, com base no seu conhecimento exclusivo do comportamento de pagamento das empresas e na experiência dos seus 350 analistas de risco.

Em França, a Coface gere as garantias públicas à exportação em nome do Estado Francês.

A Coface é uma subsidiária do Natixis, cujo rácio de Core Tier 1 era de 10,2% no final de Dezembro de 2011.

www.coface.com

www.cofaceportugal.com