



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

2013年1月21日(月)パリ発

コファス、成功を収めている戦略的再集中を反映する、新たな企業ロゴとタグラインを採用

2011年以來、コファスはそのコア・ビジネスである信用保険への再集中を行っており、不安定な経済環境の中で顧客をサポートする方法を改善するために組織の再編も行って来た。その一環として、当グループは今回、新しい企業ロゴと共に、“より安全な取引のためのコファス”という新しいタグラインを採用することにした。国際的ブランドのユニークなシンボルである新しい企業ロゴは、2013年1月21日からコファス・グループの66拠点で導入される。

"我が社のブランドは、我が社のロゴ以上に重要な意味を持っている。それは、我々コファスと世界中の我々の顧客ならびにパートナーたちとの間の重要なリンクである。それは、我々のアイデンティティ、我々の信念ならびに我々のコミットメントを体現すると同時に、我々のイメージおよび我々の価値を伝えるものである。我々の新しいシグネチャーとなる‘より安全な取引のためのコファス’と相俟って、それは我々の信用保険会社としての我が社特有の付加価値を表わすものである"と、コファス・グループのジャン＝マルク・ピリュ CEO は説明している。

新しいブランド・ポジショニング、顧客への強いコミットメントのシンボル

コファスの新しいブランド・ポジショニングは、信用保険会社としての強みである、リスクの評価と予防におけるその専門的能力と、顧客をその取引先の倒産から守るため、従って、顧客が安全に発展できるようにするため提供するソリューションとに基づいている。

これは、当グループの新しいキャッチフレーズが反映しているもの、即ち、コファスの顧客に対する強いコミットメントのシンボルである“より安全な取引のためのコファス”である。



新しい野心のための新しいイメージ

フランスの専門企業である W & Cie によってデザインされたコファスの新しいロゴは、より見た目に心地良く、より力強い。このロゴの各構成部分（ロゴタイプ、タイポグラフィー、色の範囲、レイアウトなど）は、当グループの新しい戦略的方向を反映し、サポートするためにデザインされたものである。



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



ロゴの中の 'C' と 'O' という文字の間のグラフィックな動きは、2本の腕のように交わっていて、コファスとその顧客との間に維持する信頼関係を表わしている。2つの文字の異なる色は、コファスの顧客が持つ相補性を示唆している。最後に、C と O とのつながりは、無限大記号を思い起こさせ、データと終わりなき可能性の世界をほのめかすことで、その事業分野に当ブランドをしっかりと固定している。

同様に、コファスがサポートするビジネス関係者を表しているその図像的世界は、コファスの関心事の真ん中に顧客を置いている。

そのロゴタイプとグラフィックスは、ブルーとブライト・グリーンを中心に構成されている。ブルーは、コファスの伝統の一部であり、以前のロゴタイプとの継続性を保証するものである。新しいグリーンは、当グループの独自性と近代化を確認するものである。

連絡先:

ジョナタン・ペレス - Tel. 03 5402 6108 - jonathan.perez@coface.com

コファスとは

コファス・グループは、信用保険分野の世界的リーダーとして、国内及び輸出取引における債務不履行をカバーしながら、全世界の企業に売掛債権管理のソリューションを提供しています。2011年、同グループは16億ユーロの連結売上高を計上しました。66カ国にて4,600名のスタッフが世界各国で現地サービスを提供しています。コファスは四半期毎に、企業の決済動向に関する独自の知見と350名のアンダーライターたちの専門知識に基づいた、157カ国についてのカントリー・リスク評価を発表しています。

フランスでは、コファスは国に代わって輸出保証を行なっています。

コファスの親会社である Natixis の Core Tier One 比率は 2011 年末現在で 10.2%となっています。

www.coface.jp