

coface upd@te

1. udgave 2013



coface
FOR SAFER TRADE

COFACE DANMARK ER FLYTTET TIL VEJLE

GLUD & MARSTRAND SPILLER IKKE HASARD MED OMSÆTNINGEN



Nyt visuelt udtryk

Med introduktion af Coface's nye visuelle identitet og udsagn "For safer trade" tydeliggør vi vores fortsatte mål om fokus på kreditforsikring og sikker handel for kunderne i en ustabil verdensøkonomi.

Det nye brand symboliserer styrken i kreditforsikring; at vi har ekspertisen i vurdering og forebyggelse af risici mod tab på dine kunder.



Det nye og mere enkle logo med C og O sat sammen som to arme symboliserer samarbejdet og tillidsforholdet mellem Coface og kunderne.

Logoets blå farve symboliserer fortsættelsen af det oprindelige Coface, og den nye grønne farve bekræfter det moderne og enestående ved Coface.

SIKKER HANDEL BETYDER ALT

Tiderne skifter – det samme er sket med vores corporate identity. Nu venter vi kun på, at krisetiderne også skifter til det mere positive. Velkommen til coface up@te.

Der er et spørgsmål, som vores kunder og medarbejdere stiller mig med jævne mellemrum: Er krisen snart ovre? Jeg kan ikke spå om fremtiden, men hvor ville jeg gerne svare ja. Men sandheden tvinger mig til at svare nej, ikke endnu.

Som du kan læse på side 3, så afholdt Coface Group i januar sin årlige Risk Conference i Paris, og prognosen viser med al tydelighed, at eurozonens økonomi står i stampe, og at verdensøkonomien fortsat er præget af ustabilitet.

Men virksomhederne kæmper videre, de forbedrer deres forretningskoncepter og sætter øget fokus på salgsarbejdet. Det samme gør vi. Hele Coface Group har fået ny corporate identity, som du kan se på vores nye logo på forsiden af dette magasin, hvor vores nye payoff "For safer trade" viser, hvad vi står for.



Central placering

Som en del af fokuseringen på kreditmanagement er vi rykket fra Ikast til Vejle, hvor vi er flyttet ind i et nyt og spændende erhvervsområde. Du kan se vores hovedkontor og facadeskilt, når du kører forbi ude på E45. Vi er 26 medarbejdere, som nu er kommet et geografisk skridt tættere på vores kunder i hele Danmark.

Vi er også klar til at præsentere nogle nye produktmæssige tiltag: TopLiner og Global Solutions, som du kan læse mere om på side 6 og side 7. Det er et par unikke nyheder, der lever op til vores nye payoff: "For safer trade".

God læselyst

Country Manager og CEO Erling Sørensen

ØKONOMIEN VERDEN RUNDT

Coface Group fremlægger sin analyse af den globale økonomi. I Europa er krisen langt fra ovre – også 2013 bliver et slemt år – men den finansielle situation er trods alt blevet forbedret.

Fra Coface Group's årlige "Country Risk Conference" – Paris, januar 2013

Via daglig dialog med kunder i alle verdenshjørner er Coface Group klar med en forsigtig prognose for den globale økonomi i 2013 – opgjort på lande og industri-sektorer. Prognosen er baseret på virksomhedernes gennemsnitlige niveau for betalingsmisligholdelse i et givent land på kort sigt. Statsgæld er ikke medtaget. For fastlæggelse af landerisiko kombinerer Coface landets økonomiske og politiske udsigter, Coface's betalingserfaring og vurdering af forretningsklima.

Fremgangen for industrilandene er stadig påvirket af offentlig og privat gæld. Derudover er tilliden hos forbrugere og virksomheder ikke genoprettet som følge af den forværrede situation på arbejdsmarkedet og de mangelfulde statslige reformer i Europa. Den manglende synlighed i USA's budgetpolitik kan også have indflydelse på den amerikanske vækst.

Coface forudser en fortsat recession på -0,1 procent i eurozonen med fortsat indskrænkning i sydeuropæisk aktivitet. Væksten i USA falder til +1,5 procent, mens udviklingslandene vil vise en sund og vedvarende vækst på +5,2 procent.

Krisen kradser i Europa

Ifølge Jean-Marc Pillu, Chief Executive Officer i Coface Group, er der fortsat grund til, at europæiske virksomheder bekymrer sig over den økonomiske situation. "Sandsynligheden for en generel krise i Europa bliver mere og mere fjern, hvilket er godt nyt. Imidlertid vil aktiviteten i eurozonen fortsat falde i 2013. Nedtonet forbrug, budgetbegrænsning og tilbagegang på arbejdsmarkedet har ført til mange og dyre betalingsstandsninger. Ganske vist er den finansielle krise på vej til at blive løst, men krisen i den virkelige økonomi, som ses på virksomhedernes vedvarende sårbarhed, vil ikke slutte i 2013," siger Jean-Marc Pillu.

I lyset af denne forværrede situation har Coface nedgraderet vurderingerne for Italien og Spanien til B, efter nedgraderingen til A4 for et år siden og den negative overvågning, der blev implementeret i juli 2012. Aktiviteten i disse to økonomier i hjertet af eurozonen bliver mindre i 2013: -1 procent i Italien og -1,5 procent i Spanien. Coface tror således, at endnu et mørkt år venter spanske og italienske virksomheder, som står

over for en uafbrudt stigning i antallet af betalingsstandsninger og stigende begrænsning i bankkreditter. Tjekkiet og Slovenien har fået deres A3-vurdering sat under negativ overvågning. Det mindre åbne Polen er begyndt at blive påvirket af den europæiske recession. Faldende aktivitet og en sårbar byggesektor har fået Coface til at placere Polens A3-vurdering under negativ observation.

Vækstlande klarer skærene

Samtidig med fortsat forværring hos industrilandene siden 2008 fortsætter den gradvise forbedring i virksomhedsrisici i vækstlandene. Coface forklarer det nye risikohierarki med vækstnationernes bedre forsvar mod eksterne kriser som følge af mere modtagelige, men forsigtige, økonomipolitikker. Derudover nyder økonomisk vækst i disse lande godt af den uafbrudte ekspansion i deres middelklasser.

Coface fortsætter imidlertid med at advare virksomheder mod vedvarende risici i vækstlande. Der er stadig politiske og sociale spændinger samtidig med mangler i regeringerne. En voksende middelklasse er mere krævende i forhold til lovgivning, forholdsregler mod korruption, frihed og gennemsigtighed. Politiske institutioner i vækstlande udfordres til at tilpasse sig den nye situation.

Hvert kvartal offentliggør Coface sin vurdering af landerisikoen for 157 lande baseret på det unikke kendskab til virksomheders betalingsadfærd. Globalt har Coface 250 kreditmedarbejdere til at varetage dette arbejde.

Læs mere om de forskellige risikoanalyser og publikationer på vores hjemmeside www.coface.dk.

FAKTA

A1 på vurderingsskalaen er den bedste vurdering, herefter følger A2, A3, A4, B, C, D.

INGEN GAMBLING MED OMSÆTNINGEN

Glud & Marstrand sælger emballagedåser verden over og har ikke selv ressourcer til at undersøge kreditrisici på nye markeder og hos nye potentielle kunder. Kreditforsikring er en fasttømret del af strategien.

Den globale krise er ikke direkte at spore på Glud & Marstrands tabskonto. Selv om virksomheder over det meste af kloden har drejet nøglen inden for de sidste fem år, har ingen af emballageproducentens væsentlige kunder lidt denne skæbne.

Kunderne betaler med andre ord deres fakturaer. Men skulle det modsatte ske, træder den aftale om kreditforsikring, Glud & Marstrand har indgået med Coface, i kraft.

”Vi har fokus på vores kundefordringer, altså vores tilgodehavende hos kunderne. Det er den del, vi har kreditforsikret. Vi kunne også lave dækning på områder som lager og driftsrisiko, men her tager vi selv det økonomiske ansvar,” siger økonomidirektør og CFO Knud Christensen fra virksomhedens danske hovedsæde i Løsning ved Horsens.

Glud & Marstrand producerer metalemballage, så som dåser til kødkonserver, fisk (herhjemme bl.a. torskerogn), småkager og tobak.

Virksomheden har også produktionsanlæg i Sverige, USA, Kina og Sydkorea. 1.000-1.100 medarbejdere er beskæftiget i Skandinavien. I 2011 blev Glud & Marstrand solgt til den mexicanske emballagekoncern Envases Universales.

Tryghed og ressourcer

Selve dækningen på tabsgivende kunder giver naturligvis tryghed. Men for Knud Christensen er der også en helt anden styrke ved den kreditforsikringspakke, Coface gennem mange år har leveret til Glud & Marstrand.

”Vi har slet ikke ressourcer til selv at kreditvurdere nye potentielle kunder fx i Indonesien eller løbende overvåge vores eksisterende kundeportefølje i Østen og de forskellige markeder, vi er på. Det arbejde har vi outsourcet til Coface. Det betyder, at vi har vi en professionel samarbejdspartner, som har føling med den lokale økonomi og sikrer os uvildige kreditvurderinger,” forklarer Knud Christensen.

En konsekvens af denne overvågning er, at virksomheden er gået ud af gældsramte lande som fx Island og Grækenland. Det er lande, som igen er kommet på landkortet hos Glud & Marstrand, men i et reduceret

omfang. Tilsvarende bliver lande som Italien, Spanien og Portugal nøje overvåget.

”Den kreditforsikringsmæssige udfordring for os er hastighed. Typisk får vi med meget kort varsel information om, at en af vores kunder har fået deres kreditvurdering reduceret, og det giver os nogle problemer med logistikken internt. Det sker vel et par gange om året,” siger Knud Christensen og uddyber: ”I en fart skal vi tage stilling til, om kunden skal have den aftalte mængde emballage leveret eller ej, og om vi skal stoppe produktionen eller pakningen af ordren.”

Knud Christensen (th) i dialog med en medarbejder på emballagefabrikken i Løsning.



Økonomi og dækning

Hvert andet eller tredje år tager Glud & Marstrand leverandøren af kreditforsikring op til revision og scanner markedet for udbydere og tilbud.

"Jeg kigger primært på økonomi og dækning, og jeg holder fast i samarbejdet med Coface," påpeger Knud Christensen og fremhæver, at han har to faste kontaktpersoner hos Coface, som ved, at hastighed er en afgørende parameter.

For emballagevirksomheden er strategien med kreditforsikring baseret på det lange seje træk. Forskellen på røde eller sorte tal på bundlinjen skyldes ofte marginaler.

"Vi ønsker for alt i verden ikke at miste penge på kunder, der går konkurs. Og kreditforsikringen betyder, at alle vores tilgodehavender kommer hjem. Vi har ikke oplevet vækst, siden krisen slog igennem i starten af 2009, men vi holder det økonomiske niveau. Men vi vil gerne røbe, at vores prognose for i år viser fremgang," siger Knud Christensen.



"Kreditforsikring har stor betydning for vores forretning. Vi får hjælp til at vurdere nye markeder og kunder, og vi taber ikke penge på vores kunder," siger Knud Christensen (tv).



MADAM BLÅ

Glud & Marstrand blev etableret i 1879 af blikkenslager Poul Glud og isenkræmmer Troels Marstrand. I 1895 begyndte virksomheden at producere emaljeret køkkentøj, hvoraf det mest kendte produkt blev Madam Blå. Allerede i år 1900 blev der produceret 1.000 kander om dagen og 200.000 om året. De blev lavet i 18 forskellige størrelser.

SUPPLERENDE DÆKNING MED TOPLINER

TopLiner er et nyt forsikringsprodukt, som kan anvendes, når kunden har brug for en ekstraordinær forsikringsdækning i en afgrænset periode.



Coface introducerer TopLiner, som er en supplerende dækning på udvalgte debitorer, målrettet kunder med en Globalliance kontrakt.

Hvis kunden eksempelvis har modtaget et afslag eller måske en delvis dækning gennem den traditionelle underwriting, kan kunden inden for en seks måneders periode ansøge om en TopLiner dækning, som tilbydes på udvalgte debitorer i hele verden.

”Vores kunde kan selv bestemme, hvilke af debitorerne der ønskes forsikret, og processen foregår hurtigt og nemt gennem vores onlinesystem Cofanet,” siger Senior Manager og COO Palle Mølhede fra Coface Danmark.

Når ansøgningen er registreret i Cofanet, vil kunden med det samme modtage priser og betingelser for TopLiner dækning.

”Dækningen vil træde i kraft for fremtidige vareleverancer og udførte tjenesteydelser, lige så snart vores tilbud er accepteret via Cofanet,” siger Palle Mølhede. Der er tale om en uopsigelig supplerende dækning, medmindre debitor konstateres insolvent. Den kan tegnes for en valgfri periode mellem 30 og 90 dage med en dækning fra EUR 5.000 op til EUR 5.000.000.

Afspejling af risiko

Prisen for en TopLiner dækning er en tillægspræmie, der afspejler den ekstra risiko, Coface påtager sig. Kunden kan direkte sammenligne den faktiske tillægspræmie med den aktuelle avance, hvilket giver kunden mulighed for at træffe en objektiv beslutning i den konkrete sag.

”Vores kunde modtager eksempelvis en ordre fra en debitor på 500.000 kroner, men har kun fået accept på en delvis forsikringsdækning på 150.000 kroner. Kunden vil herefter ofte være i den situation at måtte takke nej til ordren, idet debitor ikke kan betale forud eller stille en supplerende sikkerhed, og det er her, TopLiner kommer ind i billedet,” forklarer Palle Mølhede.

Med en TopLiner dækning på 350.000 kroner opnår kunden den ønskede risikoafdækning, hvorefter ordren kan accepteres.

”Den samlede ordre giver et dækningsbidrag på 32 procent svarende til 160.000 kroner, og selv om der skal betales en separat TopLiner præmie, vil det være en god beslutning at acceptere dækningen,” tilføjer han.

When more is your strategy

TopLiner bliver lanceret globalt med et payoff, der hedder: ”When more is your strategy.”

Det er ofte marginaler, der afgør, om kunden tjener på den enkelte ordre. Derfor er enhver dækning af kreditrisici afgørende.

”Med TopLiner skaber vi merværdi for kunden, som nu kan levere den ekstraordinære ordre uden at skulle bekymre sig om debtors betalingsevne. TopLiner sikrer kunden den optimale risikostyring, i og med at såvel dækning som dækningsperiode bliver defineret af kunden,” understreger Palle Mølhede.



”TopLiner sikrer optimal risikostyring og er en effektiv løsning for kunder, som ønsker supplerende dækning på en debitor i en afgrænset periode,” siger Palle Mølhede.

GLOBAL SOLUTIONS

Coface præsenterer nu en løsning rettet mod multinationale virksomheder, som hurtigt, enkelt og på én gang kan lave kreditforsikringsaftaler for alle de lande, hvor virksomheden har datterselskaber.

Global Solutions er et program skabt til internationalt orienterede virksomheder med en omsætning på over 3,5 milliarder kroner og med mindst ét datterselskab i udlandet.

"Fordelen ved programmet er, at kunden kan lave kreditforsikringsaftalen for moderselskab og alle datterselskaber på én gang. Forsikringsarbejdet bliver med andre ord kørt igennem i én og samme omgang, hvilket sparer kunden for tid, besvær og penge. Tidligere koblede vi en underwriter på hvert land, der var omfattet af en global aftale," fortæller Mette Jakobsen, der er Head of Commercial hos Coface Danmark.

Coface tilbyder kreditforsikring i 95 lande, som i Global Solutions-programmet er fordelt på syv regioner – to af dem er til eksempel Nordeuropa og Sydeuropa. I hver region er der lokale teams med navngivne kontaktpersoner, som er dedikeret opgaven med at hjælpe de multinationale virksomheder.

Instrumentbræt med perspektiv

Et af de mest attraktive punkter i Global Solutions er adgang til informationer om kunder og marked – en "business intelligence-løsning", som Coface kalder "Dashboard" – målrettet handel og kreditrisiko. Mette Jakobsen forklarer, at Dashboard letter arbejdet med kreditmanagement og hjælper kunden med at fange de fulde konsekvenser af tilgodehavender, viser detaljerede analyser af kreditrisici og genkender trends og giver forklaringer. "Derudover kan virksomhederne naturligvis få kreditinformationer i hvert enkelt land, hvor Coface er re-



"Med Global Solutions får kunden adgang til "Dashboard", som letter arbejdet med kreditmanagement og rummer et hav af oplysninger om bl.a. industrisegmenter og markeder," siger Mette Jakobsen.

præsenteret. Det kan bl.a. være risikoanalyser og skadesrisiko opgjort på lande og industrisegmenter samt betalingsbetingelser i det enkelte land," siger Mette Jakobsen.

Præmie og virksomhedspant

Global Solutions er en pakkedløsning med stordriftsfordele.

"Har virksomheden 10 datterselskaber, samler vi det hele i én løsning. Og stor volumen giver en mindre præmie, sådan er det," understreger Mette Jakobsen. Kreditforsikring har også generelt økonomisk indflydelse på virksomheder, som har afgivet virksomhedspant. Denne pant er af fx banken vurderet ud fra nogle kriterier og har en given værdi.

"Men hvis virksomheden har kreditforsikret sine debitorer, så stiger pantværdien, fordi risikoen for at tabe penge nu bliver reduceret væsentligt. Det betyder, at virksomheden får et solidt forhandlingsgrundlag for enten at få nedsat renten på sine erhvervskreditter eller for at få forøget sin kredit," siger Mette Jakobsen.

Jesper Fredsgaard Jensen er ny Sales Manager i Coface Danmark og dækker primært kunderne på Sjælland.



Coface Danmark
Lysholt Allé 10
7100 Vejle
Salgskontor:
Ørestads Boulevard 73
2300 København S

Coface Danmark
www.coface.dk



Advice House

Coface Danmark er flyttet ind i Advice House. Kontorhuset blev taget i brug i 2009, er på fem etager og skaber en markant motorvejsprofil fra E45 ved Vejle.

Advice House er udformet som et åbent planbyggeri med to bygningsdele samlet om et stort glasoverdækket atrium. Huset er multifleksibelt og imødekommer fremtidens indretning af arbejdspladser.

I stueetagen er der reception, kantine og mødelokaler, herunder konferencefaciliteter med plads til 75 personer. Coface har lejet sig ind på 2. sal.

Advice House er første del af planen om at opføre Lysholtparken, Vejles nye erhvervsområde.



Her sætter posten en strekcode på hvid label

coface upd@te udgives af
Coface Danmark
Ansvarshavende redaktør:
Erling Sørensen

Tekst: KommunikationsTanken
Layout: Berit Kirk, Horisont Grafisk
Fotograf: Flemming Jeppesen, Fokus
Tryk: Scanprint A/S
Oplag: 5000 stk.

Hovedkontor:
Lysholt Allé 10
7100 Vejle
Tlf: (+45) 76 41 92 60
Fax: (+45) 76 41 92 61
Mail: info@coface.dk