

GEDRAGSCODE VOOR DE KREDIET- VERZEKERINGSSECTOR



Credit Management
Think Tank

Denktank & Gedragscode	5
1. Beginselen van een gedragscode	7
2. De contractuele partijen van de gedragscode	11
3. Karakteristieken van de gedragscode	15
4. Verplichtingen van de kredietverzekerde bedrijven	17
5. Verplichtingen van de kredietverzekeringsmaatschappijen	19
6. Verplichtingen van de makelaars	23
7. Gemeenschappelijke verplichtingen	25
Leden van de Think Tank Credit Management	27

Denktank & Gedragscode

De financiële crisis heeft pijnpunten van het kredietverzekeringsproduct naar voor gebracht. De bedrijfswereld en de beroepsfederaties stelden vast dat het product kredietverzekering aan herbronning toe was en daarom werd een denktank opgericht: "Credit Management Think Tank".

De denktank fungeert als broeiest en broedplaats voor vernieuwende ideeën en initiatieven inzake credit management. De denktank moet een brug vormen tussen de behoeften van de bedrijven, de exporteurs en anderzijds de aanbieders van credit management oplossingen. De academische wereld heeft in dat proces een adviserende en stimulerende rol. De denktank heeft nood aan ondernemende en creatieve mensen die vanuit verschillende disciplines en functies elk idee tegen het licht kunnen houden. Haar leden komen dan ook zowel uit het bedrijfsleven, beroepsfederaties als uit de academische wereld. De ledenlijst vindt u op pagina 77.

Op basis van noden van bedrijven werkt de denktank creatieve en innovatieve oplossingen uit. Eén van die behoeften van de bedrijfswereld was de ontwikkeling van een Gedragscode voor de kredietverzekeringssector. De Gedragscode werd ontwikkeld door de denktank, besproken met federaties, voorgelegd aan de aanbieders van kredietverzekeringsproducten en ten slotte door hen aanvaard.

De sleutelwoorden in de Gedragscode zijn: meer transparantie, betere communicatie, professionalisering van de sector en verhoging van de duurzaamheid. We nodigen u uit om de volledige tekst door te nemen.

De denktank

1. Beginselen van een Gedragscode

Kredietverzekering is een tool bij het risicomanagement die bedrijven helpt hun risico's in verband met handelskrediettransacties te beheren en te verminderen door het dekken van verzekerbare risico's, risicopreventie en incassodiensten.

Kredietverzekeraars bieden een schadevergoeding aan tegen verliezen die bedrijven lijden.

Krediet is afgeleid van het Latijnse woord "credere" wat "geloven in" betekent. Vertrouwen en transparantie liggen aan de basis van ons financieel systeem en van ons product, kredietverzekering. Door wederzijds vertrouwen maakt de sector zijn volledige potentieel waar.

De bedoeling van deze Gedragscode is om de sector efficiënter te maken en biedt voordelen voor alle betrokken partijen. Deze Gedragscode werd opgesteld om de verplichtingen van alle partijen te formaliseren en transparant te maken.

Dit document is een verklaring van de grondbeginselen en is niet wettelijk bindend. Verzekerden moeten erop toezien dat elk contract dat ze tekenen voldoet aan hun vereisten.

Deze Gedragscode is van invloed op zes verschillende aspecten:

Verhogen van de concurrentie:

dit is een belangrijk element voor het gedrag van de verzekeringsmaatschappijen in een markt die gekenmerkt wordt door zijn oligopoliestructuur maar waar de prijsconcurrentie al zeer sterk is.

Stimuleren van transparantie:

de Gedragscode zal alle partijen, met inbegrip van de kopers, aanmoedigen tot een grotere openheid die zowel de verzekerden als de verzekeringsmaatschappijen in staat stelt te beschikken over meer informatie over hun kopers.

Beperken van fraudegevallen:

wat vaak gebeurt wanneer de polishouders bijvoorbeeld een lager gedekte omzet aangeven dan de werkelijke gedekte omzet om de verzekeringspremie te verminderen.

Perceptie wijzigen:

door middel van een positieve impact op de perceptie van kredietverzekering als een essentieel onderdeel van het kredietmanagementproces.

“Lucht” verminderen in limieten:

door de kredietlijnen voor kopers dichterbij hun echt gebruik te brengen.

Verhogen van de duurzaamheid:

door de communicatie tussen verzekerden en de verzekeraars te optimaliseren wanneer de kredietlimieten verlaagd of ingetrokken worden. Een „stop and go“-benadering dient vermeden te worden.

Deze Gedragscode is in de eerste plaats een bilaterale overeenkomst tussen de polishouder en de kredietverzekeringsmaatschappij. Maar ze reikt nog verder dan dat, omdat de makelaar erin geïntegreerd wordt als bemiddelaar en de koper er indirect aan deelneemt hoewel hij in de meeste gevallen geen contractuele relatie heeft met de kredietverzekeraar.

De grondbeginselen van de Gedragscode zijn:

- > **Openheid en uitwisseling van accurate informatie**
- > **Een win-winsituatie voor alle partijen**
- > **Wederzijds vertrouwen en dialoog**
- > **Maximaal gebruik van IT-mogelijkheden**
- > **Discretie en professionaliteit**

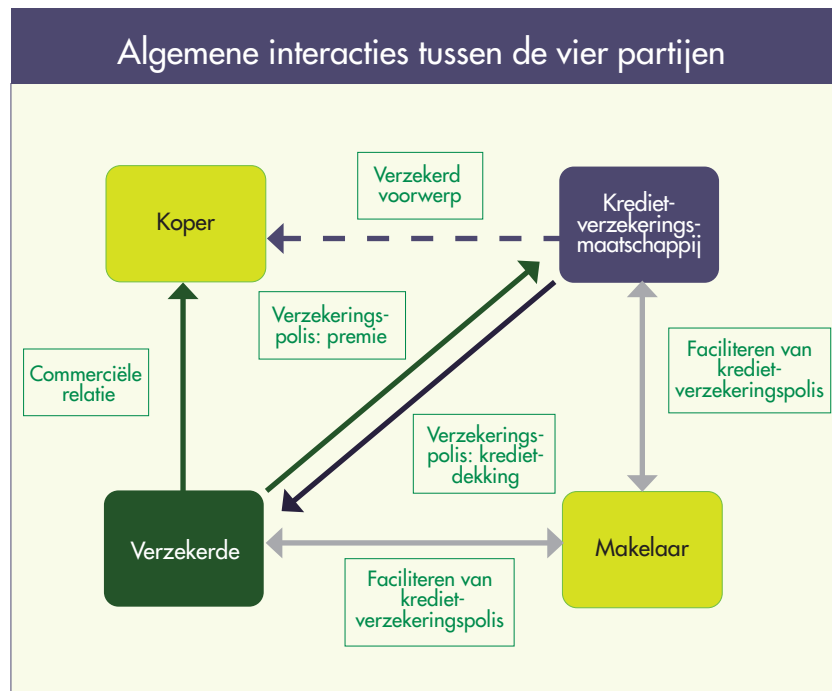
2. De contractuele partijen van de Gedragscode

De Gedragscode weerspiegelt de relaties tussen vier partijen.

We moeten een onderscheid maken tussen:

- De twee contractuele partijen (de kredietverzekeringsmaatschappij & het kredietverzekerde bedrijf)
- De makelaar (treedt op als bemiddelaar)
- De koper (die geen contractuele partij is maar toch essentieel is voor de geloofwaardigheid)

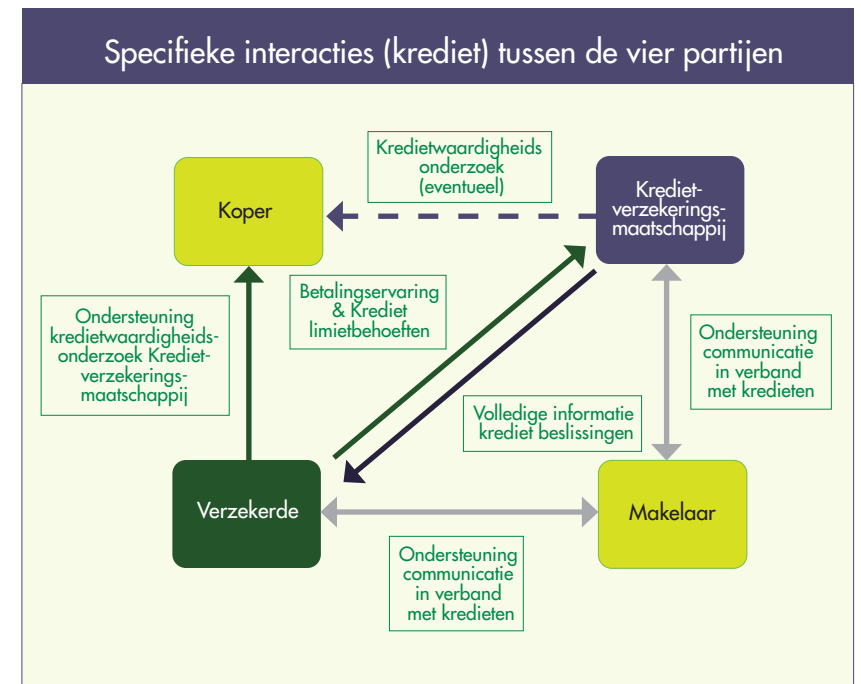
We kunnen de vier partijen als volgt illustreren:



→ De Gedragscode wordt gesteund door alle kredietverzekeringsmaatschappijen, de kredietverzekerde bedrijven en de makelaars.

→ De koper is niet rechtstreeks betrokken in de Gedragscode.

We kunnen de specifieke interacties over kredietbeslissingen als volgt illustreren:



3. Karakteristieken van de Gedragscode

De Gedragscode heeft zes karakteristieken:

- Het is een **“Gentlemen’s agreement”** en is niet wettelijk bindend. Het is geen wetgevend initiatief maar een initiatief van de sector, dat gebaseerd is op het initiatief van de kredietmanagementgemeenschap (bedrijven, makelaars¹), en dat wordt gesteund, zowel door de kredietverzekeringsgemeenschap als de kredietverzekerde bedrijven. Het heeft vooral een morele waarde.
- De code wordt bekrachtigd en besproken **voor elke bestaande polis en bij het uitschrijven van elk nieuwe polis**.
- Er wordt **jaarlijks** een rapport over de **voortgang** van de **implementatie** van de Gedragscode gepubliceerd.
- Het wordt in eerste instantie gelanceerd als een pilootproject op **Belgisch** niveau en zal nadien worden onderhandeld op **Europees** niveau (in samenwerking met de Europese Commissie en de Europese kredietverzekeringsorganisaties).
- De boodschap van de Gedragscode is eenvoudig. Daarom wordt er **veel bekendheid gegeven** aan de Gedragscode (bijvoorbeeld via de pers). De kredietverzekeringsmaatschappijen wordt voorgesteld de Gedragscode op te nemen in hun promotiemateriaal door te bevestigen dat ze *de Gedragscode ondersteunen*.
- **Makelaars** worden uitgenodigd om rekening te houden met de Gedragscode en ze te respecteren in hun functie als bemiddelaar tussen de beide contracterende partijen.

¹ De Gedragscode is een initiatief van de denktank die werd gelanceerd door CRiON

4. Verplichtingen van de kredietverzekerde bedrijven

De kredietverzekerde heeft als leverancier een contractuele relatie met de koper. In deze hoedanigheid is hij ook in zekere zin de vertegenwoordiger van de koper, maar de verzekeraar kan ook rechtstreeks toegang hebben tot informatie over de koper (of aan de hand van de verschillende informatiebronnen). De eerste twee punten moeten worden gezien in dit perspectief.

De kredietverzekerde verplicht er zich toe om:

1. Te helpen bij het kredietwaardigheidsonderzoek, steun te verlenen bij het bekomen van financiële gegevens van kopers en deze documenten op verzoek van de verzekeraar aan deze laatste te bezorgen.
2. Een gezond kredietmanagement uit te bouwen en correct te informeren over de verzekerde omzet.
3. Op verzoek informatie over risico's (zo mogelijk: rekening houdend met alle wettelijke en IT-beperkingen) en het betaalgedrag van kopers die door de verzekeraar gekend zijn, te leveren (bijvoorbeeld aan de hand van dagen klantenkrediet) op een IT-efficiënte manier.
4. De verzekeraar op de hoogte te stellen over de relaties met kopers, met name over de bijna nooit gebruikte kredietlijnen op kopers.

5. Verplichtingen van de kredietverzekeringsmaatschappijen

De kredietverzekeringsmaatschappijen verbinden zich ertoe om:

1. Het verzekerde bedrijf in te lichten over nieuwe, "relevante" informatie over het verzekerde krediet van een koper. Dit kan gebeuren door een alarmwaarschuwingssysteem te installeren om zo verzekerde bedrijven in te lichten over een belangrijke wijziging in de kredietwaardigheid van één van hun debiteuren en/of als er een rating is gewijzigd.
Klantvriendelijke databases te optimaliseren die gedeeltelijk (publiek domein) toegankelijk zijn voor de kredietverzekerde.
2. Een ratingsysteem, als dit nog niet het geval is, inzake debiteuren aan te bieden en de rating en de motivering voor die rating mee te delen aan het verzekerde bedrijf volgens de overeengekomen voorwaarden. Deze rating moet worden gezien als een integraal onderdeel van de globale kredietevaluatiestudie die de verzekeraar moet uitvoeren om de kredietlijnen voor de debiteuren te bepalen.

3. In de richting van een systeem te evolueren dat gedeeltelijk een "information push" mogelijk maakt (bv. webgebaseerde toepassing).
4. Een duidelijke bedrijfsstrategie toe te lichten in verband met de mogelijke aanpassing van de kredietlijnen op basis van een kader met objectieve criteria en vooraf overeengekomen voorwaarden. Beslissingen over individuele kredietlimieten zijn normaal gezien niet alleen gebaseerd op de situatie van de specifieke handelssector waarin dat bepaalde bedrijf actief is. De beslissingen zijn gebaseerd op verschillende soorten informatie, publieke en vertrouwelijke, financiële en niet-financiële, die de unieke waardebron van een kredietverzekeraar vormen.
5. Concurrentiële prijsafbraak die de kwaliteit (aanvaardingsratio's, beslissingssnelheid,...) in het gedrang brengt vermijden.

6. Initiatieven te nemen om de bijna nooit gebruikte kredietlijnen te bespreken.
7. Een analyse te maken in samenwerking met de verzekerde als bepaalde lijnen op kopers kunnen worden beperkt en andere verhoogd. Oplossingen te ontwikkelen en/of te stimuleren om de systematische en abrupte volatiliteit te vermijden.
8. De klant zo veel op voorhand als redelijkerwijs mogelijk is in te lichten over een beslissing om de kredietverzekeringsdekking met betrekking tot dat bedrijf stop te zetten of in grote mate te beperken. Kredietverzekeraars zullen een inspanning leveren om verklaringen te geven aan bedrijven waarvan de dekking gewijzigd of stopgezet werd.

6. Verplichtingen van de makelaars

In hun functie als bemiddelaars, verbinden brokers zich er toe om:

1. Actief het gebruik van de Gedragscode te stimuleren.
2. De beide contractuele partners in te lichten over het respecteren van de Gedragscode.
3. Ervoor te zorgen dat de Gedragscode opgenomen wordt in elk nieuw of hernieuwd contract.
4. De promotie en de verspreiding te organiseren op Europees niveau met de bedoeling een Europese Gedragscode te creëren voor de kredietverzekeringssector.
5. Een professionele analyse te maken van de kredietverzekeringsvoorstellen die rekening houden met alle aspecten van kredietverzekering: premie, kwaliteit, kredietlijnen, rapporteringshulpmiddelen, dienstverlening,...
6. De reële noden van de potentiële klanten / verzekerde bedrijven te analyseren en deze correct mee te delen aan de kredietverzekeraars.
7. Alle relevante informatie van de potentiële klant / verzekerde bedrijven/koper aan de verzekeringsmaatschappij door te spelen.
8. Initiatieven te nemen om de bijna nooit gebruikte kredietlijnen te bespreken.

7. Gemeenschappelijke verplichtingen

Alle partijen zullen:

1. De mogelijkheden op het gebied van IT verder onderzoeken om de overdracht van informatie te faciliteren en de administratieve last zo veel mogelijk te beperken.
2. Op een neutrale manier het concept, de werking en de toegevoegde waarde van kredietverzekering in het kredietmanagementproces te promoten via
 - federaties,
 - KMO-organisaties,
 - scholen en educatieve programma's (met inbegrip van academische netwerken).

Dit omvat de verklaring van de preventieve rol van de kredietverzekeraar: zijn toegevoegde waarde ligt in het feit dat hij zo precies mogelijk een onderscheid maakt tussen de gezonde bedrijven enerzijds en de ongezonde bedrijven die een groot risico lopen om in het volgende jaar failliet te gaan anderzijds.

3. Samenwerken om zo veel mogelijk informatie te verkrijgen over de kopers, op basis van het principe "samen geleverde inspanning".
4. Manieren vinden om de implementatie van deze Gedragscode zo goed mogelijk te garanderen, door middel van acties zoals "best practices", "benchmarking" of positieve rapportering.

Leden van de Think Tank Credit Management

Rudy Aernoudt, Prof. European Economics

Paul Becue, author "Credit Insurance, The Invisible Bank"

Johan Blauwblomme, Tax, Risk & Credit Control Manager, Balta Industries

Marie-Claire Bosmans, Credit Risk Manager, Galva Power

Dirk Braet, Group Credit Manager, USG People

Luc Chalmet, Prof. Economy UAMS, UGhent

Jean-Louis Coppers, CEO, CRiON

Els De Smet, Consultant, CRiON

Mieke Dequae, Prof – Director Risk Mgt Platform, Vlerick Ghent

Greta Goosens, Adviser

Geert Janssens, Chief Economist, VKW - Metena

Members of the Credit Management Think Tank

Ivan Lokere, CFO, Domo

Katrien Matthys, Credit Manager, Resilux

Steven Ponnet, Group Credit Manager, AGC Glass Europe

Jean-Pierre Smit, Deputy Director, Agoria

Peter Van Den Broecke, CFO, Daikin Europe

Chris van Roijen, Credit Manager, Diesel Benelux

Kurt Vanwingh, Credit Director, Amcor Flexibles Europe & Americas

Caroline Ven, Director, VWK – Metena

Elsje Verdoodt, Group Credit Manager, Umicore

Ortwin Volcke, Marketing & Business Intelligence, CRiON

Frederic Wittemans, Senior Director EU Credit, IngramMicro





www.creditmanagementthinktank.com

Maaltemeers 84 – 9051 Gent – T 09 244 62 62