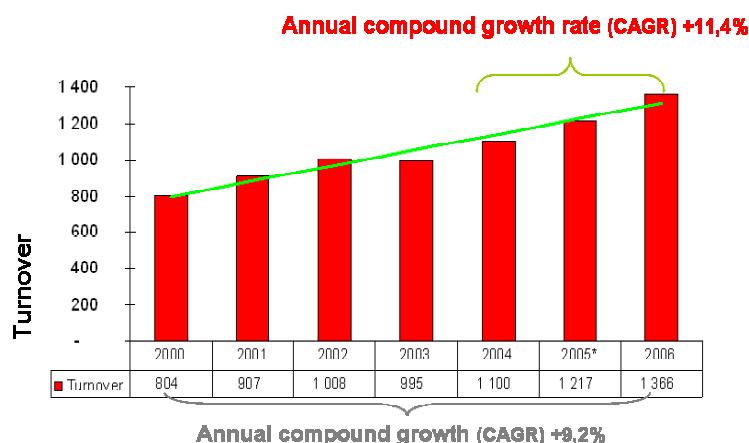


Mondial Assistance: continua anche nel 2006 la crescita dei profitti basata sull'innovazione

- **Fatturato: 1.366 milioni di Euro (+12%)**
- **Profitti netti: 55,9 milioni di Euro (+17%)**
- **10,5 milioni di casi gestiti**
- **Oltre 25 milioni di persone assistite in tutto il mondo**
- **In Italia nel 2006 il fatturato ha superato i 102,9 milioni di Euro**

Parigi, Maggio 2007

Mondial Assistance Group, leader mondiale nei settori dell'assistenza, dei servizi e dell'assicurazione viaggi, ha annunciato i risultati e l'evoluzione delle sue attività nel corso del 2006. Con un fatturato di 1.366 milioni di Euro, l'attività del gruppo è cresciuta del 12% a livello mondiale. Il risultato operativo del Gruppo è cresciuto del 31% fino a 63,5 milioni di Euro. I profitti netti sono invece aumentati del 17% (55,9 milioni di Euro). Infine, il combined ratio è migliorato passando dal 95,8% nel 2005 al 95,2% nel 2006. Mondial Assistance Group continua e accelera quindi la crescita avviata negli ultimi anni.



* le cifre 2005 sono state ricalcolate adottando i metodi contabili Allianz e dopo aver implementato il nuovo piano contabile Allianz il 1° gennaio 2006

“Anno dopo anno, la costante crescita nei risultati del Gruppo riflette la validità della nostra strategia basata sullo sviluppo del mercato in nuove aree geografiche e sull'innovazione sia nelle business lines tradizionale sia nei nuovi servizi”, ha commentato Ida Luka-Lognoné, Presidente del Comitato Esecutivo.

Nuovi Paesi chiave

La crescita del Gruppo rispecchia un cambiamento graduale nel bilancio delle diverse aree geografiche. Ad esempio, per la crescita di altre zone, l'Europa, che tre anni fa concentrava l'80% delle vendite, nel 2006 ha generato il 75,5% delle attività. Il Nord America e l'Asia-Pacifico sono cresciuti rispettivamente del 15,3% e del 25,8% nel 2006, riflettendo il loro dinamismo economico e la correttezza della strategia di investimenti di Mondial Assistance. L'87% del fatturato è stato generato da 10 Paesi¹. Allo stesso modo, i 4 Paesi principali hanno generato il 56% delle vendite. Con una crescita del 31%, il Portogallo è cresciuto più di ogni altro mercato, seguito da Stati Uniti (+25%), Polonia (+22%), Australia (+19%), Spagna (+16%) e Italia (+13%).

¹ Francia, Gran Bretagna, Germania, USA, Italia, Australia, Spagna, Olanda, Brasile e Belgio

L'Europa ha originato l'82,4% del profitto netto nel 2006, un incremento del 56,5% rispetto al 2005. Il continente europeo rimane un mercato maturo nel quale l'innovazione è uno dei fattori chiave nell'incremento del fatturato e dei profitti di Mondial Assistance. Il continente americano (Stati Uniti, Canada e Brasile), ha generato il 17,3% dei profitti (+33,1%). Infine, il contributo della zona Asia-Pacifico (Cina, Giappone, Thailandia, Singapore e Australia) continua a rimanere marginale con lo 0,3%, un profitto che comunque riflette il grande investimento fatto in questi mercati emergenti.

Quattro business lines, quattro settori di innovazione e crescita

- **Assistenza e servizi per i veicoli** (40% delle vendite totali): la business line tradizionale di Mondial Assistance. In questo mercato, l'azienda ha ottenuto nel 2006 nuovi contratti con importanti partner nel mercato automotive. Ha inoltre innovato il settore assicurazioni allargando e ottimizzando la gamma di servizi offerti attraverso l'implementazione di nuove tecnologie.
- **Assicurazione e assistenza viaggi** (48% delle vendite totali). Questo comparto ha mostrato un notevole sviluppo grazie alla crescita dell'industria turistica tradizionale e online (l'e-tourism ha registrato una crescita del 20% negli Stati Uniti e del 38% in Europa). Mondial Assistance nel 2006 ha dunque visto raddoppiare le vendite di prodotti online e ha ottenuto un considerevole numero di contratti internazionali che coprono 29 Paesi con oltre 30 partner. Oggi, la piattaforma di e-commerce di Mondial Assistance registra l'emissione di 1.200 polizze all'ora.
- **Assistenza sanitaria** (7% delle vendite totali). Questo settore è direttamente legato alla tendenza della società a incoraggiare la prevenzione per una migliore salute e ad assistere le persone anziane. In questo quadro, Mondial Assistance ha sorpassato gli obiettivi 2007, oltre ad aver sviluppato in Francia e Spagna nuove soluzioni nei servizi alle persone.
- Gli **altri servizi** (riparazioni all'abitazione, assistenza sul lavoro, sorveglianza elettronica...) hanno generato il 5% delle vendite mondiali.

B2B – B2B2C – B2C: canali di distribuzione in piena evoluzione

Il 95% della distribuzione avviene attraverso i canali B2B e B2B2C. L'emergere di nuovi canali di distribuzione B2C rappresenta per Mondial Assistance un importante sviluppo e una spinta alla diversificazione.

Oltre 2.800 persone assistite ogni ora in tutto il mondo

Anche le attività operative hanno subito una tendenza al rialzo nel corso del 2006. Per la prima volta nella sua storia, Mondial Assistance Group ha trattato oltre 10 milioni e mezzo di casi, un incremento dell'8% rispetto al 2005. Quasi il 50% delle pratiche ha riguardato l'assistenza ai veicoli, la business line storica di Mondial Assistance. Contemporaneamente, il Gruppo ha aperto 975.000 pratiche mediche, quasi il 10% del totale. Oltre alla gestione di questo grande numero di casi, più di 25 milioni di individui hanno ricevuto assistenza, per una media di 2.853 persone assistite ogni ora, 365 giorni l'anno, in tutto il mondo.

Nuove prospettive di crescita per il Gruppo

La strategia di Mondial Assistance Group fino al 2011 punta a rafforzare la leadership mondiale della compagnia. Per ottenere questo risultato, Mondial Assistance intende perseguire una forte crescita internazionale per raggiungere i 2 miliardi di fatturato nel 2011, rispettando però una politica dei profitti. Questa strategia di crescita è basata sull'innovazione e la diversificazione dei canali di distribuzione, sullo sviluppo di nuovi prodotti e sull'espansione in nuove aree geografiche.

“La nostra strategia di sviluppo basata sull'innovazione e la diversificazione ha mostrato i primi risultati nel 2006. Continueremo su questa strada quest'anno e fino al 2011, perseguendo prospettive di crescita dinamica”, ha concluso Ida Luka-Lognoné, Presidente del Comitato Esecutivo.

Mondial Assistance in Italia

Si riflette anche in Italia l'ottimo andamento del Gruppo a livello internazionale. Mondial Assistance in Italia ha fatto registrare **nel 2006 un fatturato di oltre 102,9 milioni di Euro. Il risultato operativo è pari a 7,7 milioni di Euro, mentre l'utile netto si assesta a 4,6 milioni di euro.** Il settore dell'assicurazione viaggi ha generato il **48,9%** del fatturato totale. Il

restante **51,1%** proviene invece dal business realizzato con assicurazioni, banche, case automobilistiche o motociclistiche e aziende in genere.

Da sottolineare inoltre gli eccellenti risultati nelle vendite delle polizze viaggio individuali: la compagnia rafforza la propria posizione di leader nel settore dell'assicurazione viaggi superando il traguardo di oltre **155.000 polizze individuali vendute tramite agenzie** (di cui circa 139.000, l'89,6%, emesse tramite Internet) con un **aumento del 15%** rispetto al 2005.

A questo risultato ha fortemente contribuito la vendita dei prodotti **Globy**, l'assicurazione internet-based di Mondial Assistance che ha rivoluzionato il mondo delle assicurazioni viaggi: **le polizze emesse nel 2006 sono infatti state 130.000**, con un **incremento su base annua di oltre 14 punti percentuali e un fatturato di oltre 13,5 milioni di euro**.

Buoni anche i risultati di **Elvia.it**, il nuovo sito di Mondial Assistance attivo dal luglio 2005 attraverso il quale il consumatore finale può accedere direttamente all'acquisto on-line di un'assicurazione viaggi: l'incremento registrato nel 2006 è stato del 362%.

Mondial Assistance Group: un intervento ogni 3 secondi. Leader mondiale nell'assistenza, nell'assicurazione viaggi e nei servizi ai clienti, oggi Mondial Assistance Group ha quasi 8.550 dipendenti che parlano oltre 40 lingue e lavorano in tutto il mondo con una rete di 400.000 fornitori di servizi e 240 corrispondenti. Presente in 5 continenti in più di 25 paesi, il Gruppo presta i propri servizi ad oltre 250 milioni di persone, ovvero il 4% della popolazione mondiale. Il Gruppo opera principalmente tramite i suoi tre marchi internazionali: ELVIA, Mondial Assistance e World Access. Mondial Assistance Group appartiene Gruppo Allianz tramite i suoi due azionisti, AGF e RAS, ciascuno con una quota di capitale del 50%.
www.mondial-assistance.com

Mondial Assistance in Italia nasce il 1 gennaio 2002 a seguito della fusione per incorporazione di CEA – Compagnia Europea di Assicurazione in Elvia Italia (storiche Compagnie appartenenti al Gruppo Ras). Nel 2006 il fatturato consolidato di Mondial Assistance in Italia è stato superiore a 102.900.000 euro. La holding cui appartiene, Mondial Assistance Group, è leader internazionale nei settori dell'assistenza, dei servizi e dell'assicurazione viaggi. Mondial Assistance in Italia ha un organico di circa 430 risorse, di cui oltre 250 lavorano nella Centrale Operativa che eroga, tra gli altri, servizi 24 ore su 24 per 365 giorni l'anno. Nel 2006, la Centrale Operativa ha ricevuto 620.000 chiamate e ha gestito oltre 169.000 casi.
www.mondial-assistance.it

Contatti Stampa:

AGENZIA Adam Integrated Communications Corso Marconi, 33 - 10125 Torino Tel (011) 66 87 550 - Fax (011) 66 80 785 Internet: http://www.adam.it Fabio Lepore E-mail : fabio@adam.it Matteo Brigatti E-mail: matteo@adam.it	Mondial Assistance Enrico Franchini Marketing&Communications Manager Tel. 02-23695.467 cell. 348-5910899
--	--

Nota sulle dichiarazioni previsionali

Alcune delle dichiarazioni riportate in questo testo potrebbero essere dichiarazioni di aspettative future e dati previsionali basati sull'attuale visione del management e presentano rischi noti e non noti che potrebbero far discostare i risultati, le performance e gli eventi da quanto esplicitamente o implicitamente contenuto in tali dichiarazioni. Oltre alle espressioni che risultano previsionali in ragione del contesto in cui sono collocate, le parole quali "potrebbe, sarà, dovrebbe, ci si aspetta, si prevede, si ritiene, si crede, è stimato, potenzialmente e così via" e espressioni simili caratterizzano dichiarazioni di tipo previsionale. I risultati, gli eventi e le performance effettivi potrebbero discostarsi considerevolmente da tali previsioni in considerazione, senza limitazioni, di (i) condizioni economiche generali, tra le quali in particolare le condizioni economiche delle aree di business e dei mercati in cui opera Allianz Group, (ii) performance dei mercati finanziari, mercati emergenti inclusi, (iii) frequenza ed entità dei sinistri, (iv) tassi e tendenze di mortalità e morbilità, (v) livelli di persistenza, (vi) entità dell'insolvenza dei crediti, (vii) livello dei tassi di interesse, (viii) tassi di cambio, incluso il cambio Euro - Dollaro, (ix) cambiamenti delle leggi e dei regolamenti, inclusa la convergenza monetaria e l'Unione Monetaria Europea, (x) cambiamenti nelle politiche delle banche centrali e/o dei governi esteri (xi) impatto delle acquisizioni, (es. Dresdner Bank) incluso il tema della relativa integrazione, (xii) fattori generali di competitività su base locale, regionale, nazionale e/o internazionale. Molti di questi fattori potrebbero manifestarsi con maggiore probabilità o intensità come risultato di eventi come l'11 Settembre 2001 e successivi.