

## Nuovo sito e nuova campagna pubblicitaria: Mondial Assistance presenta alla Bit le novità consumer

- **Appuntamento al Padiglione 2 Stand M30 N29**
- **Da martedì 15/2 on-line il restyling del sito [www.e-mondial.it](http://www.e-mondial.it)**
- **Nuovi concept pubblicitari: lanciata la campagna “souvenir”**
- **Sulla base di una crescita 2010 pari al 16% il canale B2C [e-mondial.it](http://e-mondial.it) conferma la stima positiva anche per il 2011**
- **Ottimi risultati per il prodotto EuroCity Weekend, lanciato a dicembre**

Milano, 11 febbraio 2011 – Mondial Assistance sarà ancora in prima fila alla Bit, la Borsa Internazionale del Turismo alla Fieramilano di Rho (Mi). La Compagnia, leader mondiale nell'assistenza, nell'assicurazione viaggi e nei servizi ai clienti, presenterà le tante novità per il 2011 presso lo stand:

### **Bit 2011 - THE WORLD - Pad. 2 Stand M30 N29**

La prima novità riguarda il **sito consumer** di Mondial Assistance: da martedì 15 febbraio sarà on-line la **nuova veste grafica** di [www.e-mondial.it](http://www.e-mondial.it). “Adottando il look&feel di Gruppo – spiega Renato Zotti, Direttore Commerciale Assistenza e Marketing – il nuovo sito avrà una **grafica più accattivante** e sarà **più ricco di informazioni** utili alla scelta dei prodotti più adeguati alle esigenze degli utenti. Al contempo manterrà la **semplicità di navigazione** già in essere sul sito attuale”.

In occasione della Fiera BIT 2011 sarà lanciato il **nuovo concept pubblicitario “souvenir”**, ideato per i canali Consumer e Trade. La campagna prevede uno slogan per ciascuno dei vantaggi esclusivi di Mondial Assistance (**puntualità nei rimborsi, coperture totali, polizze per ogni esigenza, assistenza in tutto il mondo** e così via) e un “body” che allude ogni volta a un prodotto diverso, come spiega Christian Perego, Responsabile Marketing. Sempre Christian Perego spiega: “Il ‘souvenir’ è un oggetto che si porta a casa dal viaggio; le nostre polizze sono invece qualcosa da portare con sé quando si parte”.

Per quanto riguarda le **prospettive di crescita**, sull'onda dei buoni risultati raggiunti nel corso di un anno difficile come il 2010 (con una crescita complessiva del canale consumer pari a +16%), la società ha **grandi aspettative per il 2011**.

Mondial Assistance accoglie poi con soddisfazione i risultati che sta conseguendo l'ultimo prodotto lanciato, **EuroCity Weekend**, disponibile dallo scorso dicembre, che sta riscuotendo grande interesse da parte degli utenti, che lo considerano un prodotto ideale per i weekend in Europa.

### **Il Gruppo Mondial Assistance: un intervento ogni 2 secondi nel mondo.**

Leader internazionale nell'assistenza, nell'assicurazione di viaggi e nei servizi personali, attualmente il Gruppo Mondial Assistance conta 10.230 dipendenti che parlano 40 lingue diverse e lavorano in tutto il mondo attraverso una rete di 400.000 fornitori di servizi e 180 corrispondenti. 250 milioni di persone, il 4% dell'intera popolazione del mondo, utilizzano i suoi servizi, che il Gruppo fornisce in tutti i cinque continenti. Il Gruppo Mondial Assistance è membro del Gruppo Allianz. [www.mondial-assistance.com](http://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 2009 il fatturato consolidato di Mondial Assistance in Italia è di 123.400.000 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 550 risorse, di cui oltre 260 lavorano nella Centrale Operativa che eroga, tra gli altri, servizi 24 ore su 24 per 365 giorni l'anno. Nel 2010, la Centrale Operativa ha ricevuto circa 900.000 chiamate e ha gestito oltre 174.000 casi. [www.mondial-assistance.it](http://www.mondial-assistance.it)

### **Contatti Stampa:**

#### **Agenzia**

Adam Integrated Communications  
Corso Marconi, 33 - 10125 Torino  
Tel 011 668 75 50 - Fax 011 668 07 85  
Internet: [www.adam.it](http://www.adam.it)  
[andrea@adam.it](mailto:andrea@adam.it)  
[info@adam.it](mailto:info@adam.it)

#### **Mondial Assistance**

Corporate & CSR Communications  
Tel. 02 23 69 54 67  
[comunicazione@mondial-assistance.it](mailto:comunicazione@mondial-assistance.it)

#### **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