

Mondial Assistance consolida la sua leadership nel mercato delle assicurazioni viaggi on-line

Con oltre 1.200 polizze viaggio vendute on-line ogni ora attraverso i siti delle più importanti compagnie aeree e delle agenzie viaggio di 29 differenti Paesi, Mondial Assistance conferma il suo primato commerciale e l'elevato know-how in questo canale distributivo in continua espansione

Milano, 29 Gennaio 2007

Mondial Assistance, leader mondiale nel settore dell'assistenza e dell'assicurazione viaggi, conferma la sua leadership commerciale e tecnologica sul web. A oggi le più grandi compagnie aeree del mondo, come Iberia, Alitalia, TAP, Aer Lingus, Ryanair, Virgin Blue, Meridiana, Centralwings, EasyJet, HLX, e le più importanti agenzie di viaggi on-line – ebookers, Expedia, Lastminute, Orbitz, Zujui, Webjet – si affidano a eMAGIN, la piattaforma tecnologica di Mondial Assistance.

Le linee aeree hanno trasportato complessivamente, nel corso del 2005, 2 miliardi di persone: le compagnie che hanno scelto i prodotti on-line di Mondial Assistance rappresentano oltre un terzo di questi passeggeri.

«Più che una piattaforma tecnologica per le vendite on-line, abbiamo sviluppato una gamma completa di capacità tecniche, promozionali e commerciali che aiutano i nostri clienti a proporre una varietà di assicurazioni adatta a soddisfare i bisogni e le aspettative dei viaggiatori», spiega Erick Morazin, Direttore Divisione Vendite Internazionale di Mondial Assistance. «I nostri servizi, trasparenti e completamente integrati all'interno dei siti dei nostri clienti, sono parte del naturale processo di transazione. Grazie alla nostra esperienza, i nostri partner riescono a ottenere una grande crescita nella vendita delle assicurazioni. E possono allo stesso tempo differenziarsi offrendo servizi innovativi ai loro clienti».

Un'assicurazione ogni 4 biglietti: vendite moltiplicate per dieci!

La vendita di assicurazioni on-line può raggiungere un volume 10 volte superiore a quello dei canali tradizionali. In particolare, la maggior parte di chi usa Internet cerca di pagare un prezzo scontato per ogni parte del proprio viaggio. Il consumatore vuole poter identificare ogni offerta di servizio e essere libero di creare il prodotto di cui ha bisogno. L'assicurazione viaggi, garantendo il rimborso in caso di inconveniente all'ultimo minuto o di cancellazione, è quindi diventata un'opzione giustificata, legittima e molto attraente, grazie a un prezzo estremamente ragionevole se paragonato al costo dei biglietti aerei e ferroviari. Questa situazione è ottimale soprattutto nel caso delle linee aeree low cost: non è perciò strano osservare che le compagnie registrano la vendita di una polizza ogni 4 biglietti emessi.

Mondial Assistance supera la barriera del suono con oltre 1.200 polizze vendute ogni ora!

Erick Morazin ha dichiarato *«Stiamo registrando più di 1.200 polizze vendute ogni ora. Questo trend migliora di giorno in giorno non solo perchè nuovi partner utilizzano i nostri servizi, ma anche perchè la nostra professionalità li aiuta a vendere meglio i nostri prodotti!»*

Servizi che aiutano le compagnie aeree a differenziarsi dalla concorrenza

La competizione tra le compagnie aeree tradizionalmente si traduce in una guerra di prezzi e di servizi. Oggi Mondial Assistance aiuta i propri clienti a sviluppare servizi studiati su misura per target specifici. Uno di questi è rappresentato, ad esempio, dalle speciali polizze per il trasporto degli sci, studiate per le agenzie di viaggio che trattano mete sciistiche. Le società di trasporto possono anche inserire, all'interno dei programmi di fidelizzazione, servizi di assicurazione parziali o totali. Le "miglia" accumulate possono in seguito essere

convertite in contratti assicurativi. Allo stesso modo, stipulare polizze assicurative può aumentare i "punti fedeltà" raccolti sulle tessere di viaggio.

«I nostri servizi possono essere marchiati Mondial Assistance o non riportare alcun brand. In ogni caso, assicuriamo una piena integrazione con il sito del venditore e registriamo tutte le polizze nel nostro database».

Un'offerta world-wide

Oggi, la piattaforma eMAGIN è disponibile in 29 paesi. Un numero che presto passerà a 34, con l'apertura in 5 nuove nazioni: Lituania, Lettonia, Estonia, Croazia e Malta.

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 2005 il fatturato consolidato di Mondial Assistance in Italia è stato superiore a 87.000.000 di euro. La holding cui appartiene, Mondial Assistance Group (50% RAS, oggi Allianz SE, e 50% AGF), ha sede a Parigi ed è presente con le sue Business Units in 28 paesi sui cinque continenti. Con 8000 dipendenti, un fatturato di 1,1 miliardi di euro nel 2005 ed oltre 250 milioni di clienti, Mondial Assistance Group rappresenta il 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 2005, la Centrale Operativa ha ricevuto 600.000 chiamate e ha gestito oltre 150.000 casi.

Contatti Stampa:

AGENZIA Adam & Partner Integrated Communications Corso Marconi, 33 - 10125 Torino Tel (011) 66 87 550 - Fax (011) 66 80 785 Internet: http://www.adam.it Matteo Brigatti E-mail: matteo@adam.it Fabio Lepore E-mail : fabio@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 morbidità, (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.