

Mondial Assistance inaugura www.e-mondial.it, il nuovo sito Internet dedicato ai viaggiatori fai-da-te.

Da oggi apre un nuovo spazio virtuale dedicato a chi ama viaggiare in modo sicuro. Informazioni utili, consigli di viaggio e naturalmente la possibilità di acquistare on-line le polizze Mondial Assistance.

Milano, 7 aprile 2008 – Dopo quasi tre anni, profondo restyling per il sito Internet di Mondial Assistance dedicato ai consumatori finali. Il celebre marchio **Elvia** e il relativo sito internet **www.elvia.it**, che fino a questo momento avevano contraddistinto i prodotti consumer del Gruppo, sono stati dismessi per dare spazio a una più omogenea immagine aziendale.

L'innovazione parte dal brand e dal "look & feel" del portale e-commerce, ed arriva sino ai contenuti e ai servizi offerti. Su www.e-mondial.it gli internauti potranno come sempre trovare tutte le informazioni sui prodotti assicurativi Mondial Assistance e procedere in modo facile e veloce alla stipula della polizza on-line. Alle classiche formule di **assicurazione viaggi** si aggiungeranno a breve nuove linee di prodotto relative a pacchetti di **assicurazione assistenza** e dedicati a casa, veicoli e salute. Importanti cambiamenti riguardano la struttura, ancora di più user-friendly, ed i contenuti del sito, arricchito da un'importante sezione dedicata ai consigli di viaggio. Nell'area riservata il consumatore finale potrà trovare molte informazioni utili, dall'elenco delle ambasciate italiane all'estero, a una guida dettagliata del Paese in cui ci si vuole recare, alla proposta di alcuni itinerari turistici, oltre a numerosi vantaggi e convenzioni riservati ai clienti e agli utenti registrati.

*"Abbiamo rivisto il concept di un'importante canale di vendita e di comunicazione verso i nostri clienti – ha dichiarato **Christian Perego**, Responsabile Marketing di Mondial Assistance. La filosofia che guida le nostre attività prevede una maggiore vicinanza all'utente attraverso l'offerta non solo di servizi, ma anche di informazioni utili al nostro target, il viaggiatore fai-da-te. Il navigatore che visiterà il sito e-mondial sarà seguito con un linguaggio semplice e informale, e sarà assistito nella ricerca di informazioni fino all'acquisto della polizza più adatta alle sue esigenze."*

*"Il lancio del nuovo sito rientra a pieno titolo nelle operazioni di Corporate Identity della società", ha aggiunto **Enrico M. Franchini**, Corporate & CSR Communications Director di Mondial Assistance. "Vogliamo avere sul mercato on-line una presenza più incisiva e più facilmente riconducibile alla casa madre. Per questo motivo anche la veste grafica dello spazio internet è stata profondamente modificata. Il portale e-commerce è infatti uno strumento di comunicazione, oltre che di vendita. Anche da www.e-mondial.it sarà quindi possibile accedere alle informazioni relative a **Mondiality**, il nostro importante progetto di Corporate Social Responsibility, e accedere al sito che promuove tutte le iniziative ad esso collegate."*

Mondial Assistance, perseguendo le linee strategiche di sviluppo, ha deciso di aumentare ulteriormente il suo impegno nei confronti del consumatore finale. **Renato Zotti**, Direttore Commerciale & Marketing di Mondial Assistance, esprime il suo pensiero su questo tema: *"Non possiamo non tenere conto dello sviluppo crescente delle formule di acquisto non convenzionali legate al viaggio. I turisti fai-da-te sono in costante aumento, e grazie allo sviluppo dell'applicazione internet con la quale siamo vicini ai nostri clienti, riusciremo a fornire un servizio preciso e di*

qualità, come è da sempre nello stile Mondial Assistance. Entro il 2010 contiamo che il canale di vendita on-line occupi il 4% del nostro fatturato. Per questo ci stiamo impegnando al massimo per sviluppare questo canale, sicuri di andare a servire un target ben preciso che ci ha già premiato in passato..”

Il Gruppo Mondial Assistance: un intervento ogni 3 secondi nel mondo.

Leader internazionale nell'assistenza, nell'assicurazione di viaggi e nei servizi personali, attualmente il Gruppo Mondial Assistance conta più di 8,550 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, o 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

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 2007 il fatturato consolidato di Mondial Assistance in Italia è stato superiore a 114.700.000 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 520 risorse, di cui oltre 180 lavorano nella Centrale Operativa che eroga, tra gli altri, servizi 24 ore su 24 per 365 giorni l'anno. Nel 2007, la Centrale Operativa ha ricevuto oltre 1.200.000 chiamate e ha gestito circa 228.000 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 Margherita Costa E-mail margherita@adam.it Matteo Brigatti E-mail matteo@adam.it	Mondial Assistance Enrico Franchini Corporate & CSR Communications Director 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.