

Mondial Assistance: dati di chiusura 2011 positivi in ogni area di business

Risultati positivi per l'intero Gruppo, che supera per la prima volta i 2 miliardi di euro di fatturato e punta a raggiungere i 3 miliardi entro il 2015. Tutte le 29 Business Unit raggiungono il pareggio di bilancio.

	BUSINESS UNIT ITALIANA	IL GRUPPO
Fatturato	126,9 milioni di euro	2,054 miliardi di euro
Utile netto	3,0 milioni di euro	62,3 milioni di euro
Combined ratio	94,6%	96,8%
Casi gestiti	194.000	18 milioni
Chiamate gestite	900.000	49 milioni

Milano, maggio 2012 – In controtendenza con la negativa congiuntura economica generale, il Gruppo Mondial Assistance pubblica risultati finanziari in crescita, facendo registrare un aumento del fatturato dell'8,5% rispetto all'anno precedente. Tutte le aree geografiche del gruppo e i tutti e tre i segmenti (Automotive, Viaggi e Abitazione & Salute) hanno contribuito alla crescita registrata nel 2011. Il Gruppo, superati per la prima volta nella sua storia i 2 miliardi di fatturato, conferma i propri obiettivi di crescita per il prossimo triennio.

I RISULTATI DELLA BUSINESS UNIT ITALIANA

La business unit italiana di Mondial Assistance, nonostante la forte negatività dei trend economici registrati in Italia, chiude un 2011 sostanzialmente positivo con un utile netto di oltre 3 milioni di euro (2,6 milioni di euro nel 2010) ed un fatturato di 126,9 milioni di euro, in lieve calo rispetto al 2010 (-1,5%).

In particolare Mondial Assistance mantiene il suo ruolo guida nel mondo del Turismo consolidando le sua posizione commerciale in un settore che rappresenta il 60% del proprio fatturato. In un mercato che ha mostrato cali di oltre il 15% rispetto all'anno precedente, il settore turismo di Mondial Assistance registra una sostanziale tenuta del giro d'affari grazie alla consolidata strategia di diversificazione dei canali distributivi e della varietà dell'offerta a disposizione dei viaggiatori. Infatti il prodotto Globy, venduto tramite il canale delle Agenzie di Viaggio, registra una crescita del 3,2% mentre, in linea con i trend di mercato, il canale delle vendite on-line è cresciuto di oltre il 20%.

Inoltre, sensibile all'innovazione e alla protezione dei beni di uso comune, Mondial Assistance mantiene una forte presenza nel settore dell'assistenza dei prodotti legati al mondo dell'auto e dell'elettronica di consumo.

“Nonostante il lieve calo del fatturato, i dati di chiusura 2011 sono sostanzialmente incoraggianti”, dichiara il nuovo CEO Paola Corna Pellegrini. “La solidità del Gruppo, l'esperienza e le potenzialità del mercato dell'assistenza ci permettono di guardare al futuro con fiducia. La crescita del fatturato, il mantenimento della leadership nei mercati storici e il forte impegno all'innovazione e alla diversificazione dei mercati di sviluppo sono i nostri obiettivi per i prossimi anni.”

LA CRESCITA DEL GRUPPO

- ❖ Il Gruppo fa registrare una Combined Ratio del 96,8%; la profittabilità si è mantenuta su buoni livelli (profitto netto pari a 62,3 milioni di euro) pur in un contesto difficile sia dal punto di vista delle vendite sia da quello dei sinistri.

Settore automotive: situazioni contrastanti

L'assistenza al veicolo è cresciuta del 10,5% rispetto al 2010, incidendo per il 38,5% sul fatturato totale del Gruppo. Questo segmento ha risentito particolarmente della crisi in Europa, mentre ha fatto registrare una crescita a doppia cifra nei paesi emergenti. Il Gruppo si è concentrato in parte sui paesi a rapida crescita (Cina +64%, Brasile +14%) e in parte nella realizzazione di nuove offerte come per esempio l'estensione di garanzia. I clienti del settore finanziario (banche e compagnie di assicurazione) rappresentano il 60% dell'attività, mentre le aziende automobilistiche rappresentano il restante 40%.

Settore Viaggi: imprevisti da fronteggiare

Nel 2011 sono stati diversi gli eventi che hanno avuto un impatto negativo sul settore Viaggi, quali per esempio il devastante tsunami in Giappone, le rivolte della cosiddetta Primavera araba, il peggioramento della crisi economica (specialmente in Europa) e il caro petrolio.

Pur in un contesto difficile, il Gruppo ha mantenuto la propria posizione di leader mondiale grazie alla sua capacità di assistere i clienti a livello globale e di aumentare le vendite online. Il settore viaggi, che rappresenta il 44,5% del fatturato totale del Gruppo, ha fatto registrare una crescita del 4,3% rispetto al 2010. La crescita è stata particolarmente forte in Brasile (+65%), in Australia (+19%), in Svizzera (+16%) e in Austria (+13%).

Abitazione & salute: crescita in diversi mercati

Il settore Abitazione & salute, che rappresenta il 17% del fatturato del Gruppo, continua a crescere (+16,3%) nel 2011. Questo settore cresce soprattutto in Europa (Germania, Belgio, Francia e Polonia), ma anche in Australia (servizi per studenti o emigranti).

La richiesta di servizi per la casa e per la vita quotidiana continua a crescere. Pensati in origine per rispondere a situazioni di emergenza (allagamenti, incidenti, ecc.), i prodotti assicurativi di questo tipo si sono via via trasformati in prodotti di utilità quotidiana quali telesorveglianza, assicurazioni per il telefono cellulare, garanzie estese per la casa e le apparecchiature elettroniche ecc. e in servizi per il tempo libero (per esempio, garanzia cancellazione eventi e concerti).

Singole regioni in crescita

Solo pochi anni fa, gran parte dell'attività del Gruppo era concentrata in Europa. Oggi lo sviluppo delle attività nelle Americhe e la grande crescita dell'area Asia e Pacifico ha cambiato, in percentuale, il peso delle varie regioni.

L'Europa rappresenta il 61% del fatturato del Gruppo, (e cresce del 4% sul 2010). Le Americhe incidono per il 23% sull'attività totale (+16.6% sul 2010). L'area di Asia e Pacifico fa registrare la crescita più consistente (+23%) e rappresenta oggi il 16% del fatturato.

La Francia mantiene la sua posizione di leader con 417 milioni di euro di fatturato, in crescita del 4%. Al secondo posto ci sono gli Stati Uniti, con 298 milioni di euro di fatturato e una crescita pari al 18,2%. Al terzo posto si piazza l'Australia, con 252 milioni di euro di fatturato e una crescita del 23%. Segue il Brasile (134 milioni di euro e una crescita del 17%). Con 47 milioni di euro di fatturato, la business unit cinese, creata nel 2003, entra per la prima volta nella top 12 delle business unit del Gruppo, mettendo a segno uno straordinario +57%.

2012-2015: ambizioni di crescita nonostante la congiuntura

Pur in un clima economicamente incerto, il Gruppo mantiene le proprie ambizioni di crescita nel prossimo triennio. Rémi Grenier, CEO del Gruppo, ha dichiarato: *"Il segreto dei nostri risultati finanziari, da anni positivi, è un approccio incentrato sull'effettivo vantaggio per il cliente garantito dai nostri servizi. Siamo in linea con l'obiettivo strategico di generare un fatturato pari a 3 miliardi di euro nel 2015, con un risultato operativo pari a 200 milioni di euro"*.

MONDIAL ASSISTANCE: un intervento ogni 2 secondi nel mondo.

Leader mondiale nell'assistenza, nell'assicurazione di viaggi e nei servizi personali, attualmente il Gruppo conta 10.920 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, in tutti i cinque continenti.

Mondial Assistance in Italia: il fatturato consolidato di Mondial Assistance in Italia nel 2011 è di circa 127 milioni di euro. La holding cui appartiene, Aga International S.A., è leader mondiale nei settori dell'assistenza, dei servizi e dell'assicurazione viaggi. Mondial Assistance in Italia ha un organico di circa 470 risorse, di cui oltre 230 lavorano nella Centrale Operativa che eroga, tra gli altri, servizi 24 ore su 24 per 365 giorni l'anno. Nel 2011, la Centrale Operativa ha ricevuto circa 900.000 chiamate e ha gestito oltre 194.000 casi.

www.mondial-assistance.it

Contatti Stampa:

Agenzia

Adam Integrated Communications
Corso Marconi, 33 - 10125 Torino
Tel 011-6687550 - Fax 011-6680785
Internet: www.adam.it
andrea@adam.it
info@adam.it

Mondial Assistance

Corporate & CSR Communications
Tel. 02 23 69 54 67
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