

Grupo Mondial Assistance tem crescimento lucrativo e sustentado e apresenta nova logomarca

Crescimento no Brasil é destaque no grupo.

Empresa coloca pessoas no centro de sua nova logomarca e reafirma seus valores: Atencioso, Profissional, Interligado, Pró-ativo e Confiança.



São Paulo, junho de 2006 – O grupo Mondial Assistance, líder mundial em assistência 24 horas e assistência viagem, anunciou os seus resultados operacionais do exercício fiscal de 2005. Com um aumento de 11% nas vendas, que **alcançaram € 1,221 bilhão**, e um crescimento de 107% de lucro líquido, o Grupo, presente em mais de 25 países, prosseguiu em 2005 com sua estratégica dinâmica para um crescimento lucrativo. Neste ambiente positivo, o Brasil mereceu destaque, tanto pelo desempenho como pela qualidade e inovação dos seus serviços.

“Nesses últimos anos, o Mondial Assistance Group tem desenvolvido e mantido uma posição lucrativa em mercados que têm passado por profundas mudanças”, comentou Klaus Dührkop, Presidente do Comitê Executivo do Mondial Assistance Group. “Estamos numa excelente posição para prosseguir com nosso desenvolvimento, não apenas em setores promissores como serviços a pessoas, mas também em novos mercados emergentes”.

Áreas de Crescimento

O Brasil, com faturamento de R\$ 172 milhões, enquadra-se no pelotão de países com maior crescimento em 2005 – ao lado de Portugal e Austrália – que contribuiu significativamente para o desenvolvimento do grupo. Em termos globais, o Mondial Assistance Group alcançou um resultado operacional em 2005 de € 45,6 milhões, um crescimento de 2,3%, e um lucro líquido de € 47,8 milhões deduzidos os impostos, o que representa um crescimento de 107% comparado a 2004.

No Brasil, onde os serviços prestados pela Mondial Assistance beneficiam cerca de 14 milhões de pessoas, foram registrados 1,2 milhão de casos de assistência no ano passado e houve mais de 4 milhões de ligações recebidas, o que se traduz em uma ligação a cada 8 segundos e um atendimento a cada 26 segundos.

“O resultado deve-se a uma estratégia bem sucedida de entender as necessidades do mercado brasileiro, oferecendo serviços personalizados de qualidade superior e de forte valor percebido pelos usuários”, explica Dan Assouline, diretor presidente da Mondial Assistance Brasil. Com tal estratégia, a empresa registra no país uma taxa de satisfação de clientes de 97,97%.

Serviço inédito no Brasil

A operação brasileira vem investindo de maneira crescente em tecnologia. No início deste ano, a empresa lançou um serviço inédito no mercado brasileiro: o monitoramento on-line da Assistência 24 horas por SMS, para que os clientes de seguradoras e montadoras acompanhem a posição do guincho enquanto ele está a caminho do local da ocorrência. “Queremos reduzir a ansiedade dos segurados e proprietários de veículos quando estiverem enfrentando imprevistos”, acrescenta Assouline.

Crescimento lucrativo e sustentável

Ao longo de 2006, as quatro linhas de negócios do Grupo permanecem como setores fundamentais para seu desenvolvimento e crescimento: assistência para automóveis (representando 44% das vendas) com o desenvolvimento gradativo da telemática, assistência viagem (45% das vendas), serviços de saúde (6%) e serviços a pessoas (5%).

No Brasil, o segmento automotivo continuará em crescimento, mas o foco principal da empresa será doravante em assistência a pessoas. Segundo Dan Assouline, “este conjunto de soluções voltadas ao bem-estar e à segurança, que dão valioso apoio em situações delicadas da vida privada, está começando a ser percebido pelo mercado brasileiro”.

Nova logomarca prioriza pessoas

Ao mesmo tempo em que celebra resultados positivos, a Mondial Assistance lança sua nova logomarca. Preservando o estilo gráfico e a cor vermelha, associada à natureza “emergencial” do negócio do Grupo, a nova logomarca incorpora uma figura humana ao centro, como forma de reforçar a idéia de que as pessoas estão mais do que nunca no coração de todas as atividades.

Esta nova logomarca servirá como pedra fundamental sobre a qual se pretende construir a identidade internacional do Grupo no futuro.

Afirmação de valores

A confiança conquistada pela Mondial Assistance é resultado do profissionalismo de sua equipe, da pró-atividade, da atenção e da interligação das suas filiais em todo mundo, sempre com um atendimento mais adequado para seus clientes em qualquer lugar do mundo.

A nova marca Mondial Assistance sugere estes valores, que são compartilhados simultaneamente por empregados, clientes, acionistas e fornecedores, aplicados de forma coerente em todo o mundo e em todas as empresas do grupo.

“Nosso novo logo reflete a natureza humana de nosso negócio, que é acima de tudo servir pessoas. Nossos valores corporativos refletem o caráter e personalidade únicos de nossa empresa, uma cultura que dá força a todos os serviços e facilidades que fornecemos aos nossos clientes”, declara Klaus Dührkop, presidente do Comitê Executivo do Mondial Assistance Group.

Sobre a Mondial Assistance Brasil

Conta com uma equipe de 1.087 funcionários e uma rede de mais de 40 mil prestadores de serviços selecionados. A empresa registra uma assistência prestada a cada 26 segundos e uma ligação atendida a cada 8 segundos. Atualmente, 14 milhões de usuários, ou cerca de 8% da população brasileira, são beneficiados pelos serviços da Mondial Assistance, com grau de satisfação de 97,97%.

Sobre o Mondial Assistance Group: Líder mundial em Assistência, seguro-viagem e serviços a pessoas, o Mondial Assistance Group conta com aproximadamente 8.000 funcionários falando mais de 40 idiomas. Eles trabalham no mundo todo em colaboração com uma rede de 400.000 fornecedores e 240 correspondentes. 250 milhões de pessoas, ou 4% da população mundial, beneficiam-se com os serviços oferecidos pelo Grupo nos 5 continentes em mais de 25 países. O Mondial Assistance Group opera sob três marcas internacionais: ELVIA, Mondial Assistance e World Access e é membro do Grupo Allianz.

Press contacts:

| | |
|---|--|
| FirstCom (11) 3026-9138 ou (11) 3026-9139 | Mondial Assistance Brasil (11) 3178-2599 |
|---|--|

Grupo Mondial Assistance tem crescimento lucrativo e sustentado e apresenta nova logomarca

Crescimento no Brasil é destaque no grupo.

Empresa coloca pessoas no centro de sua nova logomarca e reafirma seus valores: Atencioso, Profissional, Interligado, Pró-ativo e Confiança.



São Paulo, junho de 2006 – O grupo Mondial Assistance, líder mundial em assistência 24 horas e assistência viagem, anunciou os seus resultados operacionais do exercício fiscal de 2005. Com um aumento de 11% nas vendas, que **alcançaram € 1,221 bilhão**, e um crescimento de 107% de lucro líquido, o Grupo, presente em mais de 25 países, prosseguiu em 2005 com sua estratégica dinâmica para um crescimento lucrativo. Neste ambiente positivo, o Brasil mereceu destaque, tanto pelo desempenho como pela qualidade e inovação dos seus serviços.

“Nesses últimos anos, o Mondial Assistance Group tem desenvolvido e mantido uma posição lucrativa em mercados que têm passado por profundas mudanças”, comentou Klaus Dührkop, Presidente do Comitê Executivo do Mondial Assistance Group. “Estamos numa excelente posição para prosseguir com nosso desenvolvimento, não apenas em setores promissores como serviços a pessoas, mas também em novos mercados emergentes”.

Áreas de Crescimento

O Brasil, com faturamento de R\$ 172 milhões, enquadra-se no pelotão de países com maior crescimento em 2005 – ao lado de Portugal e Austrália – que contribuiu significativamente para o desenvolvimento do grupo. Em termos globais, o Mondial Assistance Group alcançou um resultado operacional em 2005 de € 45,6 milhões, um crescimento de 2,3%, e um lucro líquido de € 47,8 milhões deduzidos os impostos, o que representa um crescimento de 107% comparado a 2004.

No Brasil, onde os serviços prestados pela Mondial Assistance beneficiam cerca de 14 milhões de pessoas, foram registrados 1,2 milhão de casos de assistência no ano passado e houve mais de 4 milhões de ligações recebidas, o que se traduz em uma ligação a cada 8 segundos e um atendimento a cada 26 segundos.

“O resultado deve-se a uma estratégia bem sucedida de entender as necessidades do mercado brasileiro, oferecendo serviços personalizados de qualidade superior e de forte valor percebido pelos usuários”, explica Dan Assouline, diretor presidente da Mondial Assistance Brasil. Com tal estratégia, a empresa registra no país uma taxa de satisfação de clientes de 97,97%.

Serviço inédito no Brasil

A operação brasileira vem investindo de maneira crescente em tecnologia. No início deste ano, a empresa lançou um serviço inédito no mercado brasileiro: o monitoramento on-line da Assistência 24 horas por SMS, para que os clientes de seguradoras e montadoras acompanhem a posição do guincho enquanto ele está a caminho do local da ocorrência. “Queremos reduzir a ansiedade dos segurados e proprietários de veículos quando estiverem enfrentando imprevistos”, acrescenta Assouline.

Crescimento lucrativo e sustentável

Ao longo de 2006, as quatro linhas de negócios do Grupo permanecem como setores fundamentais para seu desenvolvimento e crescimento: assistência para automóveis (representando 44% das vendas) com o desenvolvimento gradativo da telemática, assistência viagem (45% das vendas), serviços de saúde (6%) e serviços a pessoas (5%).

No Brasil, o segmento automotivo continuará em crescimento, mas o foco principal da empresa será doravante em assistência a pessoas. Segundo Dan Assouline, “este conjunto de soluções voltadas ao bem-estar e à segurança, que dão valioso apoio em situações delicadas da vida privada, está começando a ser percebido pelo mercado brasileiro”.

Nova logomarca prioriza pessoas

Ao mesmo tempo em que celebra resultados positivos, a Mondial Assistance lança sua nova logomarca. Preservando o estilo gráfico e a cor vermelha, associada à natureza “emergencial” do negócio do Grupo, a nova logomarca incorpora uma figura humana ao centro, como forma de reforçar a idéia de que as pessoas estão mais do que nunca no coração de todas as atividades.

Esta nova logomarca servirá como pedra fundamental sobre a qual se pretende construir a identidade internacional do Grupo no futuro.

Afirmação de valores

A confiança conquistada pela Mondial Assistance é resultado do profissionalismo de sua equipe, da pró-atividade, da atenção e da interligação das suas filiais em todo mundo, sempre com um atendimento mais adequado para seus clientes em qualquer lugar do mundo.

A nova marca Mondial Assistance sugere estes valores, que são compartilhados simultaneamente por empregados, clientes, acionistas e fornecedores, aplicados de forma coerente em todo o mundo e em todas as empresas do grupo.

“Nosso novo logo reflete a natureza humana de nosso negócio, que é acima de tudo servir pessoas. Nossos valores corporativos refletem o caráter e personalidade únicos de nossa empresa, uma cultura que dá força a todos os serviços e facilidades que fornecemos aos nossos clientes”, declara Klaus Dührkop, presidente do Comitê Executivo do Mondial Assistance Group.

Sobre a Mondial Assistance Brasil

Conta com uma equipe de 1.087 funcionários e uma rede de mais de 40 mil prestadores de serviços selecionados. A empresa registra uma assistência prestada a cada 26 segundos e uma ligação atendida a cada 8 segundos. Atualmente, 14 milhões de usuários, ou cerca de 8% da população brasileira, são beneficiados pelos serviços da Mondial Assistance, com grau de satisfação de 97,97%.

Sobre o Mondial Assistance Group: Líder mundial em Assistência, seguro-viagem e serviços a pessoas, o Mondial Assistance Group conta com aproximadamente 8.000 funcionários falando mais de 40 idiomas. Eles trabalham no mundo todo em colaboração com uma rede de 400.000 fornecedores e 240 correspondentes. 250 milhões de pessoas, ou 4% da população mundial, beneficiam-se com os serviços oferecidos pelo Grupo nos 5 continentes em mais de 25 países. O Mondial Assistance Group opera sob três marcas internacionais: ELVIA, Mondial Assistance e World Access e é membro do Grupo Allianz.

Press contacts:

| | |
|---|--|
| FirstCom (11) 3026-9138 ou (11) 3026-9139 | Mondial Assistance Brasil (11) 3178-2599 |
|---|--|