

Mondial Assistance assume liderança com um valor de negócios de 1.67 bilhões euros, e 5,4% crescimento.

- 2009 valor de negócios: 1.673 bilhões de Euros (+4.8% e +5.4% a uma taxa permanente)
- Receita líquida: 56 milhões de Euros
- *Combined Ratio*: 95.9 %
- 10,231 Colaboradores em 28 países
- 15 milhões de processos abertos (+11%) and 42 milhões de chamadas atendidas

“A Mondial Assistance continua a seguir a sua estratégia de inovação e crescimento”, palavras de Rémi Grenier, Presidente do Grupo Mondial Assistance. “O nosso crescimento depende do desenvolvimento equilibrado das nossas actividades, quer geograficamente como também ao nível das linhas de negócio. Pretendemos criar sinergias entre as nossas entidades, capitalizar e partilhar as nossas inovações, acelerar o desenvolvimento de novos produtos e oferecer aos nossos Clientes o máximo de qualidade na prestação dos nossos serviços”.

Aumento da importância das áreas da *Health&Life* e serviços de assistência domiciliária

As inovações foram significativas para o crescimento de áreas com Seguro de Viagem e Assistência. Esta actividade cresceu 3,8% em 2009 representando actualmente 47% do volume de negócio em todo o Mundo (48% em 2008). A área automóvel ficou estagnada, o que ilustra as dificuldades enfrentadas neste sector. Esta linha de negócio representa 37% da actividade mundial do Grupo (39% em 2008). Os outros serviços (*Health&Life*, serviços de assistência domiciliária) cresceram 22% em valor e representam 16% da actividade global (13% em 2008).

Crescimento internacional sustentável

Os três países que lideram em termos de volume de negócios são a França (380 M de €), os Estados Unidos (212 M de €) e Austrália (149 M de €). O grupo das três zonas geográficas (Europa, Américas e Ásia-Pacífico) são representadas por estes três países que lideram, e reforçam o equilíbrio das actividades do Grupo Mondial Assistance em todo o Mundo.

Com 17,9% de crescimento, a zona Ásia-Pacífico registou o maior crescimento, que reúne mercados muito específicos. China viu a sua actividade crescer exponencialmente com o aumento do volume de negócios de cerca de 70%. Hoje conta com cerca de 300 colaboradores. Mondial Assistance é hoje líder na Índia em assistência automóvel, e no Japão, o Grupo acelerou o seu crescimento, apesar do contexto económico difícil. A Austrália registou um crescimento de + 12,9% (+19,5% excluindo o impacto da taxa de câmbio), graças ao desenvolvimento de todas as suas actividades, em especial do comércio electrónico. Austrália também expandiu o seu foco de intervenção com novas actividades comerciais na Nova Zelândia, confirmando, assim, o desejo da Mondial Assistance em

expandir o negócio na zona do Pacífico. Por seu lado, o continente americano registou um crescimento de 16,1%.

O *boom* no B2B e B2C *e-commerce*, particularmente nos Estados Unidos e Canadá, é um importante factor de desenvolvimento, graças à estratégia de inovação da Mondial Assistance neste domínio.

Zona Europa, representa 67,3% da actividade do Grupo. Com 17 Unidades de Negócio, o Grupo experimentou diversas situações em termos de posicionamento, apresentando no geral um crescimento na ordem dos 2%. França (+9,2%), Espanha (+11,7%), Grécia (+24,4%) e Suíça (+12,4%), contribuindo em grande escala para a dinâmica saudável desta zona.

Em 2009, a Mondial Assistance concretizou um grande projecto, a criação de uma Companhia de Seguros que abrange já sete países e prevê chegar a 11 Unidades de Negócio. Esta nova estrutura foi criada para dar resposta às expectativas de novos mercados com um número crescente de Clientes e contratos pan-europeus num mercado aberto. Esta estrutura vai igualmente otimizar os recursos do Grupo (consolidação de património e exigências regulamentares Solvência II).

Dando continuidade à linha de estratégia de expansão do Grupo, este abriu um escritório de vendas no Médio Oriente, onde assinou já três contratos com empresas locais no âmbito dos produtos de seguros de viagens e soluções para este mercado.

Inovação e Responsabilidade

O ano de 2009 veio posicionar a Mondial Assistance relativamente à sua política de inovação e partilha de experiências numa perspectiva de crescimento face aos momentos de recessão económica.

Entre as várias inovações, destacamos as aplicações do *Smartphone* que foram desenvolvidas no Brasil e na França (comunicação em tempo real com a rede de prestadores do Grupo e envio de mensagens texto). Por sua vez, o lançamento da plataforma 2.0 do *e-commerce* e ainda o lançamento do produto “Banking for life”, na área da Banca Seguros.

O Grupo reforçou a sua dedicação em iniciativas de responsabilidade social com especial destaque ao desenvolvimento sustentável a uma escala mundial em parceria com a MASSIVEGOOD (organização não governamental).

Mondial Assistance: uma intervenção a cada 2 segundos em qualquer parte do Mundo.

International leader in Assistance, Travel Insurance and health, life & home care services, today the Mondial Assistance Group counts more than 10 231 employees who speak 40 different languages and work throughout the world with a network of 400,000 service providers and 180 correspondents. 250 million people, or 4% of the world's total population, benefit from its services, which the Group provides on all five continents. Mondial Assistance is a member of the Allianz Group.

www.mondial-assistance.com

Press contact :

Marta Serra – marta.serra@mondial-assistance.pt

Cautionary Note Regarding Forward-Looking Statements:

Certain of the statements contained herein may be statements of future expectations and other forward-looking statements that are based on management's current views and assumptions and involve known and unknown risks and uncertainties that could cause actual results, performance or events to differ materially from those expressed or implied in such statements. In addition to statements which are forward-looking by reason of context, the words 'may, will, should, expects, plans, intends, anticipates, believes, estimates, predicts, potential, or continue' and similar expressions identify forward-looking statements. Actual results, performance or events may differ materially from those in such statements due to, without limitation, (i) general economic conditions, including in particular economic conditions in the Allianz Group's core business and core markets, (ii) performance of financial markets, including emerging markets, (iii) the frequency and severity of insured loss events, (iv) mortality and morbidity levels and trends, (v) persistency levels, (vi) the extent of credit defaults, (vii) interest rate levels, (viii) currency exchange rates including

