

Allianz Global Assistance è il nuovo nome di Mondial Assistance

notizia pubblicata **19 Ottobre 2012** alle ore **10:40** nella categoria **Turismo**



Adesso Mondial Assistance si chiama Allianz Global Assistance. Il nuovo brand sottolinea l'appartenenza al Gruppo Allianz e rappresenta il passaggio da un marchio di successo a un marchio ancora più forte. Invariati i valori cardine di professionalità, attenzione al cliente, affidabilità, internazionalità, innovazione, e la filosofia di mettere sempre al centro le persone. Non cambiano la tagline 'How can we help?' e la mission aziendale – essere sempre e ovunque a fianco dei clienti.

“Il nuovo nome e la nuova visual identity ci permetteranno di capitalizzare al meglio la forza del marchio Allianz – ha detto Paola Corna Pellegrini, ceo Allianz Global Assistance in Italia – Intendiamo entrare sempre di più in una logica di assistenza non più solo nel momento dell'emergenza, ma nel quotidiano, riuscendo a intercettare e anticipare le necessità delle persone”.

Allianz Global Assistance fornisce assistenza in auto, in viaggio, a casa e in vacanza, in tutto il mondo, 24 ore su 24, garantendo interventi tempestivi, risolutivi e professionali e un'assistenza efficace a costi contenuti. I clienti possono acquistare i prodotti Allianz Global Assistance tramite i partner o online tramite il sito www.allianz-assistance.it. Alcune aziende partner offrono la possibilità di acquistare i prodotti assicurativi di Allianz Global Assistance sui loro siti e-commerce.

Europa, Medio Oriente e Africa rappresentano insieme il 61% del volume d'affari del Gruppo Allianz Global Assistance, mentre il Nord e Sud America producono il 23% e l'area di Asia e Pacifico il 16%. Proprio Asia e Pacifico hanno fatto registrare la crescita più consistente, pari al 23%. Crescono anche le Americhe e l'Europa, rispettivamente del 13 e del 4%.

Delle 3 linee di business di Allianz Global Assistance, i viaggi rappresentano il 44,5% del volume d'affari, con una crescita del 4,3%. Per quanto riguarda l'Italia la Business Unit ha fatto registrare dati positivi, chiudendo l'ultimo anno fiscale con un utile netto di oltre 3 milioni di euro (2,6 milioni di euro nel 2010) e un fatturato di 126,9 milioni di euro.