

PERSBERICHT

Brussel, 17 april 2008

Niet-Levensverzekeringstroeën: Mondial Assistance keert met twee prijzen naar huis!

Na al bekroond te zijn geweest in 2006 voor de Beste Reisverzekering en in 2007 voor het Beste Bijstandscontract, sleept Mondial Assistance dit jaar maar liefst twee Decavi-Troeën in de wacht!

Het zijn inderdaad 2 trofeeën die de experts van de Decavi-jury op 16 april 2008 aan Mondial Assistance hebben toegekend: Beste Publiciteitscampagne en Beste Bijstandsproduct voor haar jaarcontract World Gold Protection met Annulering.

Trofee voor Beste Bijstandscontract

Het jaarcontract **World Gold Protection met Annulering** werd voor de tweede opeenvolgende keer bekroond met de prijs voor het **Beste Bijstandscontract** op de Belgische markt!

De voornaamste troeven van dit uiterst volledige contract zijn de **onbeperkte dekking van medische kosten** in het buitenland en een brede bescherming in geval van **annulering van de reis**. Intussen zijn die troeven al goed bekend bij de meeste tussenpersonen.

Dat blijkt duidelijk uit het grote succes van het contract bij de verzekeringsmakelaars, maar ook in toenemende mate bij de reisagenten.

Dat succes verbaast Ilona Van Hemelrijk, Commercial Director, absoluut niet, want "de World Gold Protection met Annulering ligt volledig in de lijn van de filosofie van Mondial Assistance: een integrale bescherming bieden, zodat onze klanten stressloos van het leven kunnen genieten. Onze tussenpersonen hebben dan ook de kans om onze contracten in alle vertrouwen aan te bevelen."

Trofee voor Beste Publiciteitscampagne

De nieuwe publiciteitscampagne werd afgelopen jaar gelanceerd. Ze steunt op visuals en slogans die de sereniteit en zorgeloosheid uitstralen, aangeboden door de wereldwijde Nr.1 in reis- en bijstandsverzekering, Mondial Assistance.

"Traditiegetrouw worden reis- en bijstandsverzekeringen geassocieerd met noodscenario's. Men schrikt mensen af, vaak onder het mom van humor om hen op die manier bewust te maken van de noodzaak een polis te onderschrijven. Mondial Assistance daarentegen legt de nadruk op het stressloos leven en het vertrouwen dat zij biedt aan haar verzekerden en zo ook aan haar verzekeringstussenpersonen", aldus Ilona Van Hemelrijk, Commercial Director.

Het thema van de campagne - Stressloos leven, daar ga ik voor, Mondial Assistance daar kies ik voor - is trouwens de rode draad doorheen al de commerciële en promotionele activiteiten van Mondial Assistance in 2008. Men zal dus niet verbaasd zijn het salesteam van Mondial Assistance op de cover van vakbladen te zien prijken in... een Mondial Assistance-badjas of liggend in een hangmat in de zon!

Ter attentie van de redactie

De groep Mondial Assistance: een interventie om de 3 seconden, overal ter wereld. Mondial Assistance is wereldleider op het vlak van bijstand en reisverzekering. De groep telt vandaag meer dan 8 500 werknemers die ongeveer 40 verschillende talen spreken, en er wordt wereldwijd gewerkt met een netwerk van 400 000 dienstverleners en 240 correspondenten. 250 miljoen mensen genieten van de diensten van de groep, dat is 4 % van de wereldbevolking. De diensten worden aangeboden op vijf continenten in 28 landen. In België telt Mondial Assistance een 120-tal werknemers, behandelt elk jaar ongeveer 60 000 schadegevallen en realiseert een jaarlijks zakencijfer van 38 miljoen euro. www.mondial-assistance.be

Perscontacten :

Mondial Assistance
Zwaluwenstraat 2
1000 Brussel

Ilona Van Hemelrijk
Commercial Director
tel. 02 290 64 41
fax 02 290 64 59
ilona.vanhemelrijk@mondial-assistance.be

Voorbehoud:

Sommige passages uit onderhavig document kunnen van prospectieve aard zijn en gestoeld zijn op hypothesen en op de huidige standpunten van de Directie van de Vennootschap. Die passages houden risico's en onzekerheden in, gekende en ongekende, die aanzienlijke verschillen kunnen veroorzaken tussen de resultaten, de performance of de gebeurtenissen die, expliciet of impliciet, in de tekst worden aangehaald en de reële resultaten, performance of gebeurtenissen. Een verklaring kan van nature prospectief zijn of de prospectieve aard kan voortvloeien uit de context van de verklaring. Verklaringen van prospectieve aard worden bovendien gekenmerkt door het gebruik van termen als "kan", "zal", "zou moeten", "verwacht", "plant", "voorziet", "anticipeert", "evalueert", "raamt", "potentieel", of "gestaag" of gelijkaardige bewoordingen. De resultaten, performance of prospectieve gebeurtenissen kunnen aanzienlijk verschillen van de reële resultaten, meer bepaald omwille van (i) de algemene economische conjunctuur, en in het bijzonder de economische conjunctuur in de belangrijkste activiteitsdomeinen van de groep Allianz en op de belangrijkste markten waarop de Vennootschap actief is, (ii) de performance van de financiële markten, inclusief de opkomende markten, (iii) de frequentie en de ernst van de verzekerde schadegevallen, (iv) de sterfte- en de ziektecijfers, (v) het percentage zaken dat men kan behouden, (vi) de evolutie van de interestvoeten, (vii) de wisselkoersen, meer bepaald de wisselkoers EUR/USD, (viii) de concurrentie, (ix) de wijzigingen in de wetgeving en de reglementering, inclusief alles wat te maken heeft met de muntconvergentie of de Europese Monetaire Unie, (x) de veranderingen in het beleid van de Centrale Banken en/of de buitenlandse regeringen, (xi) de weerslag van overnames en van de integratie ervan en (xii) algemene factoren die een weerslag hebben op de concurrentie, zowel lokaal, regionaal, nationaal en/of mondiaal. De zaken die in dit document aan bod komen, kunnen bovendien risico's en onzekerheden inhouden die de vennootschap Allianz AG volgens de regels moet melden in de documenten die zij overmaakt aan de Securities and Exchange Commission. De vennootschap Allianz AG is niet verplicht om de prospectieve informatie in dit document bij te werken.