



COMMUNIQUE DE PRESSE

Istanbul/Paris, le 15 octobre 2009

**AVEC LA FUSION DE BASAK ET GÜVEN,
GROUPAMA DONNE NAISSANCE AU 3EME GROUPE D'ASSURANCE DE TURQUIE**

Après l'acquisition de Basak Sigorta et Basak Emeklilik en 2006 puis de Güven Sigorta et Güven Hayat en 2008, Groupama poursuit sa stratégie de développement en Turquie en regroupant ses opérations sous une même marque : Groupama.

3^{ème} compagnie d'assurance de Turquie, Groupama entend poursuivre son ambitieux programme d'investissement dans les sociétés turques du groupe.

Groupama annonce la création sur le marché turc des sociétés « Groupama Sigorta » et « Groupama Emeklilik » nées de la fusion des compagnies d'assurance Başak et Güven. Cette opération s'inscrit dans la stratégie de Groupama en Turquie : fournir le meilleur service à ses clients tout en développant le marché de l'assurance avec une offre de solutions innovantes et compétitives.

« Nous avons fusionné deux compagnies bien implantées sur le marché turc pour combiner expertise locale et expertise internationale. Cette fusion présente un triple avantage pour nos clients : une offre de services élargie, des produits innovants et toute la force de proposition d'un groupe d'assurance international leader qui a déjà fait ses preuves auprès de 16 millions de clients dans le monde entier. »

« Avec tout le potentiel de croissance qu'elle représente, la Turquie est un marché stratégique pour Groupama et fait figure de modèle pour le groupe. Le dynamisme prometteur de ce marché nous encourage à mettre en œuvre des programmes d'investissement ambitieux. » a déclaré Jean-Francois Lemoux, Directeur général International de Groupama

Groupama continuera d'offrir une gamme de produits compétitifs (assurance vie et retraite, habitation, responsabilité civile, assurance auto et agricole) conçus sur mesure pour répondre aux besoins des particuliers comme des entreprises.

Groupama est le 2^{ème} assureur vie et 5^{ème} assureur dommages en Turquie avec un chiffre d'affaires de 562 millions d'euros (1 072 millions de livres turques) à fin 2008.

Le nouveau groupe poursuivra sa stratégie de service de proximité auprès de ses 3 millions de clients grâce à un réseau de 2 000 agents, 900 employés et des partenariats, notamment avec les 1 900 coopératives agricoles TKK.

Forte d'une solide organisation et direction et de points de vente bien établis, la nouvelle structure prévoit de générer un chiffre d'affaires de 1,5 milliards de dollars et de poursuivre, dans les trois années à venir, sa croissance à un taux supérieur à celui du développement du marché de l'assurance turc.

Pour se donner les moyens d'atteindre ces objectifs ambitieux, Groupama lance « Assurance+ », un nouveau concept qui devrait marquer un tournant dans l'évolution du marché de l'assurance en Turquie.

« Nos clients sont au cœur de notre activité. Il ne s'agit pas d'une énième campagne de plus. Nous proposons une approche nouvelle et dynamique pour satisfaire au mieux nos clients en nous engageant pleinement pour jouer la carte de la proximité à 100 %. Nous sommes convaincus que "Assurance+" apportera une nouvelle dimension à l'offre de services d'assurance turques » explique Alain Baudry, Directeur général de Groupama Sigorta.

Dans un premier temps, « Assurance+ » proposera des services d'assurance automobile et habitation. À titre d'exemple pour l'assurance automobile, une fois le dossier de déclaration d'accident complété, le paiement sera effectué sous 5 jours. Dans le cas contraire, Groupama s'engage, jusqu'à fin 2009, à assurer gratuitement ses clients pendant un an. Pour l'assurance CASCO, les voitures neuves (voitures privées appartenant exclusivement à des particuliers avec 0 km au compteur) assurées par Groupama seront couvertes à hauteur de la valeur neuve du véhicule pendant 3 ans en cas de perte totale ou de vol.

Une campagne de communication multi supports viendra appuyer le lancement de la nouvelle enseigne Groupama par le biais d'annonces, d'opérations de relations publiques et le développement de programmes de responsabilité sociale d'entreprise. La campagne institutionnelle qui démarre le 15 octobre sera déployée sur différents media : TV, presse, internet, affichage et autres supports moins conventionnels. Signature de la campagne : « Nous nous développons en puisant notre force dans Başak et Güven ».

À PROPOS DE GROUPAMA

Groupama applique de longue date une stratégie axée sur la croissance et la rentabilité à long terme.

Depuis sa création à la fin du XIXème siècle par le monde agricole, Groupama a accompagné toutes les évolutions socio-économiques. Son chiffre d'affaires a atteint 16,2 Mds€ en 2008. Le groupe, qui compte avec 16 millions de clients et plus de 38 500 collaborateurs à travers le monde, est présent dans 14 pays, principalement en Europe.

En France, ses réseaux de distribution diversifiés et bien implantés localement permettent à Groupama de proposer à ses sociétaires et clients (particuliers, professionnels, institutions et entreprises) des solutions combinant assurances, services et produits bancaires.

À l'international, Groupama entend se développer en capitalisant sur les meilleures pratiques et les savoir-faire du groupe. Son expérience lui permet d'exploiter les opportunités se présentant dans tous les secteurs de l'assurance.

L'ambition et les axes stratégiques de Groupama sont clairs : combiner croissance et rentabilité pour accroître la valeur du groupe et figurer parmi les 10 premières compagnies d'assurance en Europe.

Contacts presse :

İdil Şenerdi
Mmd İletişim Danışmanlığı
Tél. 0212 243 36 00

Aneta Lazarevic
Groupama
Tél. +33 (0)1 44 56 74 28
aneta.lazarevic@groupama.com