



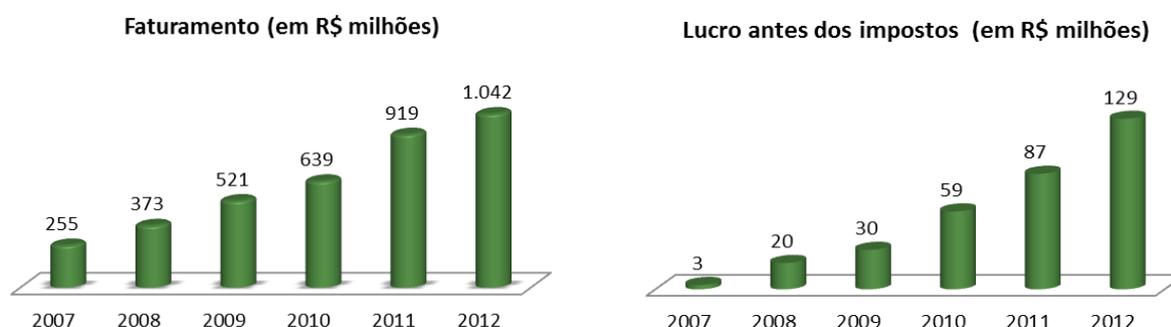
PRESS RELEASE

BNP Paribas Cardif do Brasil ultrapassa R\$ 1 bi de faturamento em 2012

- **Nos últimos cinco anos, a companhia deu um salto de 309%;**
- **No mesmo período, o lucro antes dos impostos subiu de R\$ 3 milhões em 2007 para R\$ 129 milhões no ano passado;**

São Paulo, abril de 2013 – A BNP Paribas Cardif do Brasil, subsidiária do BNP Paribas Cardif, braço segurador do BNP Paribas, entra em 2013 como uma companhia de R\$ 1 bilhão, a primeira focada somente no segmento de seguros massificados a atingir esta marca no País. O resultado se deve às estratégias certas da empresa que, aliadas ao crescimento do mercado de consumo brasileiro, fizeram expandir seu faturamento em 309% ao longo dos últimos cinco anos.

O crescimento é decorrente do comportamento de suas quatro empresas ao longo do período: Cardif Vida obteve R\$ 626 milhões em 2012; Cardif Garantias fechou o ano com R\$ 220 milhões; Luizaseg – *joint venture* com a rede varejista Magazine Luiza – atingiu R\$ 196 milhões; e Cardif Capitalização, cujo resultado está consolidado em Cardif Vida, com faturamento de R\$ 50 milhões.



Segundo dados da Superintendência de Seguros Privados (SUSEP), de 2007 a 2012 o setor de seguros registrou aumento de 94%, excluindo VGBL e DPVAT. O crescimento da BNP Paribas Cardif do Brasil acima da média do mercado se deve a um conjunto de estratégias e valores, que incluem desde a escolha correta dos produtos e segmentos de atuação, até o modo eficiente de trabalhar em conjunto com os parceiros comerciais, explica Adriano Romano, presidente da companhia.

“Nosso desempenho nos últimos anos pode se explicar por vários fatores: as escolhas dos segmentos de atuação que fizemos no passado, a estabilização e crescimento da nossa economia, a diversificação de produtos e a multiplicidade de nossos canais de distribuição. Mas se explica,



**BNP PARIBAS
CARDIF**

| A seguradora para um mundo em mudança

acima de tudo, pelo envolvimento e participação dos nossos parceiros de negócios e pela qualidade da equipe que fomos capazes de formar nesse período”, destaca.

O lucro antes dos impostos da BNP Paribas Cardif do Brasil seguiu o mesmo ritmo positivo nos últimos cinco anos. Em 2012, alcançou R\$ 129 milhões, ante R\$ 3 milhões em 2007. Novamente, o resultado reflete a eficiência das quatro empresas: Cardif Vida lucrou R\$ 89 milhões; Cardif Garantias chegou a R\$ 4 milhões; Luizaseg obteve R\$ 36 milhões; e Cardif Capitalização atingiu R\$ 2,3 milhões, resultado já consolidado em Cardif Vida.

Romano também ressalta o suporte da matriz francesa como fator decisivo para o sucesso da companhia, já que a BNP Paribas Cardif possui grande comprometimento com o Brasil e tem investido constantemente em suas operações. Apoio fundamental, pois por meio dele foi possível acelerar o desenvolvimento de novos produtos, incrementar os recursos tecnológicos e qualificar o time de profissionais. “Graças ao apoio e envolvimento da nossa casa matriz, hoje o Brasil é um mercado de destaque para a BNP Paribas Cardif”, ressalta.

Parceiros e canais de distribuição

Na divisão por produtos, o seguro de Proteção Financeira representou a maior fatia da companhia, correspondendo a 50% do faturamento. Garantia Estendida ocupa o segundo lugar, com 25% da operação da empresa. Os demais produtos, como Capitalização, Autofácil, Residencial, entre outros, dividem os 25% restantes.

Segundo o presidente da empresa, o crescimento mais expressivo partiu da Garantia Estendida, por meio do canal varejista, beneficiado pelo aquecimento do mercado de bens de consumo. O salto do produto também se deve ao esforço da companhia em colaborar proativamente para que seus parceiros aumentem sua eficiência em canais de distribuição e vendas de qualidade, trabalhando em conjunto na comercialização de seus produtos, agregando valor a eles. “Neste sentido, temos *cases* de sucesso, como a *joint venture* que firmamos com o Magazine Luiza para comercializar a Garantia estendida. Este parceiro, com quem temos aprendido muito, é fundamental para nossas operações”, sublinha.

Romano afirma ainda que o sucesso da estratégia da companhia parte, em boa medida, da iniciativa de fortalecer o negócio de seus parceiros. A empresa distribui seus produtos por meio de importantes empresas do mercado, por isso as ajuda a melhorar sua experiência de venda, incrementando a fidelização dos clientes às suas marcas e, conseqüentemente, a rentabilidade de seu negócio.

“À nossa oferta ampla de produtos e canais de distribuição, aliamos um forte investimento em treinamento, campanhas de incentivo e sistemas, à medida de cada parceiro e setor de atuação, atendendo suas necessidades e oferecendo soluções eficazes”, completa.



Os próximos cinco anos

Romano revela que o objetivo da BNP Paribas Cardif do Brasil é se desenvolver principalmente nos três setores em que já possui operações estabelecidas – Varejo, Automóveis e Banco e Financeiras. Isso porque ainda há muito espaço para evoluir dentro destes canais, esclarece o executivo. Além disso, a companhia sempre busca desenvolver novos produtos e soluções estratégicas para atingir suas metas de crescimento.

No segmento automotivo, em que a companhia atua com grandes financeiras e com os principais bancos de montadora do País, o objetivo é expandir a venda de apólices para caminhões e motos e, ao mesmo tempo, intensificar a participação no mercado de automóveis. Isto será feito intensificando os investimentos nos produtos já comercializados no setor, como é o caso do Autofácil e dos seguros de Garantia Estendida e Proteção Financeira.

No Varejo, o objetivo da empresa é intensificar a parceria com estabelecimentos de pequeno porte, geralmente mais afastados dos grandes centros comerciais. Para isso, a companhia tem investido fortemente nas ferramentas de e-commerce, tanto na venda por meio dos sites de grandes parceiros, como no desenvolvimento de uma plataforma para atingir diretamente o consumidor. "Há um grande potencial online nos varejistas de médio e pequeno porte. O aporte em canais digitais vem para alcançarmos os estabelecimentos de pequenos varejistas, afastados fisicamente dos principais centros comerciais", esclarece. "Já temos uma posição importante de vendas de seguros pela internet, mas nossa meta é fazer com que em três anos 15% do faturamento derive das estratégias online", prossegue.

Na mesma linha, no setor financeiro a BNP Paribas Cardif do Brasil pretende estabelecer parcerias com bancos e financeiras de menor porte, pois enxerga um importante potencial estratégico e econômico nas pequenas instituições. Outro objetivo é firmar parcerias com cooperativas de crédito, com as quais a companhia ainda não possui operações.

"Para alcançar nossos objetivos, podemos adaptar ou mudar nossas estratégias e planos, de acordo com as circunstâncias e oportunidades. Seguimos focados e flexíveis", conclui.

Sobre a BNP Paribas Cardif

A BNP Paribas Cardif (www.bnpparibascardif.com) é a subsidiária de seguros de Vida, Propriedade e Acidentes do BNP Paribas. Desenvolve produtos e serviços de Previdência e Proteção que são distribuídos por meio de diferentes canais. Presente em 36 países, possui forte atuação nos mercados da Europa, da Ásia e da América Latina.

Em 2012, registrou € 24,3 bilhões em prêmios brutos, sendo 56% deles gerados fora da França, país sede da companhia. Atualmente, possui cerca de 10 mil funcionários*, dos quais 68% estão distribuídos por todo o globo.

Os produtos e serviços desenvolvidos pela BNP Paribas Cardif estão alinhados ao seu compromisso de Responsabilidade Social e Corporativa, que apoia a diversidade na empresa, coloca em prática uma política ambiental interna e é comprometida com projetos de educação econômica e financeira.

* Número de funcionários em empresas controladas pela BNP Paribas Cardif: mais de 8 mil colaboradores.

A BNP Paribas Cardif do Brasil (www.bnpparibascardif.com.br), especializada em desenvolver produtos e serviços de seguros distribuídos por meio de parceiros nos segmentos de Bancos e Financeiras de Consumo, Automóvel e Varejo,



**BNP PARIBAS
CARDIF**

| A seguradora para um mundo em mudança

possui atualmente 31 milhões de certificados ativos, com forte crescimento nos últimos anos, muito acima da média do segmento.

A companhia é formada por quatro empresas: Cardif Vida, Cardif Garantia, Cardif Capitalização e a Luizaseg, uma *joint-venture* formada com a rede varejista Magazine Luiza.

Em 2012, o faturamento da BNP Paribas Cardif do Brasil foi de R\$ 1,04 bilhão e o lucro de R\$ 129 milhões.

Contatos para a Imprensa:

PRINTER PRESS COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

Assessoria de Imprensa do BNP Paribas Cardif do Brasil

Thiago Eid (thiago@printerpress.com.br) – (11) 5582-1625

Priscila Carvalho (priscila@printerpress.com.br) – (11) 5582-1618

Abril /2013



**BNP PARIBAS
CARDIF**

| A seguradora para um mundo em mudança