



26/05/2026

## **Generali dévoile Redion, la nouvelle marque de la principale plateforme mondiale de services d'assistance du Groupe, qui regroupe Europ Assistance et Generali Employee Benefits**

**Avec un chiffre d'affaires annuel de 5,8 milliards d'euros, plus de 12 000 collaborateurs et opérant dans plus de 190 pays, Redion est le numéro 1 mondial de l'employee benefits et le numéro 2 mondial de l'assistance et de l'assurance voyage**

Le groupe Generali dévoile aujourd'hui Redion : une nouvelle marque pour sa plateforme mondiale *Care*, qui regroupe les activités d'Europ Assistance et de Generali Employee Benefits (GEB) sous une identité et une offre uniques. Après avoir opéré en tant qu'entité intégrée au sein de Generali *Care* pendant près de trois ans, Redion est la marque que Generali *Care* mérite. Une marque qui rend hommage au travail extraordinaire déjà accompli et qui met en lumière, aux yeux du monde entier, ce que les clients et les partenaires vivent depuis des années. Antoine Parisi, actuel CEO de Generali *CARE* Hub, dirigera Redion en tant que CEO du groupe.

Avec plus de 12 000 collaborateurs, opérant dans plus de 190 pays et un chiffre d'affaires annuel de 5,8 milliards d'euros (exercice 2025), Redion est le numéro 1 mondial de l'employee benefits - suite à l'acquisition de Swiss Life Network plus tôt en 2026 – et le numéro 2 mondial de l'assistance et de l'assurance voyage. La plateforme sert les multinationales, les agences de voyage mondiales, les institutions financières et leurs clients finaux, en proposant des services allant de l'assurance voyage, de l'assistance médicale et d'urgence, de la protection des salariés (vie, invalidité, accident, santé), aux solutions de santé et de mobilité, ainsi que des programmes B2B2C mondiaux et des assurances intégrées pour les institutions financières, les plateformes de voyage et les employeurs multinationaux.

**Giulio Terzariol, directeur général adjoint du groupe Generali, précise :**

*« Redion est l'expression de ce que Generali Care est déjà devenue : une plateforme mondiale et intégrée, spécialement conçue pour offrir une prise en charge complète dans tous les aspects de la vie des personnes. En parfaite adéquation avec notre stratégie « Lifetime Partner 27 : Driving Excellence » et notre ambition d'être leader en matière de protection, de santé et d'assurance accidents, Redion incarne un standard de prise en charge simple, immédiat et cohérent, réunissant des capacités complémentaires en matière de prévention, d'assurance et d'assistance au sein d'une offre globale et homogène. »*

**Jean-Laurent Granier, CEO de Generali France & Global Business Activities et président de Redion, déclare :**

*« Je siége à cette table à trois titres : en tant que président de Redion, en tant que partenaire du réseau via GEB, et en tant que client du côté de l'assistance. Sous ces trois angles, mon analyse est la même : depuis un certain temps déjà, la réalité de cette organisation devance largement la marque qui la porte. La qualité, la portée mondiale, la véritable profondeur de l'expertise. Tout cela est déjà bien réel, déjà vécu par nos partenaires et nos clients au quotidien. Aujourd'hui, nous lui donnons simplement la marque qu'elle mérite. »*

### **Une marque qui reflète une activité déjà pleinement opérationnelle**

Redion s'appuie sur la complémentarité de deux leaders du secteur. Europ Assistance, créateur du secteur mondial de l'assistance il y a plus de 60 ans, a étendu son expertise au fil du temps à l'assurance voyage, à



l'assistance routière et aux services aux particuliers. Fondée en 1966, GEB est la plateforme mondiale dédiée au capital humain des multinationales et, suite à l'acquisition de Swiss Life Network au début de l'année 2026, le leader mondial incontesté de l'employee benefits. Sous la marque Redion, ces deux pôles d'expertise sont pleinement unifiés : une stratégie de données commune, des investissements conjoints en IA et une norme unique et élevée en matière de technologie et d'opérations, accessible à tous les clients et partenaires, sur tous les marchés.

Pour les clients et partenaires existants, la continuité est totale. Les contrats, les équipes de service, les numéros de téléphone et les accords de niveau de service (SLA) restent inchangés. La marque est nouvelle, l'engagement est le même que celui qui est en place depuis des décennies.

**Antoine Parisi, CEO mondial de Redion, explique :**

*« Redion reflète la détermination de nos équipes à proposer une offre améliorée, intégrée et axée sur la technologie à nos clients et partenaires du monde entier. Une seule marque signifie une stratégie de données commune, des investissements conjoints en IA et une norme unique et élevée pour l'ensemble de notre plateforme technologique. Le nom Redion ne connaît aucune limite géographique ou sectorielle. Mais ce que je veux que les gens comprennent, c'est que derrière la technologie se cache un réseau de dizaines de milliers de médecins, d'infirmiers et infirmières, de techniciens de dépannage et d'experts locaux, qui se déplacent en personne lorsque cela compte le plus. Nous sommes axés sur le numérique, mais toujours guidés par l'humain. N'importe quel client, où qu'il se trouve, peut choisir d'être entièrement pris en charge par des personnes. C'est ce que signifie véritablement « Always ready. Always on » (« Toujours prêts. Toujours disponibles »).*

## **La technologie et l'IA au cœur du développement de Redion**

Redion place la technologie, les données et l'intelligence artificielle au cœur de son développement, avec un double objectif : améliorer considérablement la rapidité et la qualité des services, et offrir des expériences plus fluides et plus personnalisées. La plateforme développe ses propres solutions technologiques pour transformer en profondeur l'expérience Care, en complément de l'expertise humaine et des réseaux de partenaires qui ont toujours été au cœur de son activité. Dans chaque situation critique, du rapatriement médical à l'accident du travail, l'IA soutient la prise de décision humaine, elle ne la remplace pas.

Fondée sur deux valeurs opérationnelles qui sont l'excellence et la facilité de collaboration, Redion incarne l'ambition du Groupe Generali d'être le premier partenaire mondial en matière de Care. Cela signifie faire preuve d'attention, de collaboration, d'agilité, de fiabilité et d'expertise dans chaque interaction, pour chaque client, dans chaque pays.

## **Europ Assistance et Generali Employee Benefits deviennent Redion**

Fondée en France en 1963, Europ Assistance a étendu ses activités à la Belgique dès le 18 avril 1964. À une époque marquée par l'essor des congés et des voyages, l'assistance aux voyageurs s'est rapidement imposée comme un service essentiel. L'entreprise a très vite noué des partenariats stratégiques avec des acteurs locaux, notamment dans les secteurs bancaire et assurantiel, tout en développant un réseau solide afin d'accompagner les Belges à l'étranger.

Au fil des décennies, Europ Assistance Belgique a connu une croissance soutenue et a progressivement diversifié son offre. À ses services d'assistance voyage se sont ajoutées des solutions en assistance automobile, médicale, à domicile ainsi que des assurances annulation de voyage. Cette évolution, tant en B2C qu'en B2B(2C), a permis à l'entreprise de s'imposer durablement comme un partenaire de confiance, capable de répondre aux imprévus du quotidien. Fidèle à son ADN, la compagnie d'assistance a su évoluer au rythme des transformations sociétales, des événements et des avancées technologiques.



A partir des années 2000, Europ Assistance a structuré son développement autour de la promesse « You live, We Care », plaçant l'humain au cœur de son action à chaque étape de la vie. Aujourd'hui marque une nouvelle étape : Europ Assistance Belgique poursuit cette trajectoire sous un nouveau nom en s'appuyant sur son héritage et ses valeurs. Le chiffre d'affaires actuel d'Europ Assistance Belgique est de 142,9 millions d'euros, avec une croissance attendue de 9 %.

Pour les clients et les partenaires, le changement de nom n'implique aucune modification des procédures, couvertures et points de contacts actuels de la compagnie. Il se fera graduellement durant ces prochains mois et deviendra pleinement effectif en octobre.

**Pascal Baumgarten, Directeur Général de la Zone Europe du Nord de Redion, spécifie :**

*« Les entités du groupe Redion sont présentes depuis des décennies au Benelux, en Allemagne, en Autriche et en Suisse, sous plusieurs marques. Europ Assistance a ouvert son bureau belge seulement un an après sa création en France, il y a plus de 60 ans. Europäische Reiseversicherung (ERV) est une référence incontournable pour les voyageurs autrichiens à la recherche d'une protection. Generali Employee Benefits (GEB) a son siège social au Luxembourg. Nous nous appuyons sur cette solide histoire, sur la confiance établie par nos équipes locales auprès de nos partenaires commerciaux et sur les atouts mondiaux de notre groupe pour renforcer le leadership de Redion sur tous les marchés d'Europe du Nord. »*

---

## À propos de Redion

Redion est le numéro 1 mondial de l'employee benefits et le numéro 2 mondial de l'assistance et de l'assurance voyage. Ce nom, dévoilé en 2026, reflète la pleine maturité des activités Care, auparavant opérée sous le nom de Generali Care, réunissant Europ Assistance et Generali Employee Benefits (GEB). Opérant dans plus de 190 pays, avec plus de 12 000 collaborateurs et un chiffre d'affaires annuel de 5,8 Milliards d'euros, Redion propose des services dans les domaines du voyage, de l'automobile, de l'habitation, de la santé, des services à la personne et l'accompagnement des seniors, ainsi que la protection des salariés (vie, invalidité, accident, santé), des programmes B2B2C et des programmes d'assurance embarquée.

## À propos du groupe Generali

Generali est l'un des plus grands groupes mondiaux d'assurance et de gestion d'actifs, avec un chiffre d'affaires total de 98,1 milliards d'euros et 900 milliards d'euros d'actifs sous gestion en 2025. Fondé en 1831, le Groupe compte plus de 88 000 collaborateurs et 163 000 conseillers au service de 75 millions de clients. Il occupe une position de leader en Europe et renforce sa présence en Asie et en Amérique. Au cœur de la stratégie de Generali se trouve son engagement « Lifetime Partner » envers ses clients, concrétisé par des solutions innovantes et personnalisées, une expérience client de premier ordre et ses capacités de distribution mondiales numérisées. Le Groupe a pleinement intégré la durabilité dans tous ses choix stratégiques, dans le but de créer de la valeur pour toutes les parties prenantes tout en construisant une société plus juste et plus résiliente.

## Contact presse

**Xavier Van Caneghem**

PR & Market Analyst

[xavier.van.caneghem@europ-assistance.be](mailto:xavier.van.caneghem@europ-assistance.be)

0473.46.82.00

**Chloé Saucin**

DGA

[chloe.saucin@dgagroup.com](mailto:chloe.saucin@dgagroup.com)