

Com € 5,8 bilhões em volume anual de negócios, mais de 12.000 colaboradores e operações em mais de 190 países, a Redion é a nº 1 mundial em benefícios para colaboradores e a nº 2 em assistência e seguro-viagem



Generali apresenta Redion – a nova marca da principal plataforma global de Care do Grupo, que reúne Europ Assistance e Generali Employee Benefits

O Grupo Generali apresenta hoje a Redion: uma nova marca para sua plataforma global de Care, que reúne as atividades da Europ Assistance e da Generali Employee Benefits (GEB) sob uma única identidade e oferta. Operando como uma entidade integrada dentro da Generali Care há quase três anos, a Redion é a marca que a Generali Care merece – uma marca que reconhece o trabalho extraordinário já realizado e torna visível, para o mundo, aquilo que clientes e parceiros vivenciam há anos. Antoine Parisi, atual CEO da Generali CARE Hub, liderará a Redion como CEO global.

Com mais de 12.000 colaboradores, operações em mais de 190 países e € 5,8 bilhões em volume anual de negócios no ano fiscal de 2025, a Redion é a nº 1 no mundo em benefícios para colaboradores – após a aquisição da Swiss Life Network no início de 2026 – e a nº 2 mundial em assistência e seguro-viagem. A plataforma atende corporações multinacionais, empresas globais de viagens, instituições financeiras e seus clientes finais, oferecendo serviços que abrangem seguro-viagem, assistência emergencial e médica, proteção ao colaborador – vida, invalidez, acidentes e saúde –, soluções de saúde e mobilidade, assim como programas globais B2B2C e seguros integrados para instituições financeiras, plataformas de viagens e empregadores multinacionais.

Giulio Terzariol, Deputy CEO da Generali, afirmou: “A Redion é a expressão do que a Generali Care já se tornou: uma plataforma global e integrada, criada para oferecer cuidado em todas as dimensões da vida das pessoas. Totalmente alinhada à nossa estratégia ‘Lifetime Partner 27: Driving Excellence’ e à nossa ambição de liderar em proteção, saúde e acidentes, a Redion incorpora um padrão simples, imediato e consistente de Care, reunindo competências complementares em prevenção, seguros e assistência em uma proposta global, fluida e integrada.”

Jean-Laurent Granier, CEO da Generali France & Global Business Activities e presidente do Conselho da Redion, afirmou: “Ocupo três lugares nesta mesa – como presidente do Conselho da Redion, como parceiro da rede por meio da GEB e como cliente no lado da assistência. A partir dessas três posições, minha leitura é a mesma: há algum tempo, a realidade desta organização está muito à frente da marca que a representa. A qualidade, o alcance global, a profundidade genuína da expertise – tudo isso já é real, já é vivenciado por nossos parceiros e clientes todos os dias. Hoje, simplesmente damos a ela a marca que merece.”

Uma marca que reflete uma plataforma já consolidada globalmente

A Redion nasce sobre a experiência complementar de duas líderes do setor. A Europ Assistance, criadora da indústria global de assistência há mais de 60 anos, expandiu sua expertise ao longo do tempo para seguro-viagem, assistência veicular e serviços pessoais. A GEB, criada em 1966, é a plataforma global dedicada ao capital humano de corporações multinacionais e, após a aquisição da Swiss Life Network no início de 2026, tornou-se a líder mundial incontestável em benefícios para colaboradores. Sob a Redion, essas duas frentes de expertise estão totalmente unificadas: uma única estratégia de dados, investimento compartilhado em IA e um padrão elevado único em tecnologia e operações – disponível para todos os clientes e parceiros, em todos os mercados.

Para os clientes e parceiros atuais, tudo permanece como está. Contratos, equipes de atendimento, números de telefone e SLAs seguem inalterados. A marca é nova; o compromisso é o mesmo que existe há décadas.

Antoine Parisi, CEO Global da Redion, afirmou: “A Redion reflete a determinação de nossas equipes em entregar uma proposta aprimorada, integrada e habilitada por tecnologia para clientes

e parceiros em todo o mundo. Uma única marca significa uma estratégia unificada de dados, investimento compartilhado em IA e um padrão único e elevado em nossa plataforma tecnológica. O nome Redion não carrega limites geográficos ou setoriais. Mas o que quero que as pessoas entendam é que, por trás da tecnologia, existe uma rede de dezenas de milhares de médicos, enfermeiros, técnicos de assistência veicular e especialistas locais que aparecem pessoalmente quando mais você precisa. Somos digital-first – e sempre humanos. Qualquer cliente, em qualquer lugar, pode escolher ser atendido integralmente por pessoas. É isso que always ready, always on realmente significa.”

Tecnologia e IA no centro da plataforma

A Redion coloca tecnologia, dados e inteligência artificial no centro de seu desenvolvimento – com um duplo objetivo: melhorar significativamente a velocidade e a qualidade dos serviços e entregar experiências mais fluidas e personalizadas. A plataforma está construindo suas próprias soluções tecnológicas para transformar em profundidade a experiência de Care, complementando a expertise humana e as redes de parceiros que sempre estiveram no centro da sua atuação. Em toda situação crítica – desde repatriação médica até acidente de trabalho –, a IA apoia a tomada de decisão humana; mas não a substitui.

Construída sobre dois valores operacionais – Excelência e facilidade de relacionamento –, a Redion incorpora a ambição do Grupo Generali de ser o principal parceiro de Care do mundo. Isso significa atuar com Cuidado, Colaboração, Agilidade, Confiabilidade e Expertise em cada interação, para cada cliente, em cada país.

Redion Brasil

No Brasil, a Europ Assistance atua desde 1996 e passa a fazer parte da plataforma global Redion, reforçando sua presença em um mercado estratégico para o Grupo Generali. A operação brasileira, sendo uma joint venture com o Grupo Bradesco Seguros, oferece soluções de assistência 24h, com atuação voltada às necessidades locais de um país diverso e continental. No país, a companhia trabalha de um modo aberto no mercado, contando com mais de 30 clientes institucionais. Para 2026, a operação prevê um faturamento de R\$ 1,5 bilhão, correspondendo a um crescimento de 17% em relação a 2025.

Sergio Marcos, CEO da Redion Brasil, afirmou: “Para o Brasil, a chegada da Redion representa a consolidação de uma atuação que já vinha evoluindo nos últimos anos, com soluções cada vez mais integradas em assistência, que procuram entregar a melhor qualidade possível ao cliente. O mercado brasileiro tem características muito próprias, e vamos com esta nova marca reforçar o nosso posicionamento com mais tecnologia, eficiência operacional e humanização nos momentos em que as pessoas mais precisam.”

Fonte: Generali, em 26.05.2026.