

Brand Finance 500 | Valoarea brandului Allianz ajunge la aproape 39 miliarde de euro

Brandul Allianz s-a clasat pe locul 30 în ediția din acest an a studiului celor mai valoroase branduri din lume realizat de Brand Finance, o companie de consultanță de top în strategia de brand. În clasamentul realizat la nivelul pieței mondiale a asigurărilor, Allianz ocupa prima poziție. Valoarea brandului Allianz, care include și valoarea diviziei de administrare a activelor, a crescut cu 12% și a ajuns în prezent la aproape 39 miliarde de euro.

„Această veste confirmă puterea brandului și, în același timp, demonstrează ca Allianz este un lider nu doar în domeniul asigurărilor”, a declarat Serge Raffard, Group Strategy, Marketing, Distribution Officer al Allianz SE.

Cu un rating de top al brandului, situat în intervalul AAA, Allianz își va folosi acest atu ca un facilitator cheie pentru extinderea businessului pe segmente noi și adiacente. Puterea tot mai mare a brandului, combinată cu digitalizarea, permite crearea de plus valoare pe toate segmentele de servicii.

“Sunt mândru să împărtășesc astfel de vestii fantastice la începutul anului 2022. Poziționarea pe locul 30 în rândul celor mai puternice branduri globale reflectă munca asidua și strategia din spatele creșterii susținute a brandului Allianz”, a declarat Dr. Christian Deuringer, Director Global Brand & Marketing al Allianz SE.

Clasamentul complet Brand Finance, poate fi accesat la [Global 500 2022 | The Annual Brand Value Ranking | Brandirectory](#)