

Allianz: al via la nuova campagna di comunicazione internazionale “Pronti al meglio”

- Il nuovo posizionamento globale del brand Allianz pone il concetto di “esser pronti” al centro del rapporto con i clienti
- Allianz reinventa così il ruolo dell’assicurazione, elevandolo da semplice protezione a una dimensione più attiva di preparazione alla vita

Milano, 8 giugno 2022 – Prende oggi il via la nuova campagna di comunicazione internazionale di Allianz “Prepared for Life”, in italiano “Pronti al meglio”, in 64 paesi del mondo. La campagna pubblicitaria, da oggi in TV e su tutte le principali piattaforme digitali anche in Italia, racconta il nuovo posizionamento del brand Allianz che pone il concetto di “preparazione” al centro del rapporto con i suoi clienti. Un vero e proprio invito ad essere sempre “Pronti al meglio” per vivere con energia e ottimismo il bello della vita.

Nella nuova brand platform globale annunciata oggi, ideata con l’agenzia olandese Wieden+Kennedy, Allianz ingaggia un dialogo interattivo con il cliente che è il vero protagonista delle proprie scelte e della decisione di vivere in modo consapevole, sempre pronto ad affrontare ogni sfida al meglio perché assicurato. In questo modo, Allianz reinventa il ruolo dell’assicurazione, elevandolo da semplice protezione a una dimensione più attiva di preparazione alla vita.



La campagna viene lanciata oggi in contemporanea in ben 64 paesi. La scelta della data dell’8 giugno, la giornata World Oceans Day delle Nazioni Unite dedicata alla tutela dei mari, è voluta: non solo sottolinea l’impegno di Allianz ovunque nel mondo per la sostenibilità ambientale, ma assicurarsi è un po’ come imparare a nuotare, per poter godere appieno delle meraviglie che il mare e il mondo dell’acqua in generale offrono, per viverli in modo più *confident* e con maggior sicurezza. In questa nuova campagna, l’acqua diventa quindi metafora di una vita da vivere con gioia e fiducia, da godere al meglio, se ben preparati ad affrontarla nelle situazioni più complesse che la vita talvolta ci porta ad affrontare. Quando sei protetto da una copertura assicurativa, puoi goderti la vita al meglio, guardando al futuro

Comunicato stampa

con positività. Il messaggio che viene quindi associato al brand è: "Sei pronto a goderti con noi il meglio della vita?"

Christian Deuringer, Head of Global Brand & Marketing di Allianz SE ha commentato: *"La nuova global brand platform crea una nuova identità per il brand Allianz, uno dei marchi più forti al mondo, percepito ovunque ai massimi livelli di solidità e affidabilità. Confidence in tomorrow, la nostra brand promise verso i clienti, porterà sicuramente maggior valore alla nostra brand equity, specialmente in un periodo come l'attuale"*. Il posizionamento del brand Allianz, secondo il ranking 2021 Interbrand Best Global Brands, è salito in un anno di 5 posizioni fino al 34° posto, con un valore che ha raggiunto 15,2 miliardi di dollari.

Carlo Balzarini, Head of Market Management & Network Communication di Allianz S.p.A. e Vicedirettore Generale di Allianz Bank Financial Advisors ha sottolineato: *"Anche in Italia il brand Allianz è riconosciuto per la sua forza e reputazione e sono certo che questa nuova campagna ci posizionerà ancora più vicini ai nostri clienti, di oggi e di domani, serviti con grande professionalità e personalità dalla rete degli Agenti Allianz e dai consulenti finanziari di Allianz Bank"*.

Lo spot da 20" è on air dall'8 giugno per tre settimane sulle principali reti televisive nazionali e satellitari, e sul web e sui social network il flight si protrarrà fino a fine luglio. La campagna è stata realizzata in collaborazione con l'agenzia Wieden+Kennedy di Amsterdam e in Italia rivista con Ogilvy; la pianificazione media è curata da Carat.

Per vedere lo spot della campagna Allianz Pronti al meglio: [qui](#)

Contatti Allianz

Media & External Relations - Corporate Communication
Tel. +39 02 7216 2224 – e-mail: press.office@allianz.it

Allianz Italia è uno dei principali assicuratori italiani e fa parte del gruppo Allianz SE, tra i leader mondiali nel settore assicurativo e nell'asset management, con oltre 150 mila dipendenti al servizio di più di 120 milioni di clienti in oltre 70 paesi. In Italia, secondo mercato assicurativo per il Gruppo dopo la Germania, Allianz S.p.A. opera con oltre 4.700 dipendenti al servizio di più di 8 milioni di clienti, attraverso una rete distributiva multicanale composta da oltre 25mila tra Agenti, collaboratori sul territorio e Financial Advisor, importanti accordi di bancassurance, e la compagnia diretta Allianz Direct S.p.A.