

Comunicato stampa: Allianz è il primo brand assicurativo al mondo nel 2023, superando per la prima volta i 20 miliardi di dollari di valore

- **Classifica Best Global Brands di Interbrand: Allianz sale al 31° posto e si conferma il brand assicurativo globale di maggior valore, numero 1 al mondo**
- **La posizione più forte di sempre dimostra la forza del brand Allianz e la fiducia che riceve da clienti, dipendenti e partner commerciali**
- **“One-Allianz Strategy” massimizza il valore del brand con la più recente attenzione alla semplificazione del branding B2B**

Monaco, 21 novembre 2023

Per il quinto anno consecutivo, Allianz si conferma il brand assicurativo numero 1 al mondo nella classifica Best Global Brands 2023 di Interbrand. Per la prima volta, Allianz ha superato la soglia dei 20 miliardi di dollari in valore del marchio: con una crescita a due cifre dell'11,5%, il valore del brand Allianz è salito a 20,85 miliardi di dollari, con un aumento di 2,15 miliardi di dollari su base annua.

Tra i brand globali in più rapida crescita, Allianz è salita di tre posizioni, raggiungendo il 31° posto nella classifica generale di Interbrand dei 100 marchi globali più importanti.

"La nostra posizione nella classifica dei Best Global Brands è la più forte di sempre. Questo conferma la crescente forza del marchio Allianz e la fiducia accordataci da clienti, agenti e broker, partner commerciali e dipendenti", ha dichiarato Bernd Heinemann, Group Strategy, Marketing and Distribution Officer di Allianz SE. "Essere il primo assicuratore è solo l'inizio. Allianz guarda oltre il settore e aspira a competere con i brand di maggior valore al mondo. In questo campionato, tutti i giocatori hanno una cosa in comune: una profonda comprensione del valore che i loro brand apportano alle loro aziende".

GRUPPO ALLIANZ

Allianz è riuscita a massimizzare il valore monetario che il brand apporta all'azienda. Allianz SE, assicuratore globale, con 122 milioni di clienti, 159.000 dipendenti e oltre 315.000 agenti e broker, applica con successo una strategia globale "One Brand Strategy", che riunisce varie entità sotto il marchio principale Allianz e vari sotto marchi.

Di recente, l'attenzione strategica si è concentrata sulla semplificazione dell'esperienza del marchio B2B. Il rebranding di Euler Hermes in [Allianz Trade](#) nel 2022 ha garantito un go-to-market ed una customer experience coerenti e omogenei in tutte le aree geografiche. Inoltre, nel marzo 2023, Allianz ha riunito le attività assicurative Mid-Corporate e Large-Corporate sotto un'unica strategia e un unico approccio di mercato: la neonata [Allianz Commercial](#).

Allianz si è inoltre impegnata a rendere il brand più tangibile e a costruire la fiducia attraverso iniziative globali dedicate alla customer experience e intervenendo sui feedback dei clienti. Una di queste iniziative ha riguardato l'interazione tra i clienti e gli operatori del call center, migliorando la chiarezza su coperture, sinistri e rinnovi.

Un'ampia gamma di partnership e attività di sponsorizzazione consolidate continua a creare punti di contatto reali e significativi momenti di brand experience tra Allianz e i suoi principali stakeholder. La "famiglia" di stadi Allianz, la partnership globale con i Movimenti Olimpico e Paralimpico e molte altre collaborazioni con organizzazioni sportive e culturali hanno fatto sì che il brand fosse percepito in modo molto più tangibile. Questo ha a sua volta contribuito al costante progredire di Allianz nella classifica Best Global Brands di Interbrand.

Interbrand pubblica annualmente la classifica [Best Global Brands](#). Ogni anno il rapporto mira a identificare i 100 brand di maggior valore al mondo. Per la classifica e il rapporto completo della Top 100, che comprende un'analisi completa delle tendenze di crescita, di settore e di industria, visitate il sito www.interbrand.com/best-global-brands.

Maggiori dettagli sulla strategia di brand di Allianz sono disponibili in un'intervista con Bernd Heinemann su [Allianz.com](#).

Contatti Allianz

Media & External Relations - Corporate Communication

e-mail: press.office@allianz.it

Tel. +39 02 7216 2224

About Allianz

The Allianz Group is one of the world's leading insurers and asset managers with more than 122 million* private and corporate customers in more than 70 countries. Allianz customers benefit from a broad range of personal and corporate insurance services, ranging from property, life and health insurance to assistance services to credit insurance and global business insurance. Allianz is one of the world's largest investors, managing around 706 billion euros** on

GRUPPO ALLIANZ

behalf of its insurance customers. Furthermore, our asset managers PIMCO and Allianz Global Investors manage about 1.7 trillion euros** of third-party assets. Thanks to our systematic integration of ecological and social criteria in our business processes and investment decisions, we are among the leaders in the insurance industry in the Dow Jones Sustainability Index. In 2022, over 159,000 employees achieved total revenues of 152.7 billion euros and an operating profit of 14.2 billion euros for the group***.

* Including non-consolidated entities with Allianz customers.

** As of September 30, 2023.

*** As reported – not adjusted to reflect the application of IFRS 9 and IFRS 17.