

Brand Finance, Fastweb unica telco in Italia a crescere per valore del marchio

Da 862 milioni a 900 milioni di dollari la crescita della brand value in un anno

Milano, 1 aprile 2020 - Secondo il [report Telecoms 150](#), pubblicato oggi dalla società indipendente Brand Finance, specializzata nella valutazione dei marchi, Fastweb risulta l'unica telco in Italia a crescere per valore del marchio che passa da 862 milioni a 900 milioni di dollari, segnando così un +4,4% rispetto all'anno precedente e si colloca tra i primi 100 brand a livello globale nella graduatoria delle telecomunicazioni per il 2020.

La classifica Brand Finance Telecoms 150 2020 valuta infatti i più grandi brand nel settore delle telecomunicazioni di tutto il mondo in base al valore economico del trademark originato dalla combinazione di immagine e reputazione. La valutazione tiene conto inoltre sia della forza con la quale le telco influenzano il mercato sia delle performance finanziarie.

Fastweb, in netta controtendenza rispetto ad un settore che vede una contrazione diffusa, entra dunque nella top 100 dei brand mondiali delle telecomunicazioni, classificandosi al 95esimo posto, e rafforza il proprio posizionamento anche nella classifica del brand rating, piazzandosi al 75esimo posto e guadagnando ben 10 posizioni rispetto al 2019, con una valutazione che passa da AA a AA+.

Nel report di Brand Finance, si sottolinea inoltre che a influire sul 'incremento di valore del brand Fastweb è stato il rafforzamento del 3,4% dell'influenza sulle scelte dei clienti, un risultato che deriva dalla combinazione di servizi di qualità con politiche di trasparenza e semplicità delle offerte verso i propri clienti.

La ricerca, infatti, prende in considerazione dati finanziari, come ricavi, ebit e volume di investimenti, e li incrocia con l'asset intangibile del marchio, inteso non solo come logo, ma come l'insieme di beni e servizi, che creano un'immagine distintiva che genera un beneficio economico.

“Questo posizionamento nell'autorevole classifica di Brand Finance - che ci vede crescere rispetto a tutti i player del settore in Italia - è il riconoscimento per un'azienda che sin dalla fondazione è leader dell'innovazione in Italia” ha commentato Roberto Chieppa, Chief Marketing & Customer Experience Officer di Fastweb. “Siamo particolarmente orgogliosi di questo risultato, perché conferma l'impegno dell'azienda nel costante miglioramento del proprio servizio e la bontà del percorso intrapreso qualche anno fa con la strategia #nientecomeprima, basata sulla continua innovazione e offerte semplici e trasparenti”.



Per informazioni:
Ufficio Stampa Fastweb spa

Roberta Dellavedova
Cel. +39 348 14 71 722
roberta.dellavedova@fastweb.it

Oscar Daniel Berardi
oscardaniele.berardi@fastweb.it