Lavazza tra i “BrandZ Top30 Most Valuable Italian Brands 2019”

carlo-colpo-global-head-of-marketing-and-communication-lavazza-e-federico-capeci-b8e399e0

Lavazza è tra i 30 marchi italiani con maggior valore sulla scena mondiale con ottimi risultati in termini di Brand Contribution, secondo quanto emerge da BrandZ Top 30 Most Valuable Italian Brands, lo studio condotto dal Gruppo WPP e Kantarsulla Brand Equity e la valutazione del Brand a livello globale. Con un brand value pari a 763 milioni di dollari (+6,7% rispetto al 2018), un 29esimo posto nell’unico ranking di valutazione del Brand che combina rigorose analisi finanziarie con il percepito dei consumatori su oltre 800 marchi, e un riconoscimento speciale per i significativi risultati in termini di Brand Contribution, Lavazza riconferma la solida presenza e il forte apprezzamento del marchio a livello internazionale.

“Questo risultato testimonia la determinazione e il costante impegno con cui Lavazza lavora per favorire lo sviluppo e la crescita del brand a livello internazionale” – afferma **Carlo Colpo**, Global Head of Marketing Communication di Lavazza. *“Sostenere l’innovazione e la dinamicità del marchio attraverso un approccio creativo e dirompente ci consente di ampliare il nostro target di riferimento, di capitalizzare la crescita nei mercati in rapido sviluppo anche attraverso nuovi linguaggi di comunicazione”.*

Lavazza, come evidenzia il report annuale di WPP e Kantar, vanta infatti un brand value con riscontri positivi in termini di brand purpose, innovazione, comunicazione, brand experience e brand love, fattori che hanno contribuito a convertire la forza dell’asset intangibile del brand in valore economico finanziario, con un forte impatto sul business e sul posizionamento del marchio cresciuto grazie a una strategia di internazionalizzazione del Gruppo.