

## Fincantieri tra i top brand italiani della Brand Finance Italy 100 2023

**Il gruppo cresce a velocità doppia (valore 736 mln €, +22%) grazie a nuova visione, approccio strategico integrato e commitment alla sostenibilità in tutti i pilastri ESG**

Brand Finance, società indipendente leader mondiale di consulenza strategica e valutazione del brand che ogni anno analizza il valore generato da immagine e reputazione dei principali marchi italiani, ha registrato un **incremento del trademark di Fincantieri del 22%** su base annua (a fronte di una media del 12% degli altri brand in analisi), **con un valore pari a 736 milioni di euro**. L'exploit fa salire il gruppo cantieristico alla posizione 57 nella classifica pubblicata l'8 maggio 2023 all'interno del report Brand Finance Italy 100 2023.

Inoltre, grazie alla nuova visione e all'approccio strategico integrato dei vertici testimoniata anche dalla crescita nella costruzione di navi speciali per il settore eolico offshore, Fincantieri ottiene un **rating AA** e si afferma come **uno dei 50 marchi italiani più forti**.

Lorenza Pigozzi, Direttore Comunicazione di Fincantieri, ha dichiarato: *“L'incremento del brand value è legato ad un posizionamento distintivo e sempre più globale maturato in oltre 230 anni, combinato a una forte capacità e credibilità nell'innovazione come digital design authority e integratore di soluzioni complesse. Una nuova visione e un approccio strategico integrato così come presentato nel nuovo piano industriale dal nostro amministratore delegato, Pierroberto Folgiero, rafforzerà ulteriormente questa posizione di primato grazie alla progressiva espansione delle competenze distintive per la transizione verso la nave verde e digitale. I prossimi anni saranno fondamentali per fondare espansione e crescita sulla nostra capacità di evolvere e portare a bordo il futuro. Un futuro che non rinnega ma custodisce l'eredità di una storia che intendiamo preservare”*.

L'analisi di Brand Finance ha messo in evidenza un **netto incremento degli investimenti che influiscono sulla percezione** degli stakeholder e nel relativo ritorno di immagine & reputazione, con un beneficio alla brand equity (Fincantieri è ritenuta dalla popolazione italiana una risorsa strategica al pari di Leonardo; l'83% degli intervistati afferma di conoscere Fincantieri e tra questi il 73% la ritiene degna di fiducia). Emerge inoltre **l'attenzione e l'impegno del gruppo verso la sostenibilità in tutti i pilastri ESG**, con riferimento particolare alla governance, dove la trasparenza del brand emerge chiaramente dal solido allineamento tra policy, pratiche aziendali e obiettivi di sostenibilità espresso nella reportistica aziendale.

**La motivazione:** “L'analisi ha tenuto conto della gestione degli investimenti che impattano su immagine & reputazione, il relativo ritorno in termini di brand equity e le business performance generate. Il rafforzamento del marchio Fincantieri dipende anche dalla capacità unica dell'impresa nell'operare in settori ad alto valore aggiunto che si alimentano l'uno con l'altro favorendo così l'innovazione in tutti i settori in cui operano”.