

Il Gruppo Allianz premiato agli MF Insurance Awards 2024



- Premio Insurance Élite per la Strategia di rafforzamento in Italia
- Premio Leone d'Oro per la Comunicazione alla campagna natalizia con cui Allianz ha augurato Buone Feste a tutti gli italiani
- Doppio riconoscimento nei Premi MF Innovazione Awards: 1° Premio ad UniCredit Allianz Vita per Global Omnichannel Platform e Menzione Speciale ad Allianz per Lovia Twin

Milano, 9 febbraio 2024 – Il Gruppo Allianz si conferma tra le realtà assicurative più innovative sul mercato italiano, ottenendo nell'edizione Insurance Awards 2024 di MF/Milano Finanza del Gruppo Class Editori significativi riconoscimenti, assegnati nel corso della cerimonia di premiazione organizzata l'8 febbraio a Milano e ripresa successivamente in uno speciale sul canale televisivo Class CNBC, da Milano Finanza e Italia Oggi, e disponibile on demand sul videocenter di milanofinanza.it e alla pagina dell'evento MF Insurance Awards 2024 - Class Agorà.

L'evento ha visto anche quest'anno la partecipazione del top management di Allianz S.p.A.

Gianantonio Villani, Responsabile Strategic Planning di Allianz S.p.A. ha ritirato il premio Insurance Élite per la "Strategia di rafforzamento in Italia", assegnato con la seguente motivazione: "per le numerose operazioni (Aviva Danni, oggi Allianz Viva, Incontra Assicurazioni, salvataggio Eurovita e Tua Assicurazioni) che hanno aumentato la posizione di mercato nei Danni e nella Bancassurance".



Comunicato stampa

Allianz è stata premiata anche nella categoria Leone d'Oro per la Comunicazione, che premia le società e le agenzie di comunicazione che si sono distinte per le loro strategie, progetti e campagne di comunicazione. Emanuele Ottaviano, Responsabile Brand & Products di Allianz S.p.A. ha ritirato il premio Leone d'Oro assegnato alla campagna natalizia con cui Allianz, anche nel 2023, ha augurato Buone Feste a tutti



gli italiani con un nuovo spot che ha visto protagonisti Babbo Natale e gli elfi e che ha valorizzato l'orgoglio della partnership globale di Allianz con i Movimenti Olimpico e Paralimpico Internazionali. La campagna è stata premiata con la seguente motivazione: "il nuovo corto sottolinea i valori di Allianz e l'orgoglio per la partnership globale con i Movimenti Olimpico e Paralimpico Internazionali. Nel filmato, Babbo Natale si ritrova infortunato ed è molto preoccupato per le sue consegne così speciali ed importanti, ma la collaborazione, la passione e l'inarrestabile determinazione che vede brillare negli occhi degli elfi, così sportivi ed entusiasti, lo convincono a passare il testimone per la consegna dei regali nella notte più magica dell'anno, così che ogni bimbo al suo risveglio possa trovare il regalo speciale di Santa sotto l'albero".



Assegnati da Milano Finanza in collaborazione con Accenture, i premi MF Innovazione Awards hanno visto UniCredit Allianz Vita vincitrice del 1° Premio, nella categoria Cross-Journey to the New IT, per Global Omnichannel Platform, "una piattaforma globale E2E che consente di avere i dati bancari e assicurativi dei clienti sempre disponibili in un unico

ambiente digitale bancassicurativo. L'omnicanalità consiste nell'ottimizzazione della customer journey che offre un modello di integrazione dei canali distributivi messi a disposizione da UniCredit, prevedendo un contatto *always on* con il cliente". A ritirare il prestigioso riconoscimento sul podio Alberto Vacca, Head of Bancassurance, Life and Health di Allianz S.p.A. e Direttore Generale di UniCredit Allianz Vita S.p.A.

E sempre tra i premi MF Innovazione Awards, nella categoria Risparmio e Protezione, è stata assegnata la Menzione Speciale ad Allianz per Lovia Twin, "la soluzione di Allianz che protegge contro la premorienza e contro qualsiasi evento di salute, sia che di tratti di un infortunio o di una malattia, che in modo irreversibile comporti la perdita della capacità lavorativa dell'assicurato e, di conseguenza, del suo reddito lavorativo. Lovia Twin offre un capitale nel caso si verifichi una incapacità irreversibile a svolgere il proprio lavoro per qualsiasi causa di salute, a prescindere dal grado di invalidità permanente accertato

Comunicato stampa

e un capitale in caso di prematura scomparsa, per qualsiasi causa” si legge nella motivazione del riconoscimento.

Numerosi gli altri riconoscimenti assegnati ad Allianz a livello globale e anche in Italia. Allianz è stata riconosciuta **brand leader mondiale** nel settore assicurativo e dell’asset management nella classifica **Brand Finance Global 500** di gennaio 2024, che posiziona i 500 brand più importanti e di maggior valore al mondo in ambito finanziario. Così come, anche nel 2023, Allianz è stato riconosciuto brand assicurativo numero 1 al mondo nella classifica **Best Global Brands** di Interbrand. A sostenere la crescita del valore del brand Allianz, un contributo importante è stato dato dalle numerose partnership sportive e culturali sviluppate sia a livello globale sia in ambito nazionale.

Quanto alle strategie e alle politiche in tema di Risorse Umane, **Allianz Italia** quest’anno, per il quarto anno consecutivo, ha ottenuto la **Certificazione Top Employers Italia** per il valore e la sostenibilità delle sue best practice in ambito HR e ha visto confermata anche la **Certificazione EDGE Move** per l’impegno nella parità di genere. Allianz investe strategicamente nel creare un ambiente lavorativo inclusivo e meritocratico che valorizzi e sostenga il percorso professionale e personale di tutti i dipendenti, promuovendo le competenze e la crescita ed offrendo molte iniziative di welfare per favorire il bilanciamento tra vita privata e lavoro, sostenere i giovani e proporre servizi innovativi anche alle famiglie dei dipendenti con figli.

Contatti Allianz

Media & External Relations - Corporate Communication

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 159 mila dipendenti al servizio di più di 122 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 circa 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.