Emirates, cresce il valore del brand

Emirates entra a far parte della **Top 200 dei Global Brands**. Secondo il report 2015 di Brand Finance Global 500 **per la prima volta la compagnia mediorientale compare nella classifica dei top 200 brand del mondo**. Per il quarto anno consecutivo Emirates infatti ha scalato la classifica dei 500 brand più preziosi del mondo e ora è **stabile al 196esimo posto**, segnando un **incremento di 38 posizioni nell'arco di un anno**. E nello stesso periodo **il suo valore è cresciuto di oltre il 21%, passando da 5,48 a 6,6 miliardi di dollari.**

“La nostra brand strategy non riguarda solo marketing e sponsorizzazioni, ma **tutto ciò che facciamo include l'innovazione di prodotto e il servizio** - dichiara Sir **Tim Clark, presidente di Emirates Airline** - Il nostro obiettivo è quello di diventare uno dei marchi lifestyle leader nel mondo e rendere il nome di Emirates sinonimo di viaggi ed esperienze esclusive”.