

Banca Transilvania a urcat pe locul al doilea în topul celor mai valoroase branduri românești; primul e Dacia

Banca Transilvania (BT) a urcat pe locul al doilea, de pe poziția a treia, în topul celor mai valoroase branduri românești, ca urmare a creșterii valorii de brand la 876 milioane de euro.

Potrivit unui comunicat al băncii, evaluarea Brand Finance România 50 2026 a fost realizată de Brand Finance, lider în evaluarea brandurilor, cu sediul în Marea Britanie.

"Performanța este dublată de recunoașterea europeană de top: BT este cel mai puternic brand românesc, dar și cel mai puternic brand bancar din Europa în 2026, cu un scor Brand Strength Index (BSI) de 92,9 din 100 și un rating de brand de elită AAA+, conform Brand Finance Banking 500 2026, publicat în martie 2026", se precizează în comunicat.

Valoarea brandului se referă la beneficiul economic net pe care l-ar genera licențierea brandului pe piața liberă. Este un indicator al contribuției comerciale a brandului la performanța generală a companiei.

Totodată, puterea brandului măsoară soliditatea, încrederea și diferențierea brandului în raport cu competitorii, pe baza unor indicatori precum reputația, loialitatea și percepția publică.

"Suntem mândri să fim un brand românesc și să reprezentăm România în lume. Rezultatele vorbesc, înainte de toate, despre relațiile pe care noi, ca brand, le construim. Un brand devine cu adevărat puternic atunci simplifică alegeri, când este apreciat și, mai ales, dorit. Relevanța apare atunci când acesta nu mai este doar o opțiune, ci o prezență constantă în viața de zi cu zi. Iar pentru Banca Transilvania, relevanța înseamnă să fie parte din planurile și ambițiile oamenilor, dându-le curajul să deschidă drumuri noi", a declarat Omer Tetik, director general, Banca Transilvania, citat în comunicat.

Valoarea totală a celor mai importante 50 de branduri românești a ajuns, în 2026, la 7,4 miliarde de euro. Primele cinci branduri, Dacia, Banca Transilvania, DIGI, eMAG și Dedeman, reprezintă peste 54% din valoarea totală.

Brand Finance evaluează anual peste 6.000 dintre cele mai mari branduri la nivel global și publică peste o sută de analize, acoperind industrii și piețe din întreaga lume.