

Пресс-релиз

Исследование GfK: Anholt-GfK Nation Brand Index 2017

4 декабря 2017 г.

Отдел коммуникаций GfK Rus
Т + 7 495 937 7222

Наталья Игнатьева
natalia.ignatyeva@gfk.com

Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com

Россия на 23-й позиции в мировом рейтинге самых сильных национальных брендов, с лучшим результатом среди стран BRICS

Москва, 4 декабря 2017 - Россия заняла 23-е место в рейтинге самых сильных национальных брендов, - по данным Anholt-GfK Nation Brand Index 2017.

Anholt-GfK Nation Brand Index (NBI) – глобальное исследование наций мира, которое базируется на изучении восприятия глобальной аудиторией таких аспектов национальных брендов, как экспорт, туризм, культура, власть/госуправление, люди, инвестиции/иммиграция.

23-е место России в рейтинге Anholt-GfK Nation Brand Index – в 2017 году это лучший результат среди стран BRICS. Но по сравнению с годом ранее Россия опустилась ниже на одну позицию в рейтинге сильнейших национальных брендов. Произошло небольшое ухудшение всех показателей (в пределах 1-2 рейтинговых позиций) кроме Инвестиции/Иммиграция, где место в рейтинге осталось неизменным.

Больше всего ухудшилось восприятие глобальной аудиторией Власти/Гос.управления в России (с 34 места в 2016 году до 38 в 2017 году). Впрочем, удивительно, что падение рейтингов не оказалось большим, учитывая значительный объем негативных новостей о России, который направлен на потребителей в разных странах.

По-прежнему опора национального бренда России – культура, и по этому показателю страна занимает девятую строчку мирового рейтинга.

По данным Anholt-GfK Nation Brands Index, глобальный рейтинг сильнейших национальных брендов в этом году вновь возглавила Германия, чьи показатели национального бренда даже улучшились по сравнению с прошлым годом. Рост произошел по таким показателям, как Власть, Люди, Культура, и сегодня по всем показателям национального бренда Германия входит в пятерку сильнейших, кроме такого направления, как Туризм.

На второе место в мировом рейтинге стран-брендов вышла Франция, которая в прошлом году занимала пятую позицию. На третьем месте – Великобритания, которой удалось улучшить свое положение после 2016 года, когда позиции ее национального бренда пострадали из-за Брексита.

Имидж США заметно ухудшился за последний год по многим направлениям. В итоге страна опустилась в рейтинге самых сильных национальных брендов на шестую позицию, хотя и осталась в Топ-10. Основная причина – ухудшение восприятия глобальной аудиторией национального бренда США по такому показателю как Власть/Госуправление (с 19 места до 23).

Профессор Саймон Анхольт, который разработал исследование NBI в 2005 году, комментирует: «Снижение оценок состоянию власти в США, скорее всего, говорит о влиянии «эффекта Трампа» и его политического послания «America First» (Америка прежде всего). Однако сами жители Америки в этом году оценивают свою страну заметно позитивнее, чем в прошлом. Аналогичное снижение глобального восприятия США отмечалось и после переизбрания Джорджа Буша – тогда позиции национального бренда США снизились до седьмого места, однако они быстро восстановились на следующий год. Посмотрим, изменятся ли показатели национального бренда США в 2018 году»

В условиях многополярного мира странам и регионам нужна многовекторная политика, направленная на всестороннее развитие своих национальных брендов, чтобы способствовать успеху экспорта, туризма, продвижению своей культуры, привлечению инвестиций, – того, что обеспечивает процветание экономики.

Вадим Волос, старший вице-президент GfK, глава социальных исследований и консалтинга, комментирует: «Исследование Nation Brands Index позволяет нашим клиентам понять сильные и слабые стороны имиджа своей страны или региона и исследовать потенциал для развития. Изменить глобальное восприятие национального бренда это трудная и долгосрочная задача, однако страны могут найти наиболее критичные для имиджа показатели бренда, понять, что влияет на это негативное восприятие. И далее - работать над коррекцией стереотипов или восполнять отсутствие знаний у глобальной аудитории о реальном положении дел, активно коммуницировать с миром о прогрессе на выбранных направлениях».

Чтобы узнать больше об исследовании Anholt-GfK Nation Brands Index, посетите сайт nation-brands.gfk.com

Об исследовании

GfK провела онлайн-опрос 20185 человек в возрасте старше 18 лет в 20 странах, где присутствует панель GfK. Данные репрезентируют

онлайн-население стран по возрасту, полу и уровню образования, а в США, Южной Африке, Великобритании, Бразилии, Индии данные стратифицированы, чтобы учесть расовое и этническое разнообразие. Полевые работы проводились с 7 по 25 июля 2017 года.

Список исследованных стран / регионов по регионам:

Северная Америка: Канада, США.

Западная Европа: Австрия, Бельгия, Дания, Финляндия, Франция, Германия, Греция, Нидерланды, Ирландия, Северная Ирландия, Италия, Норвегия*, Шотландия, Испания, Швеция, Швейцария, Испания, Великобритания

Центральная и Восточная Европа: Чехия, Венгрия, Польша, Россия, Турция, Украина*

Азиатско-Тихоокеанский регион: Австралия, Китай (1), Индия, Индонезия, Япония, Новая Зеландия, Сингапур, Южная Корея, Тайвань, Таиланд

Латинская Америка: Аргентина, Бразилия, Чили, Колумбия, Эквадор, Мексика, Перу

Ближний Восток и Африка: Ботсвана*, Египет, Кения, Нигерия, Катар, Саудовская Аравия, Южная Африка, ОАЭ

(1) Респондентов в Китае просили проранжировать все страны, кроме своей.

*Наличие звездочки рядом с названием страны говорит о том, что это новая страна (регион), которая вошла в исследование в 2017. Кроме этого, некоторые из стран, которые были изучены в 2016 году, в 2017 году не вошли в исследование (Куба, Иран, Казахстан).

О GfK

GfK соединяет данные и научные методы исследований. Наши инновационные решения и методики дают ответы на ключевые вопросы бизнеса о потребителях, рынках, брендах и медиа – сегодня и в будущем. Как партнер в исследованиях и аналитике, GfK обеспечивает своих клиентов знаниями для роста. Это то, что мы называем “Growth from Knowledge”.

Чтобы узнать больше о нас, посетите наш сайт www.gfk.com или www.gfk.com/ru или следите за нашими новостями в Twitter: https://twitter.com/GfK_Rus