

Пресс-релиз

Исследование GfK: Россия глазами россиян и мира

7 февраля 2018

Отдел коммуникаций GfK Rus
Т + 7 495 937 7222

Наталья Игнатьева
natalia.ignatyeva@gfk.com

Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com

Москва, 7 февраля 2018 - Исследовательская компания GfK изучила, как изменился имидж страны за кризисный период с 2014 по 2017 год. Основные результаты опубликованы в обзоре Александра Демидова, генерального директора (CEO) GfK Rus, «Россия глазами россиян и мира». В основе обзора - данные Всероссийского опроса GfK и международных исследований Anholt-GfK Nation Brands Index.

Как показали результаты исследований GfK, так же как и в предыдущие годы, большая часть населения России гордится, условно говоря, духовной составляющей имиджа нашей страны, такой как история, природа, культура, искусство, и пока в меньшей мере гордятся научными достижениями и экономикой. Однако за последний год, в том, как россияне оценивают роль России в мире, мощь вооруженных сил, экономическое развитие страны и научные достижения, произошли значительные изменения:

- 48% россиян сообщили в 2017 году, что гордятся военной мощью страны (29% годом ранее);
- 36% гордятся ролью России в мире (лишь 18% годом ранее);
- 33% гордятся научными достижениями (лишь 20% годом ранее);
- 14% экономическим развитием страны (5% годом ранее).

«Мы можем сказать, что 2017 году россияне стали больше гордиться своей страной. Национальная гордость базируется на культуре и самобытности России, независимости ее политики и способности постоять за себя», - говорит автор обзора Александр Демидов.

В то же время, как показали исследования GfK, наибольший потенциал для дальнейшего укрепления внутренней репутации национального бренда России заложен в таких направлениях, как развитие производства, науки и медицины.

Итоги опросов российской аудитории перекликаются с [выводами международного исследования](#) Anholt-GfK Nation Brands Index, в ходе которого изучается отношение к национальному бренду России потребителей разных стран.

Несмотря на антироссийскую кампанию в зарубежных средствах массовой информации, связанную с событиями на Украине,

международный имидж России успел восстановиться после снижения в 2014 году и продолжает улучшаться.

Исследование показало, что духовная составляющая имиджа - Культура России - является сегодня опорой бренда страны и для внешней аудитории. Укрепить доверие к нашей стране в будущем позволили бы программы поддержки таких «материальных» основ национального бренда, как Экспорт / Национальный продукт, Туризм, а также Инвестиции / Иммиграция.

Чтобы узнать больше о том, какой россияне видят Россию, и какой Россия видится извне – в обзоре GfK «Россия глазами россиян и мира». [Скачать обзор можно на сайте GfK](#)

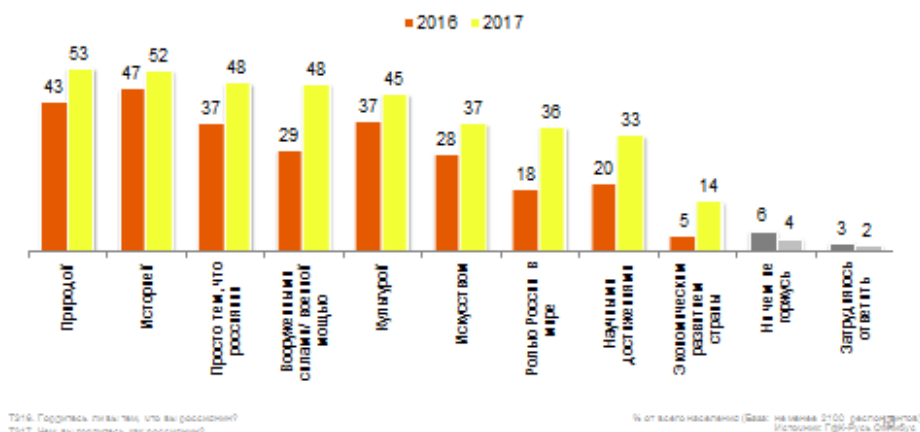


Рис.1. Ответы на вопрос: Чем Вы гордитесь как россиянин? Данные Всероссийского опроса GfK, 2016-2017 г.г.

О компании

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