



## Sajtószolgálat

Dátum  
2010. október 25.

Tavaszi Tilda  
B&P Braun&Partners  
Magyarország  
Tel.: (+36-1) 269-1676  
Fax: (+36-1) 269-2504  
E-mail:  
tilda.tavaszi@braunpartners.hu

### Az USA áll az élen az országok globális imázs rangsorában

Magyarország az 50-es rangsor közepmezőnyében található

**Budapest, 2010. október 20. – Továbbra is az Egyesült Államok áll a lista élén az országok globális imázs rangsorában, megelőzve Németországot és Franciaországot. Magyarország a közepmezőnyben található – derül ki a GfK Roper Public Affairs & Corporate Communications, a GfK Custom Research North America egyik divíziója által végzett 2010-es Anholt-GfK Roper Nation Brands Index<sup>SM</sup> jelentésből, amely 6 dimenzió alapján 50 ország image-ét értékeli. Az elmúlt időszakra jellemző bizonytalan gazdasági környezet tavalyhoz képest változást eredményezett idén a dél-európai országok helyezéseiben. Jelentős előrelépés látható azonban a BRIC-országok (Brazília, Oroszország, India és Kína) által elért helyezésekben.**

Az Egyesült Államok vezeti továbbra is a globális „országmarika” listát – derül ki a GfK Roper Public Affairs & Corporate Communications, a GfK Custom Research North America egyik divíziója által végzett 2010-es Anholt-GfK Roper Nation Brands Index<sup>SM</sup> jelentésből.

Az Egyesült Államok immár második éve tartja vezető helyét a legjobb általános márkával rendelkező országok között. A lista első tíz helyén azonban történtek változások, Spanyolország például kikerült az első tízből, Kanada megelőzte Olaszországot, Franciaország pedig Németország mögé került.

Az index egy globális felmérésen alapul, amely során 2010 nyarán 20 olyan fejlett és fejlődő országban – melyek fontos és különböző szerepet játszanak a nemzetközi kapcsolatokban, kereskedelemben, valamint az üzlet, a kultúra és a turizmus területén – mintegy 20 000 18 év feletti felnőttet kértek meg arra, hogy 50 országot hat dimenzióban (export, kormányzás, kultúra, emberek, turizmus és bevándorlás/beruházás) értékeljenek. A globális ranglistán elért helyezés ezen hat pontszám átlagán alapul.

ISO 9001



Tanúsított cég

GfK Hungária  
Piackutató Intézet  
Visegrádi u. 31.  
1132 Budapest

Tel.: (+36-1) 452-3050  
Fax: (+36-1) 320-1776  
www.gfk.com  
www.gfk.tanulmanyshop.hu  
firm@gfk.com

Igazgató:  
Kozák Ákos

**Magyarország** a legjobb eredményt a kormányzás megítélésének dimenzióban érte el a 2010 nyár közepén végzett felmérés szerint, a leggyengébben pedig a turizmus területén teljesített. A legmagasabb helyezéseket a legnagyobb országoktól, a legrosszabbakat pedig a felmérésben résztvevő afrikai országoktól kaptuk.

2009 után, amikor az Egyesült Államok Obama elnök megválasztását követően jelentős fölényrel átvette a lista vezetését, az első 20 helyen található országok helye viszonylag stabil maradt. Azonban a bizonytalan globális gazdasági környezet a pénzügyi mentőakciókkal, természeti katasztrófákkal és társadalmi elégedetlenséggel karöltve néhány érdekes változást eredményezett a rangsorban, elsősorban a dél-európai országok között.

<b>A 2010-es Anholt-GfK Roper Nation Brands Index<sup>SM</sup> rangora (Az első 10 ország az 50-ből)</b>		
	<b>2010</b>	<b>2009</b>
1.	Egyesült Államok	Egyesült Államok
2.	Németország	Franciaország
3.	Franciaország	Németország
4.	Egyesült Királyság	Egyesült Királyság
5.	Japán	Japán
6.	Kanada	Olaszország
7.	Olaszország	Kanada
8.	Svájc	Svájc
9.	Ausztrália	Ausztrália
10.	Svédország	Spanyolország, Svédország (azonos eredmény)

**Forrás: GfK Roper Public Affairs & Corporate Communications, Anholt-GfK Roper Nation Brands Index<sup>SM</sup>**

A rangsor felső harmadában továbbra is a fejlett országok szerepelnek és a BRIC-országok is az első húszban találhatóak, a gazdasági erővel és növekvő geopolitikai befolyással büszkélkedő Brazília és Kína az a két ország, melyek az egyik legnagyobb pontszámnövekedést érték el 2009 és 2010 között. A fejlődő gazdaságok egyenletes növekedése azt mutatja, hogy a Nyugat és a Kelet között lévő különbségek tovább fognak csökkenni. Japán például még mindig előkelő helyezést ért el az export dimenzióban, Kína – az újdonsült második legnagyobb exportáló ország a világon – a 2008-as 21. helyről 2010-re a 14. helyre jött fel ebben a dimenzióban.

Érdemes azonban hangsúlyozni, hogy nem csak a nemzetek általános értékelési sorrendje a fontos, hanem az egyes dimenziókban elért helyezések is. Miközben az Egyesült Államok az első helyezett az összesített „országmarika” rangsorban, addig olyan dimenziókban, mint



például az emberek („Felelősségteljesen viselkedik a világbéke és biztonság ügyében”) a 21. helyen szerepel, a kormányzás („Felelősségteljesen viselkedik a környezet védelme ügyében”) dimenzióban pedig még hátrébb, a 26. helyen áll.

### **Az Anholt-GfK Roper Nation Brands Index<sup>SM</sup> kutatásról**

A GfK Roperrel közös, 2008 tavasza óta évente elvégzett Anholt-GfK Roper Nation Brands Index<sup>SM</sup> felmérés 50 ország image-ét méri. Minden évben mintegy 20 000 18 év feletti felnőttet kérdeznek meg világszerte 20 fejlett és fejlődő országban online felmérés keretében.

**Csatlakozzon a GfK Hungáriához a Facebookon!**

[www.facebook.com/gfkhungaria](http://www.facebook.com/gfkhungaria)

### **A GfK Csoport**

A GfK Csoport lényegi tudást kínál az iparban, kiskereskedelemben, szolgáltató szektorban és a média területén működő vállalatok számára a piaci döntések meghozatalához. Információk tárházát kínálja és tanácsadó szolgáltatást nyújt három fő szektorban: Custom Research, Kereskedelem és Technológia, valamint Média. A világ negyedik legnagyobb piacutató vállalata 100 országban több mint 10 000 alkalmazottal áll ügyfelei rendelkezésére, közülük közel 100-an Magyarországon dolgoznak. A GfK Csoport forgalma 2009-ben 1,16 milliárd eurót tett ki. További információért keresse fel honlapunkat a [www.gfk.com](http://www.gfk.com) címen, vagy kövessen minket twitteren: [www.twitter.com/gfk\\_group](http://www.twitter.com/gfk_group).