

بيان صحفي

للإصدار الفوري

سبتمبر 2019

الولايات المتحدة الأمريكية أقوى علامة تجارية للبلدان في العالم



وفقاً لتصنيف العلامات التجارية للبلدان الصادر عن شركة بلوم للاستشارات في إصدار 2020/2019، لا تزال الولايات المتحدة الأمريكية أقوى علامة تجارية للبلدان في العالم.

هونغ كونغ والمملكة المتحدة وإيطاليا وفرنسا وألمانيا هي العلامات التجارية القطرية الوحيدة التي تمكنت من أن تكون ضمن أفضل 10 علامات تجارية في كل من نسختي السياحة والتجارة.

يقيس تصنيف بلوم للاستشارات للعلامات التجارية الوطنية © أداء العلامات التجارية لما يقرب من 200 دولة وإقليم في مجالي السياحة والتجارة. تم إطلاق كلا الإصدارين في فعالية سيتي نيشن بليس - أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي، في سان خوسيه، كوستاريكا، في 3 سبتمبر 2019 الماضي.

لتنزيل التصنيفات الكاملة [here](#).

أبرز الملامح من إصدار السياحة

بعد الأداء الرائع في تصنيف السياحة السابق، تُظهر آسيا الآن اتجاهاً تنازلياً. الاستثناءات الوحيدة هي الزيادة المفاجئة العالمية المفاجئة لهونج كونج إلى المركز الثاني واليابان بصعودها الرابع إلى المركز الثامن. وتراجعت تايلاند بشكل غير متوقع إلى المركز السادس، بينما تراجعت الصين ستة مراكز إلى المركز الثالث عشر. كما أوشكت سنغافورة على مغادرة المراكز الـ15 الأولى، وتراجعت الهند إلى المركز الـ18. وكان أبرز الخارجين من قائمة أفضل 25 شركة عالمية من حيث الأداء هما ماكاو وتايوان إلى المركزين 29 و34، مما ساهم في الاتجاه السلبي في آسيا.

أما أوروبا فقد شهدت علامات تجارية تقليدية مثل فرنسا وألمانيا بالكاد تمكنت من دخول قائمة أفضل 10 علامات تجارية عالمية، وتجاوزتها إيطاليا التي احتلت المركز السابع. وعلى الرغم من خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي، تقدمت المملكة المتحدة خمسة مراكز في التصنيف محتلة المركز الرابع الرائع وصعدت أيرلندا إلى قائمة أفضل 20 علامة تجارية. حافظت إسبانيا على المركز الثالث. ويبدو أن البرتغال وكرواتيا تتصدران المراكز الـ25 الأولى، ويجب أن يُحسب الكثير من الفضل لاستراتيجيات العلامات التجارية للبلدان.

وفيما يتعلق بالأمريكتين، اقتربت المكسيك كثيراً من المراكز العشرة الأولى، حيث تقدمت خمسة مراكز لتحل المركز الحادي عشر، ولكن على مستوى العالم، لم تتمكن الولايات المتحدة الأمريكية من التواجد في القائمة الفائزة مرة أخرى. أما كندا فقد تراجعت من المركز الـ15 إلى المركز الـ16. وعلى الرغم من أنها ليست من بين أفضل 25 علامة تجارية على مستوى العالم، إلا أن كوستاريكا تقدمت أربعة مراكز في تصنيف الأمريكتين وأصبحت الآن خامس أبرز علامة تجارية في مجال السياحة، لتحل محل بيرو. ومع ذلك، كان أداء أمريكا اللاتينية متبايناً بسبب الانخفاض الذي شهدته الأرجنتين وتشيلي وأوروغواي وفنزويلا.

وعلى الجانب الآخر من العالم، لا يزال بإمكان أوقيانوسيا الاعتماد على القوة الأسترالية التي تحتفظ بمركزها الخامس عالمياً وعلى نيوزيلندا التي صعدت ستة مراكز لتحل المركز 25. هذه هي المرة الأولى في تاريخ تصنيف بلوم للاستشارات للعلامات التجارية القطرية © التي يتواجد فيها الكيويون ضمن أفضل 25 مركزاً عالمياً.

وكانت العودة الكبيرة من نصيب مصر التي تمثل أفريقيا تليها جنوب أفريقيا التي خسرت مركزها.

2019 2020 Trade Edition

أبرز الملامح من الإصدار التجاري

يبرز الأداء ليحتل المركز الثاني في آسيا ويتقدم خمسة مراكز ليحتل المركز الرابع، متقدماً على دول قوية عالمياً مثل البرازيل وهونغ كونغ وفرنسا وأستراليا على مستوى العالم.

وفي آسيا، صعدت الصين، التي تراجعت بقوة في مجال السياحة، إلى المركز الثالث في مجال التجارة. وقد فعلت هونغ كونغ العكس تماماً. فقد احتلت المركز الثاني في نسخة السياحة ولكنها تراجعت خمسة مراكز إلى المركز العاشر في نسخة التجارة. وغادرت سنغافورة المراكز الـ10 الأولى وتايواند بقوة لتحتل المركز 21، بينما يبدو أن إندونيسيا وماليزيا تتعافى على مستوى العالم، حيث تحتل الآن المركزين 18 و22 على التوالي.

وحققت فرنسا وألمانيا أداءً جيداً، حيث صعدت الأولى إلى المركز السادس وتمكنت الثانية من دخول قائمة أفضل 10 مراكز. وحافظت المملكة المتحدة على المركز الثاني بقوة. وفي أوروبا أيضاً تقدمت هولندا وأيرلندا إلى المركزين الثاني عشر والثالث عشر. على الرغم من أن سويسرا حققت أفضل نتيجة بصعودها 13 مركزاً إلى المركز 20. وتستحق البرتغال تنويراً خاصاً بإدراج علامتها التجارية القطرية ضمن أفضل 25 علامة تجارية لأول مرة في تاريخ هذا التصنيف.

إلى جانب الولايات المتحدة المتصدرة، تمثل البرازيل وكندا أمريكا في المراكز الـ10 الأولى عالمياً، في المركزين الخامس والثامن على التوالي، على الرغم من أن كلا البلدين لا يشهدان اتجاهًا إيجابياً. كما تتواجد المكسيك وكولومبيا في قائمة أفضل 25 دولة في العالم في المركزين 16 و23.

وتمكنت بنما من دخول قائمة أفضل 10 دول في أمريكا ووصلت الإكوادور إلى المركز 15 في نفس الترتيب، بينما حسنت جميع دول الكاريبي تقريباً من أدائها، حيث كانت جزر كايمان الأفضل على المستوى الإقليمي في المركز 12.

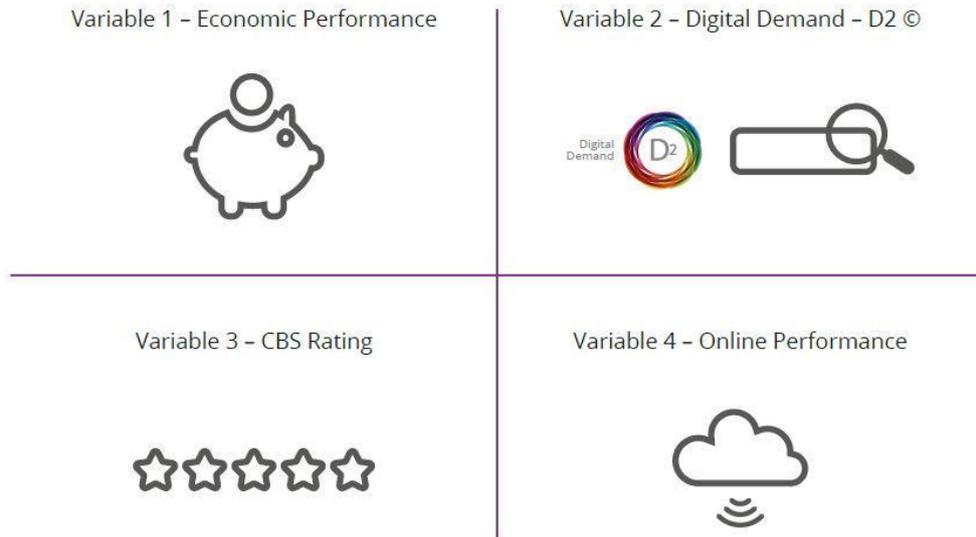
حافظت أستراليا على مركزها السابع على مستوى العالم، ولكن على عكس تصنيف السياحة، لم تعد نيوزيلندا ضمن أفضل 25 دولة أداءً على مستوى العالم، حيث تحتل الآن المركز 42. ومع ذلك، فإن هذين البلدين يحكمان أوقيانوسيا، في المرتبتين الأولى والثانية.

أما أفريقيا فقد حافظت جنوب أفريقيا ونيجيريا على ريادة القارة، ولكنهما لم تتمكنوا من تجاوز المركزين 36 و38 عالمياً. وعلى الرغم من قوة العلامة التجارية لمصر في مجال السياحة، إلا أنها لم تصل إلى المركز الثالث في الترتيب الإقليمي للتجارة متجاوزة المغرب. إلا أن إثيوبيا هي الاسم الذي يجب أن نضعه في الاعتبار في هذه النسخة الاستثمارية نظراً لصعودها إلى المركز السابع، ويمكن أن تكون العلامة التجارية القطرية الجديدة الصاعدة، محلياً وعالمياً.

المنهجية

تصنيف بلوم للاستشارات للعلامات التجارية الوطنية © هو دراسة نصف سنوية أعدتها بلوم للاستشارات بناءً على خوارزمية خاصة تجمع بين أربعة متغيرات رئيسية لتحليل نجاح العلامات التجارية المختلفة للبلدان والأقاليم، بالإضافة إلى أدائها في السنوات الخمس الماضية. تأخذ متغيرات التصنيف في الاعتبار الأداء الاقتصادي، وعمليات البحث الاستباقية في محركات البحث (التي تقاس بأداة الطلب الرقمي، © D2 وأدائها على الإنترنت (في وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية)، بالإضافة إلى حضورها الرقمي، لتتمكن من تقديم تقييم دقيق وموضوعي للعلامة التجارية.

لا تقيس نتائج تصنيف بلوم للاستشارات للعلامات التجارية للبلدان © تصورات وجاذبية العلامة التجارية للبلد في قطاعي السياحة والتجارة فحسب، بل تصنف أداء العلامة التجارية للبلد بطريقة ملموسة وواقعية. وتضمنت نسخة 198 2020/2019 علامة تجارية قطرية فريدة من نوعها لنسخة السياحة و194 لنسخة التجارة.



حول بلوم للاستشارات

تأسست شركة بلوم للاستشارات في عام 2003، وهي شركة استشارية متخصصة في تطوير وتقييم استراتيجيات الحكومات المحلية والإقليمية والوطنية في جميع أنحاء العالم بالتعاون مع الرؤساء ووزراء ورؤساء البلديات، بالإضافة إلى وكالات السياحة والتجارة. تعمل بلوم للاستشارات في مجال العلامات التجارية للمكان والعلامات التجارية الوطنية ولديها أكثر من 70 عميلاً في خمس قارات، بما في ذلك دول السويد وكوستاريكا وسيشيل وإسرائيل وأستراليا. وخارج هذا النطاق، تُعد بلوم للاستشارات شريكاً رسمياً للمنتدى الاقتصادي العالمي.

www.bloom-consulting.com

contact@bloom-consulting.com