

Madrid

16 mai 2017

## Les Etats-Unis sur la voie de la victoire : première place dans les deux classements

Bloom Consulting a récemment publié la 5ème édition du Bloom Consulting Country Branding© pour le tourisme et le commerce.

Les deux éditions du classement des marques pays mesurent l'efficacité de la marque pays de plus de 200 nations et territoires du monde entier dans les domaines du tourisme et de l'investissement.

de plus de 200 nations et territoires du monde entier dans les domaines du tourisme et de l'investissement (FDI).

Voici les points forts des deux classements :

### Country Brand Ranking©

2017  
2018  Tourism Edition

La Thaïlande talonne de près les États-Unis dans le Country Brand Ranking© Tourism Edition

#	Variation		CBS Rating
1.	-	 United States of America	AA
2.	+4	 Thailand	A
3.	-1	 Spain	BBB
4.	-	 Hong Kong SAR, China	AA
5.	+2	 Australia	A
6.	-1	 France	A
7.	+2	 China	AA
8.	-5	 Germany	AA
9.	+2	 United Kingdom	BBB
10.	-	 Italy	BBB

Alors que les États-Unis ont une fois de plus pris les rênes de l'édition touristique du Country Branding©, la Thaïlande a fait preuve d'une performance impressionnante cette année en grim pant de 4 positions et en se hissant à la deuxième place du classement. Il ne s'agit pas d'un coup de chance : le Royaume n'a cessé de progresser dans le classement depuis la première édition du classement de Bloom Consulting en 2011, où il avait commencé à la 10e place. Le succès de la Thaïlande est dû à l'augmentation des recettes touristiques et au grand nombre de recherches effectuées vers le pays dans la dimension touristique, comme le montre le logiciel Digital Demand - D2©. L'image de marque de la Thaïlande semble inarrêtable, avec un nombre croissant de touristes internationaux qui souhaitent visiter les villes animées et les plages de rêve du pays.

Toujours en Asie, Hong Kong a été en mesure de défendre sa place en 4ème position, ce qui est probablement le résultat d'une croissance supérieure à la moyenne des recettes touristiques. La Chine a

# Bloom Consulting

Countries Regions and Cities

impressionné avec une progression de deux positions pour atteindre la 7e place, ce qui prouve que l'attention accrue portée par le pays à l'industrie du tourisme porte ses fruits. Les États-Unis devront travailler dur pour défendre leur position gagnante, car il semble que nous soyons véritablement dans le siècle de l'Asie.

L'Océanie, continent voisin de l'Asie, a également progressé dans le classement, l'Australie s'étant hissée à la cinquième place dans l'édition touristique de cette année du Country Brand Ranking©. L'Australie a fait preuve d'une performance impressionnante dans toutes les variables du classement, notamment en étant la plus performante en termes de médias sociaux et de présence en ligne dans le monde entier - une composante importante du classement que certains pays négligent.



Alors que l'Espagne n'a pas pu résister à la concurrence de la Thaïlande, l'Allemagne pourrait bien quitter le Top 10 après avoir perdu 5 places dans le classement pour atteindre la 8ème position. Bien que l'Allemagne n'ait pas connu de baisse significative de ses performances, l'absence de croissance substantielle de son industrie touristique l'a empêchée de résister à la forte concurrence au sein du Top 10.

Le Royaume-Uni est le seul pays européen qui a pu impressionner en rejoignant le Top 10 après une progression de deux positions pour atteindre la 9e place. Le pays a eu une présence croissante sur les médias sociaux et un nombre croissant de recherches ont été effectuées vers le Royaume-Uni dans la dimension touristique. Bien qu'aucune conséquence directe du vote sur le Brexit ne soit encore visible, cela pourrait changer bientôt.

## Country Brand Ranking©

2017  
2018 Trade Edition

### Le Royaume-Uni et les Amériques au sommet du classement des marques nationales© Édition commerciale

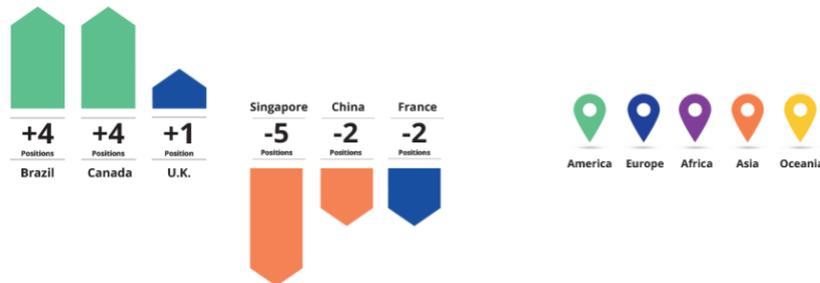
#	Variation	Country	CBS Rating
1.	-	United States of America	A
2.	+1	United Kingdom	AAA
3.	+4	Brazil	A
4.	-2	China	BBB
5.	-1	Hong Kong SAR, China	AA
6.	+4	Canada	BBB
7.	+1	Australia	A
8.	-2	France	AA
9.	-	India	AA
10.	-5	Singapore	A

Les États-Unis d'Amérique sont les vainqueurs du Country Branding© Trade Edition pour la cinquième année consécutive. Leur série de victoires est le résultat d'un excellent score en matière d'IDE net, d'un nombre constamment élevé de recherches effectuées vers le pays, mesuré à l'aide de l'outil Digital Demand - D2©, et d'une forte évaluation de la stratégie de marque du pays©.

# Bloom Consulting

## Countries Regions and Cities

Les États-Unis ne sont pas le seul pays américain à impressionner. Le Brésil s'en rapproche en gagnant 4 places dans le classement, ce qui lui permet d'atteindre la troisième place. Le pays a fait preuve d'une performance impressionnante en matière de médias sociaux, de scores élevés en matière d'IDE net et d'excellents résultats D2©. Par ailleurs, le Canada s'est assuré une place à la 6e place après une incroyable ascension de 4 positions. Le pays a prouvé qu'il est un concurrent féroce au sein du Top 10. De l'autre côté de l'Atlantique, le Royaume-Uni menace de déloger les États-Unis de leur trône après avoir progressé d'une place pour atteindre la deuxième position.



Contrairement à l'édition touristique, l'Asie a connu un ralentissement majeur dans l'édition commerciale de cette année. Alors que le centre financier mondial de Singapour semblait connaître une ascension prometteuse dans le classement de l'année dernière, le rugissement de la Cité du Lion n'a pas été assez fort pour éloigner ses concurrents.

Singapour est passé de la cinquième à la dixième place, en partie à cause de la meilleure performance de ses concurrents. En outre, le Royaume-Uni et le Brésil ont fait passer la Chine de la deuxième à la quatrième place. Le géant asiatique a obtenu un faible Country Brand Strategy Rating© et un ralentissement de la croissance de l'IDE au cours des deux dernières années.

**Bloom Consulting**, fondée en 2003, est spécialisée dans l'élaboration et l'évaluation de stratégies pour les gouvernements nationaux, régionaux et locaux du monde entier. Elle collabore avec les premiers ministres, les présidents et les maires, ainsi qu'avec les bureaux de tourisme et les agences de commerce et d'investissement. Bloom Consulting a beaucoup travaillé dans le domaine de l'image de marque des pays, ayant travaillé avec plus de 45 pays sur 4 continents. Leur liste de clients comprend des gouvernements du monde entier tels que ceux de la Pologne, de l'Allemagne, de la Suède, d'Abu Dhabi et des Seychelles, entre autres. En Amérique du Sud, Bloom Consulting a déjà travaillé avec l'Agence pour la promotion et l'investissement au Costa Rica (CINDE), évaluant la marque de l'investissement national dans un contexte mondial ; le gouvernement du Paraguay, développant leur nouvelle marque de pays ; et la ville de Buenos Aires, évaluant et créant une stratégie à mettre en œuvre en ce qui concerne l'attraction touristique. En outre, Bloom Consulting est un partenaire de données officiel du Forum économique mondial, ayant contribué à la publication récente du Travel and Tourism and Competitiveness Report 2017 (rapport sur les voyages et le tourisme et la compétitivité).

[www.bloom-consulting.com](http://www.bloom-consulting.com)