

Etude de Bloom Consulting : l'impact des marques nationales et urbaines sur l'économie locale et mondiale



Bloom Consulting a publié son dernier rapport, « The Impact of Nation and Place Brands on the Local and Global Economy » (L'impact des marques nationales et urbaines sur l'économie locale et mondiale), qui révèle l'influence significative que les perceptions associées aux territoires ont sur les indicateurs économiques tels que les recettes touristiques, les investissements directs étrangers (IDE) et l'attraction des talents. Analysant les données de 55 pays et 63 villes, le rapport utilise un modèle de régression linéaire pour quantifier l'impact de l'image de marque d'un lieu sur les économies locales grâce à une approche concrète et fondée sur des données.

Les conclusions de Bloom Consulting démontrent que les efforts d'image de marque fondés sur la perception pourraient peser pour environ un quart des transactions économiques d'un lieu liées au tourisme, aux IDE et aux flux de talents. En termes

Bloom Consulting, fondé en 2003, est spécialisé dans l'élaboration et l'évaluation de stratégies de marques nationales, de marques de villes et d'aménagement de divers territoires pour les gouvernements du monde entier. Nous collaborons avec des ministres, présidents, maires et autres élus, des offices de tourisme et des agences de promotion des investissements. Bloom Consulting dispose de nombreuses références sur l'ensemble des cinq continents. En outre, Bloom Consulting est un partenaire officiel du Forum Economique Mondial pour la production de données.

monétaires, cela équivaut à environ 250 dollars sur 1 000 dollars de valeur économique, soit un impact mondial total de 934 milliards de dollars - l'équivalent de 1 % du PIB mondial, comparable à l'ensemble du marché des énergies renouvelables ou au secteur de l'économie créative.

Les implications de ces résultats sont profondes. Les gouvernements, les autorités touristiques, les agences de promotion des investissements et le secteur privé peuvent utiliser ces données comme indicateurs de performance clés pour évaluer et renforcer l'impact économique de leurs marques nationales et urbaines. Comprendre la relation entre les perceptions et les résultats économiques est essentiel pour la planification stratégique et le positionnement concurrentiel.

Pour plus d'informations et pour télécharger ici :

Rapport complet : [The Impact of Nation and Place Brands on the Local Economy](#)

Addendum : [The Impact of Nation and Place Brands on the Local Economy](#)

Bloom Consulting, fondé en 2003, est spécialisé dans l'élaboration et l'évaluation de stratégies de marques nationales, de marques de villes et d'aménagement de divers territoires pour les gouvernements du monde entier. Nous collaborons avec des ministres, présidents, maires et autres élus, des offices de tourisme et des agences de promotion des investissements. Bloom Consulting dispose de nombreuses références sur l'ensemble des cinq continents. En outre, Bloom Consulting est un partenaire officiel du Forum Economique Mondial pour la production de données.