Tlačová správa

Paríž preberá od Londýna titul najobdivovanejšieho mesta na svete

- **Medzi tri najpozitívnejšie vnímané svetové mestá patria Paríž, Londýn a New York.**
- **Do prvej desiatky sa poprvýkrát prebojoval Berlín a Amsterdam.**
- **Viedeň z prvej desiatky naopak vypadla.**

Vadim Volos
Global Research and Consulting
T +1 212 240 5408
Vadim.Volos@gfk.com

Amanda Martin
Global PR
T +44 7919 624688
Amanda.Martin@gfk.com

Norimberg, 2. februára 2016 – Po dvoch rokoch nadvlády Londýna sa Parížu v roku 2015 podarilo získať späť prvú priečku v hodnotení 50 svetových miest. Sydney, ktoré sa od roku 2011 pravidelne umiestňovalo v prvej trojke, teraz kleslo na štvrté miesto, keď ho predstihol New York a práve aj Paríž.

Celkové hodnotenie podľa indexu Anholt-GfK CBI^{SM}			
Poradie v roku 2015		Poradie v roku 2013	Poradie v roku 2011
1	**Paríž**	3	1
2	**Londýn**	1	2
3	**New York**	4	4
4	**Sydney**	2	3
5	**Los Angeles**	7	5
6	**Rím**	5	6
7	**Berlín**	12	11
8	**Amsterdam**	11	17
9	**Melbourne**	10	8
10	**Washington D.C.**	6	7

Tieto výsledky vyplývajú z aktuálnej štúdie Anholt-GfK City Brands Index^{SM} (CBI^{SM}), ktorá sa realizuje raz za dva roky. Posledný prieskum sa uskutočnil vlani v septembri, teda asi dva mesiace pred novembrovými útokmi v Paríži.

Simon Anholt, ktorý je autorom indexu a pracuje tiež ako nezávislý vládny poradca, vysvetľuje: „Prieskum sa konal pred novembrovými útokmi

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Vedení společnosti
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
David Krajicek
Alessandra Cama

Předseda dozorčí rady
Dr. Arno Mahlert

Obchodní rejstřík
Nuremberg HRB 25014

v Paríži. Pokiaľ však môžeme posudzovať z predchádzajúcich skúseností, vnímanie mesta postihnutého útokmi sa z dlhodobého hľadiska príliš nezmení. Útoky síce môžu dočasne poznamenať správanie ľudí voči Parížu, ale nemajú vplyv na dôvody, prečo ich považujú za krásny alebo oceňujú jeho kultúrny život a príležitosti, ktoré ponúka. A práve tento typ faktorov index CBI meria."

Štúdia komplexne a detailne hodnotí imidž jednotlivých miest, ich postavenia a atraktivitu na základe šiestich kľúčových aspektov:

- Sláva (mezinárodný význam a postavenie)
- Miesto (fyzické prostredie a doprava)
- Základné predpoklady (základné podmienky, ako napríklad cenovo dostupné bývanie a úroveň verejných služieb)
- Ľudia (priateľskosť, kultúrna rozmanitosť, pocit bezpečnosti)
- Náboj (zaujímavé aktivity)
- Potenciál (ekonomické a vzdelávacie príležitosti)

Najvyššie celkové skóre dosiahol Paríž, ktorý tak predčil Sydney aj Londýn a dostal sa na prvú priečku. Tá jej patrila už v roku 2011, ale v roku 2013 o ňu opäť prišla a klesla na tretiu pozíciu.

Ďalšími mestami z prvej desiatky, ktoré si výrazne polepšili, sú tiež Berlín a Amsterdam. Berlín predbehol Amsterdam, Melbourne, Viedeň, Toronto a Washington D.C. sa usadil na siedmom mieste (oproti dvanástemu miestu v roku 2013). Melbourne, Viedeň, Toronto a Washington D.C. za sebou nechal aj Amsterdam, ktorý poskočil z jedenásteho miesta v roku 2013 na súčasné ôsme miesto. Washington D.C. klesol v porovnaní s rokom 2013 zo šiestej priečky na desiatu a ocitol sa tak na samej hranici elitnej svetovej desiatky.Opustilo ho Toronto a Viedeň, ktorým teraz patrí jedenásta a trinásta pozícia.

Výsledky podľa jednotlivých aspektov

Keď sa zameriame na jednotlivé faktory, z ktorých celkový index vychádza, zistíme, že najväčšiu svetovú slávu majú Londýn, Paríž a New York. Pokiaľ ide o atraktivitu miesta, vyhráva v rebríčku Paríž následovaný Sydney a Rímom. Z hľadiska základných predpokladov sa na prvom mieste umiestnilo Sydney, na druhom Berlín a na treťom Amsterdam. Pri Sydney je tiež najlepšie hodnotený aspekt ľudí, kde ich v prvej trojke doplňuje ešte Toronto a Amsterdam. Ako mestá s najväčším nábojom sú potom vnímané Paríž, New York a Londýn. Čo sa týka potenciálu, najlepšie je na tom New York, za ním sa umiestnili Londýn a Sydney.

Top-5 Cities

	1st	2nd	3rd	4th	5th
Presence	London	Paris	New York	Berlin	Los Angeles
Place	Paris	Sydney	Rome	Barcelona	Vienna
Prerequisites	Sydney	Berlin	Amsterdam	Melbourne	Toronto
People	Sydney	Toronto	Amsterdam	Melbourne	London
Pulse	Paris	New York	London	Rome	Los Angeles
Potential	New York	London	Sydney	Los Angeles	Paris

Vadim Volos, senior viceprezident pre verejné záležitosti a poradenstvo a vedúci oddelenia NBI^{SM} v spoločnosti GfK, dodáva „Prvá trojica svetových miest, do ktorej patrí Paríž, Londýn a New York, pomerne zaostáva v kategórii základných predpokladov a ľudí. Vďaka tomu sa do prvej päťky v hodnotení týchto dvoch aspektov dostali mestá s celkovo nižším skóre, ako napríklad Toronto, Berlín a Amsterdam, čo im napomohlo k lepšej pozíciiv mezinárodnom porovnaní."

Celkovo siedmy Berlín sa z hľadiska základných predpokladov umiestnil na druhom mieste, zatiaľ čo celkovo ôsmy Amsterdam si vybojoval tretiu pozíciu ako u ľudí, tak aj při faktore základných predpokladov. Torontu, ktoré je celkovo jedenáste, patrí za tieto oblasti druhé a piate miesto. Barcelona a Viedeň (celkovo dvanásta a trinásta priečka) sa na základe hodnotenia miesta umiestnila na štvrtej, respektíve piatej pozícii.

Česká republika

Praha si oproti 27. miestu z roku 2013 polepšila, keď sa posunula na 25. miesto a dostala sa tak do prvej polovice rebríčka 50 miest, ktoré boli do štúdie zahrnuté. Predbehol ho Hongkong, ktorý bol v roku 2013 na 25. mieste a teraz mu patrí 26. miesto.

Pokiaľ sa podrobnejšie pozrieme na šesť hlavných aspektov, podľa ktorých sa určuje celkový index, ľudia z celého sveta hodnotia na Prahe pozitívne najmä jej náboj (19. miesto), atraktivitu miesta (20. miesto) a ľudí (25. miesto). Dobré výsledky dosiahla aj v kategórii slávy a potenciálu, kde skončila na 32. mieste.

Pokiaľ máte záujem o podrobnejšie informácie o hodnotení indexu CBI^{SM} za rok 2015, kontaktujte Vadima Volosa na adrese Vadim.Volos@gfk.com.

O indexe Anholt-GfK City Brands Index^{SM} 2015

Index Anholt-GfK CBI^{SM} meria imidž 50 miest na základe nasledujúcich faktorov: sláva, miesto, základné predpoklady, ľudia, náboj a potenciál. Štúdia na rok 2015 vychádza celkovo z 5166 rozhovorov realizovaných v Austrálii, Brazílii, Číne, Francúzsku, Indii, Južnej Kórei, Nemecku, Rusku, Veľkej Británii a USA, pričom v každej krajine bolo realizovaných vždy minimálne 500 rozhovorov. Dopytovanie sa realizovalo online a zúčastnili sa ho respondenti starší ako 18 rokov. Na základe aktuálnych parametrov online populácie boli vzorky z jednotlivých krajín spracované tak, aby výsledné vážené hodnoty zodpovedali kľúčovým demografickým charakteristikám online populácie danej krajiny vrátane veku, pohlavia a dosiahnutého vzdelania. Terénny výskum bol realizovaný od 10. do 23. septembra 2015.

Prehľad 50 miest hodnotených v rámci štúdie:

Západná Európa: Amsterdam, Barcelona, Bazilej, Berlín, Brusel, Dublin, Edinburgh, Londýn, Madrid, Miláno, Paríž, Rím, Stockholm, Ženeva, Mnichov*

Stredná a východná Európa: Istanbul, Moskva, Praha, Varšava, Viedeň

Ázia a Tichomorie: Auckland, Bangkok, Bombaj, Hongkong, Melbourne, Peking, Singapúr, Soul, Sydney, Šanghaj, Tokio

Severná Amerika: Chicago, Denver, Philadelfia, Los Angeles, New York, Seattle, Toronto, Washington D.C., Dallas Fort Worth*, Houston*

Latinská Amerika: Buenos Aires, Mexico City, Rio de Janeiro

Stredný východ a Afrika: Dauhá, Dubaj, Durban, Johannesburg, Káhira, Kapské mesto

O Simonovi Anholtovi

Profesor Simon Anholt je uznávanou svetovou kapacitou v oblasti mezinárodného imidžu a identity. Niekoľko rokov bol podpredsedom britskej diplomatickej rady Public Diplomacy Board a pracoval tiež ako nezávislý poradca hláv štátov a predstaviteľov vlád z viac ako 50 ďalších krajín. V roku 2005 vypracoval koncept indexu Nation Brands Index^{SM} a City Brands Index^{SM}. Je predsedom neziskovej organizácie Anholt Institute sídliacej v Kodani, zakladateľom a emeritným editorom štvrťročníka Place Branding and Public Diplomacy a tiež autorom publikácií Brand New Justice, Brand America, Competitive Identity a Places: Image, Identity, Reputation. V roku 2009 získal cenu Nobels Colloquia za ekonómiu a v

roku 2013 mu udelili titul čestného profesora politológie na University of East Anglia.

O spoločnosti GfK

Spoločnosť GfK je dôveryhodným partnerom pri poskytovaní dôležitých informácií o trhu a o spotrebiteľoch, ktoré umožňujú klientom prijímať lepšie rozhodnutia. V spoločnosti GfK kombinujeme prácu a nadšenie viac ako 13 000 expertov na prieskum trhu s 80-ročnými skúsenosťami v oblasti vedeckej práce s dátami. To spoločnosti GfK umožňuje poskytovať životne dôležité globálne poznatky a inofrmácie kombinované so znalosťou miestnych trhov vo viac ako 100 krajinách celého sveta. Vďaka inovatívnym technológiám a vedeckému spracovaniu dát dokážeme v spoločnosti GfK transformovať veľké objemy dát na inteligentné a relevantné údaje a umožniť tak našim klientom získať konkurenčný náskok a obohatiť skúsenosti, zážitky a výber svojich spotrebiteľov a zákazníkov.

Podrobnejšie informácie nájdete na našej webovej stránke www.GfK.com, prípadne nás môžete sledovať na Twitteri: https://twitter.com/GfK_en.

Zodpovednosť podľa tlačového zákona:

GfK SE, Global Communications
Jan Saeger, Nordwestring 101, 90419 Nuremberg, Germany
press@gfk.com