

## الإمارات الأولى عالمياً في مؤشر أداء الهوية الإعلامية الوطنية 2022



- عالمياً في قوة الهوية الإعلامية والأولى أوسطياً وإفريقياً 11
- مليار دولار القيمة الاقتصادية للهوية الإماراتية 773
- سعيد العطر: الإنجاز يعكس رؤية قيادتنا في ترسيخ صورة عالمية للدولة

دبي: «الخليج»

جاءت الهوية الإعلامية لدولة الإمارات العربية المتحدة في المرتبة الأولى عالمياً في «مؤشر أداء الهوية الإعلامية الوطنية» للعام 2022 ضمن تقرير تصنيف قوة العلامة الوطنية للهويات الإعلامية للدول الصادر عن مؤسسة براند فاينانس العالمي، كما حققت دولة الإمارات تقدماً ملحوظاً في قيمة هويتها الإعلامية الوطنية عالمياً لتحتل المرتبة 17 عالمياً بقيمة اقتصادية تبلغ 773 مليار دولار.

وأكد سعيد محمد العطر، رئيس المكتب الإعلامي لحكومة الإمارات، أن: «تواجد دولة الإمارات في المرتبة الأولى عالمياً في مؤشر أداء الهوية الإعلامية الوطنية للدول للعام 2022 يعكس رؤية قيادتنا الرشيدة في ترسيخ صورة عالمية للدولة تحظى بتقدير دولي غير مسبوق، إضافة لقدرة الإمارات على تحويل التحديات إلى فرص»

وقال العطر: «سمعة دولة الإمارات اليوم هي أحد أكبر الأصول الناعمة للدولة... وبفضل القيادة الرشيدة وصلت هذه السمعة لأفضل المراتب العالمية». وأضاف رئيس المكتب الإعلامي لحكومة الإمارات: «مؤسسة «براند فاينانس العالمية» قامت بتقييم أكثر من 100 دولة «حول العالم والإمارات من الدول القليلة التي حققت تقدماً كبيراً

الصورة



#### • مؤشر القيمة الاقتصادية للهوية الإعلامية الوطنية

واحتلت الهوية الإعلامية الوطنية لدولة الإمارات المرتبة 11 عالمياً في مؤشر القيمة الاقتصادية وعززت الإمارات موقعها كأكثر العلامات الوطنية قيمةً في منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا حيث بلغت قيمة العلامة الوطنية للدولة أكثر من 2.8 تريليون درهم (773 مليار دولار أمريكي) ونسبة نمو 3% مقارنةً بالعام 2021، في حين جاءت المملكة العربية السعودية في المركز الثاني بقيمة بلغت 770 مليار دولار أمريكي. وجاءت دولة الإمارات في المرتبة 17 عالمياً والأولى في منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا على المؤشر العام للتقرير حيث قدمت أداءً مميزاً في مختلف المؤشرات الرئيسية التي تقيس محاور عدة تشمل أداء العلامة الوطنية وقوتها وقيمتها. وفي مؤشر قوة الهوية الإعلامية الوطنية، نجحت دولة الإمارات في تعزيز مكانتها كأقوى علامة وطنية في الشرق الأوسط وإفريقيا بمعدل (76.7 من 100)، متبوعة بإسرائيل بمعدل (73.9 من 100). وقد أسهمت التصورات الإيجابية حول قطاعي الأعمال والتجارة في دولة الإمارات لاسيما سهولة ممارسة الأعمال التجارية والاستقرار الاقتصادي في تعزيز قوة العلامة الوطنية للهوية الإعلامية، وعلى صعيد العلاقات الدولية تنامت سمعة الإمارات الطيبة وكذلك في قطاعات التعليم والعلوم