



COMUNE DI BOLOGNA



BOLOGNA CITY BRANDING

La percezione di Bologna
Web survey su «testimoni privilegiati»

FURIO CAMILLO - SILVIA MUCCI
Dipartimento di Scienze Statistiche UNIBO MoodWatcher

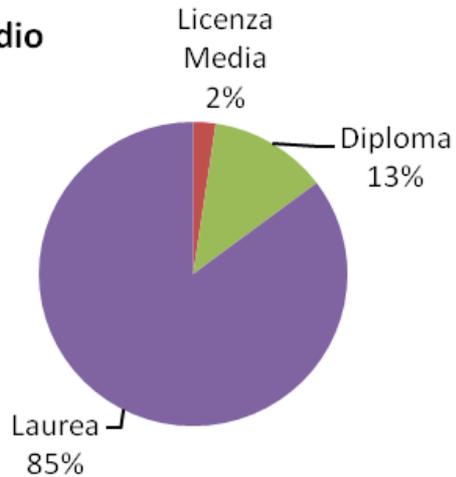




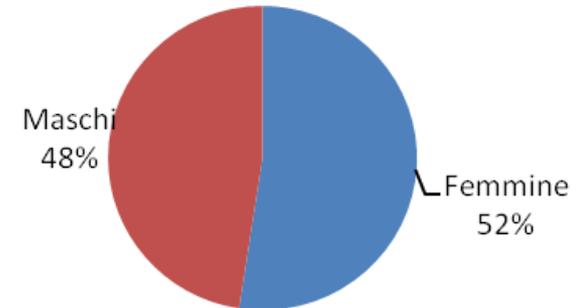
- ❑ Periodo di rilevazione: 20 novembre 2012 – 20 gennaio 2013
- ❑ Questionario somministrato via web attraverso invito via mail alla compilazione: risposte chiuse e aperte
- ❑ Le e-mail provengono da liste di cittadini italiani e stranieri che hanno visitato o soggiornato a Bologna negli scorsi anni: un set di «testimoni privilegiati»
- ❑ Questionari compilati: n. 405 (n.250 inglese, n.155 italiano)



Titolo di studio



Genere intervistati



**Età media
del campione:
44 anni**

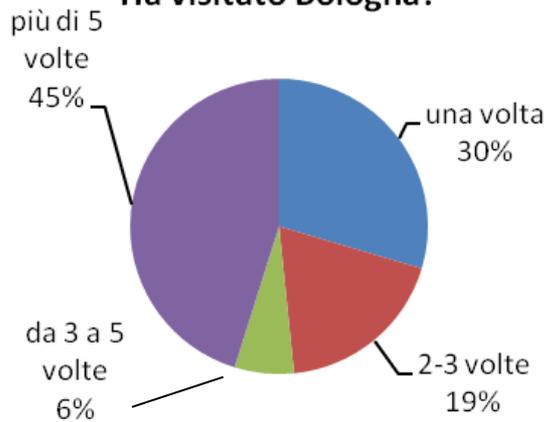
Professione



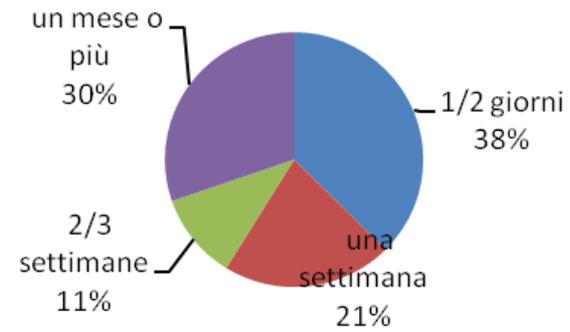
A Bologna...quando, come e ...



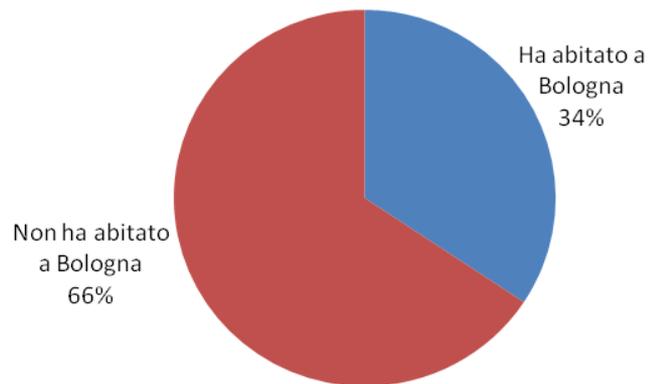
Ha visitato Bologna?



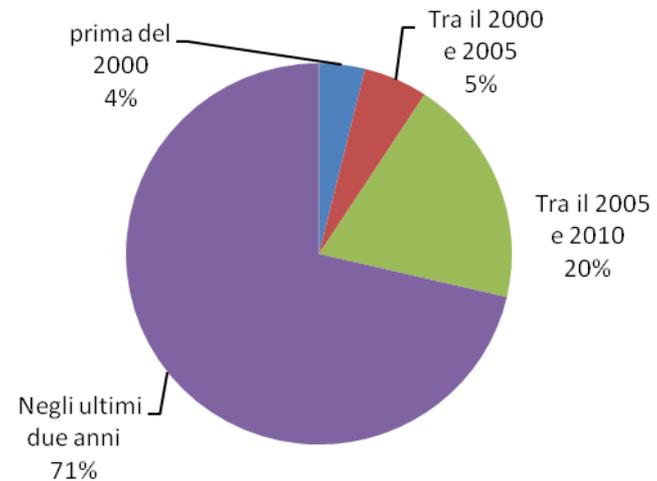
Mediamente quanto tempo ha trascorso a Bologna?



Ha mai abitato a Bologna?

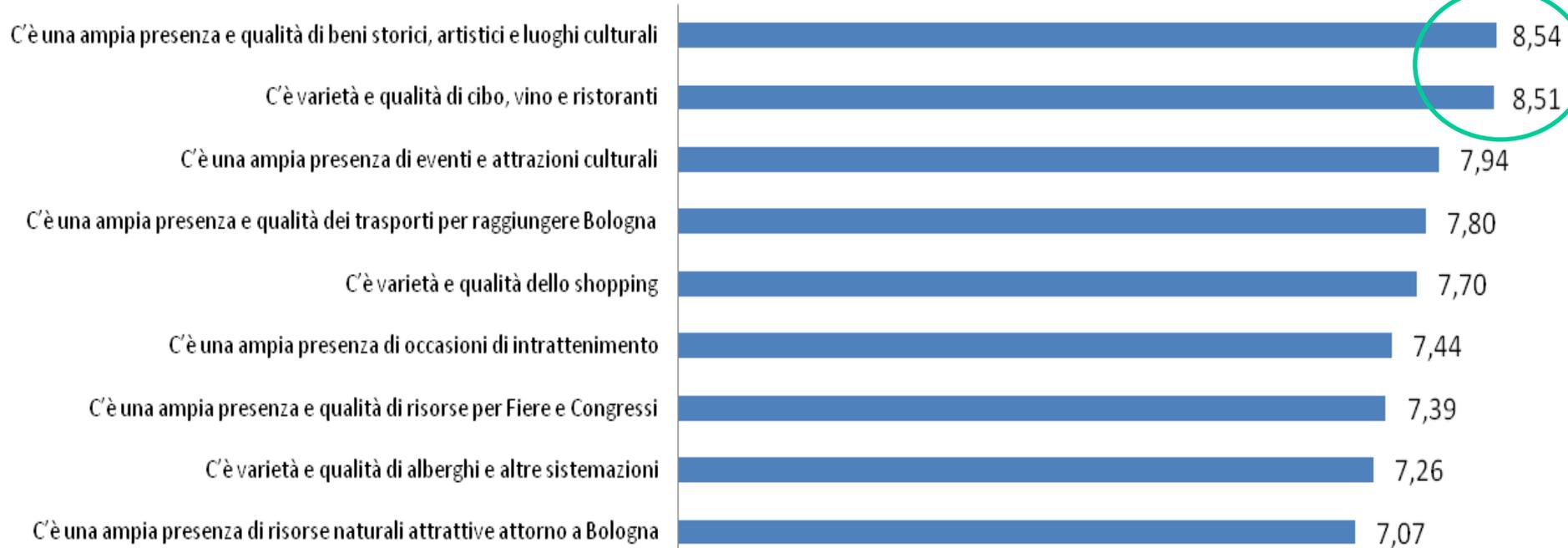


Quando ha visitato Bologna l'ultima volta?



Arte, storia, cultura e cibo

Pensando a Bologna, indichi il suo grado di accordo/disaccordo in una scala da 1 a 10



Attraiante, cordiale, vivace...

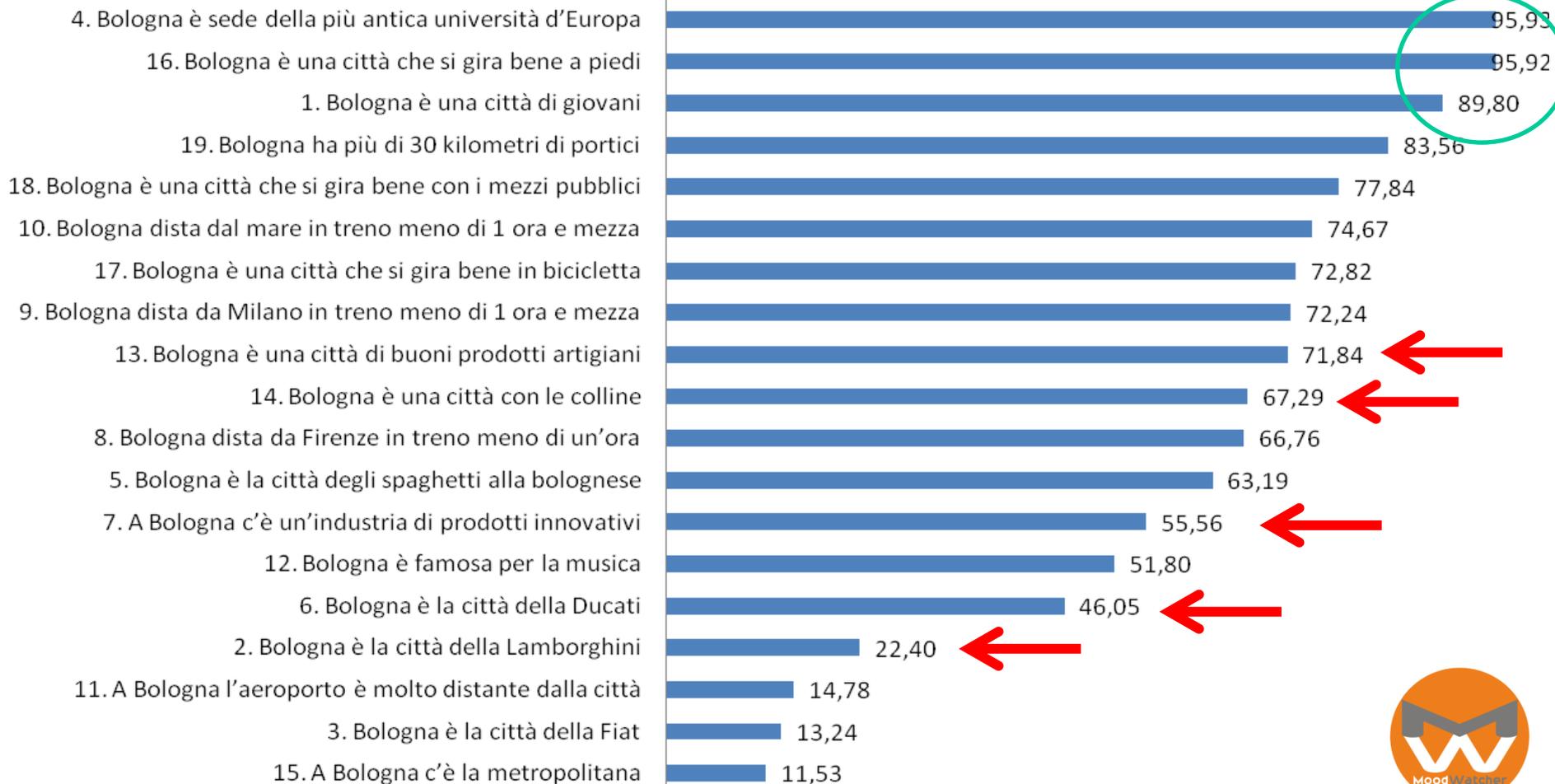
Costosa, trafficata, inquinata

Pensando a Bologna, indichi il suo grado di accordo/disaccordo in una scala da 1 a 10 rispetto alle seguenti affermazioni (1 minimo accordo, 10 massimo accordo)

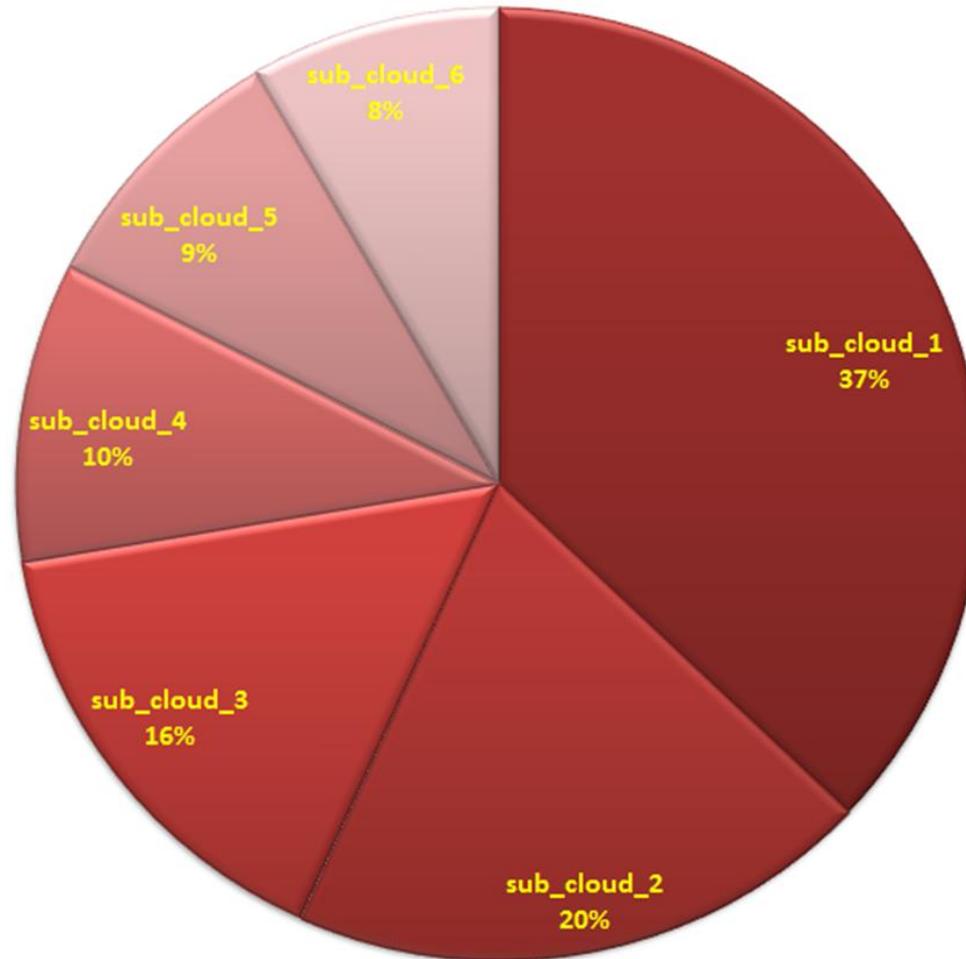


Università, giovani, città a misura d'uomo,...i portici!

E' d'accordo con le seguenti affermazioni su Bologna? (% di sì)



Le associazioni mentali «libere» per Bologna: una tassonomia semantica a 6 costrutti «naturali»



history
student
people
city
friend
quality
art
food
shopping
architecture
life
town
university
culture
tower

street
tower
food
art
people
coffee
university
place
portico
restaurant
museum
building
market
tortellini
trattoria

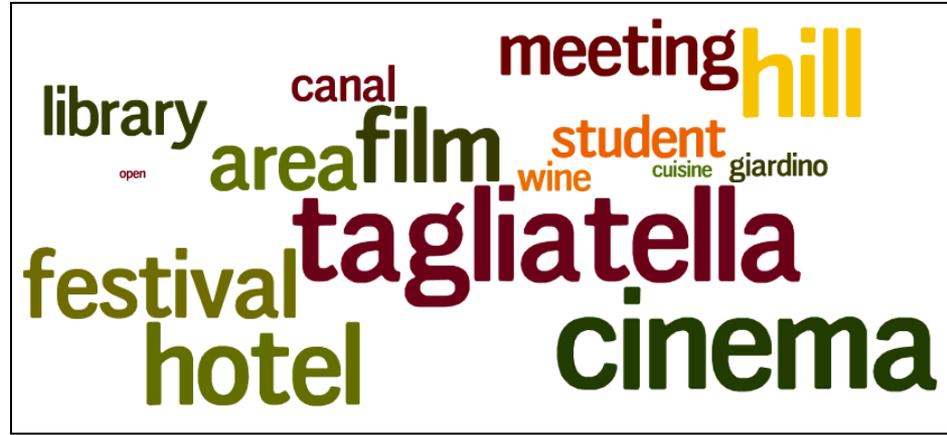
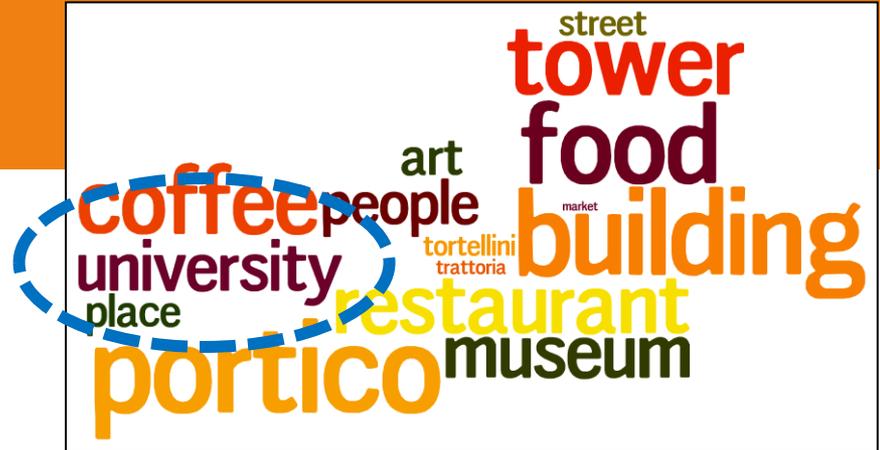
casa
fiera
lasagna
san
tortellino
aperitivo
bella
bar
centrale
center
mortadella
università
conoscere
sapere

cordialità
mangiare
mortadella
cultura
città
gente
musica
università
portico
cucina
centro storico
dibattito
tradizione
evento
imparare

portico
cibo
negozio
studente
piazza
università
città
giovane
vita
ragu
piadina
cultura
rosso
storia

meeting
hill
library
open
area
film
student
wine
cuisine
giardino
festival
hotel
tagliatella
cinema
canal





history
student
people
city
friend
quality
art
food
shopping
architecture
life
town
university
culture
tower

street
tower
food
art
people
coffee
university
place
portico
restaurant
museum
building
market
tortellini
trattoria

casa
fiera
lasagna
san
tortellino
aperitivo
bella
bar
centrale
center
mortadella
università
conoscere
saper
calm

cordialità
mangiare
mortadella
città
cultura
gente
università
cucina
centro storico
dibattito
tradizione
evento
portico
imparare

portico
cibo
negozio
studente
piazza
università
cultura
piadina
rosso
giovane
vita
ragu
città
storia

meeting
hill
library
open
area
film
festival
hotel
cinema
student
wine
cuisine
giardino

history
student
food
architecture
university
culture
tower

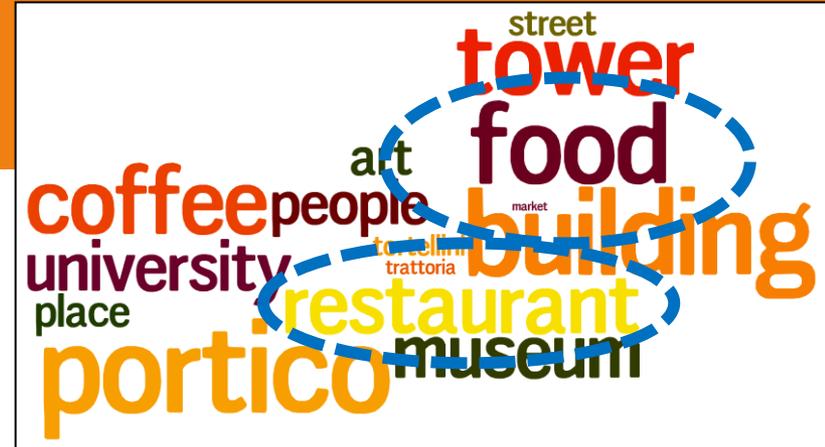
people
city
friend
quality
art
shopping
life



street
tower
food
building
restaurant
museum
portico

coffee
university
place

art
people
market
trattoria



casa
lasagna
san tortellino
mortadella
università

fiera
aperitivo
bella
bar
centrale
center
conoscere
sapere



cordialità
mangiare
cultura
città
musica
università
cucina
centro storico

mortadella
dibattito
gente
tradizione
evento
portico
imparare



portico
cibo
negozio
studente
piadina
cultura

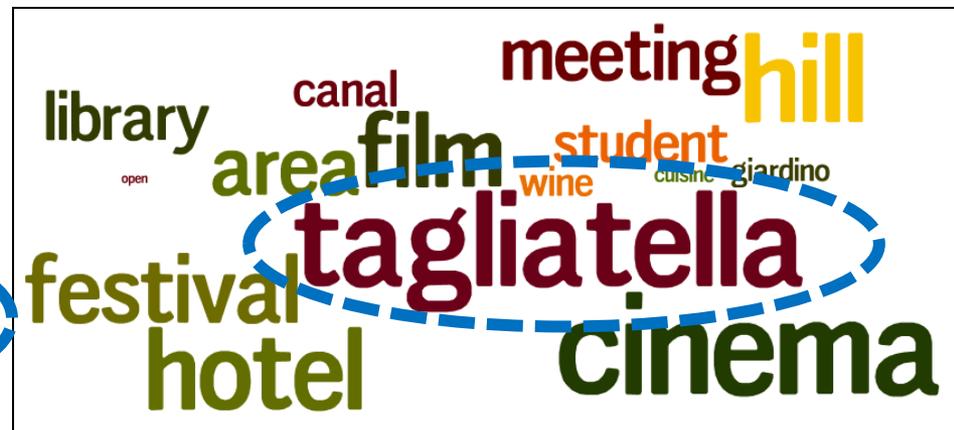
gente
piazza
giovane
vitaragu
rosso
stori



meeting
hill
tagliatella
cinema

library
open
area
festival
hotel

canal
student
wine
cuisine
giardino



history
student
people
city
art
food
architecture
life
university
culture
tower

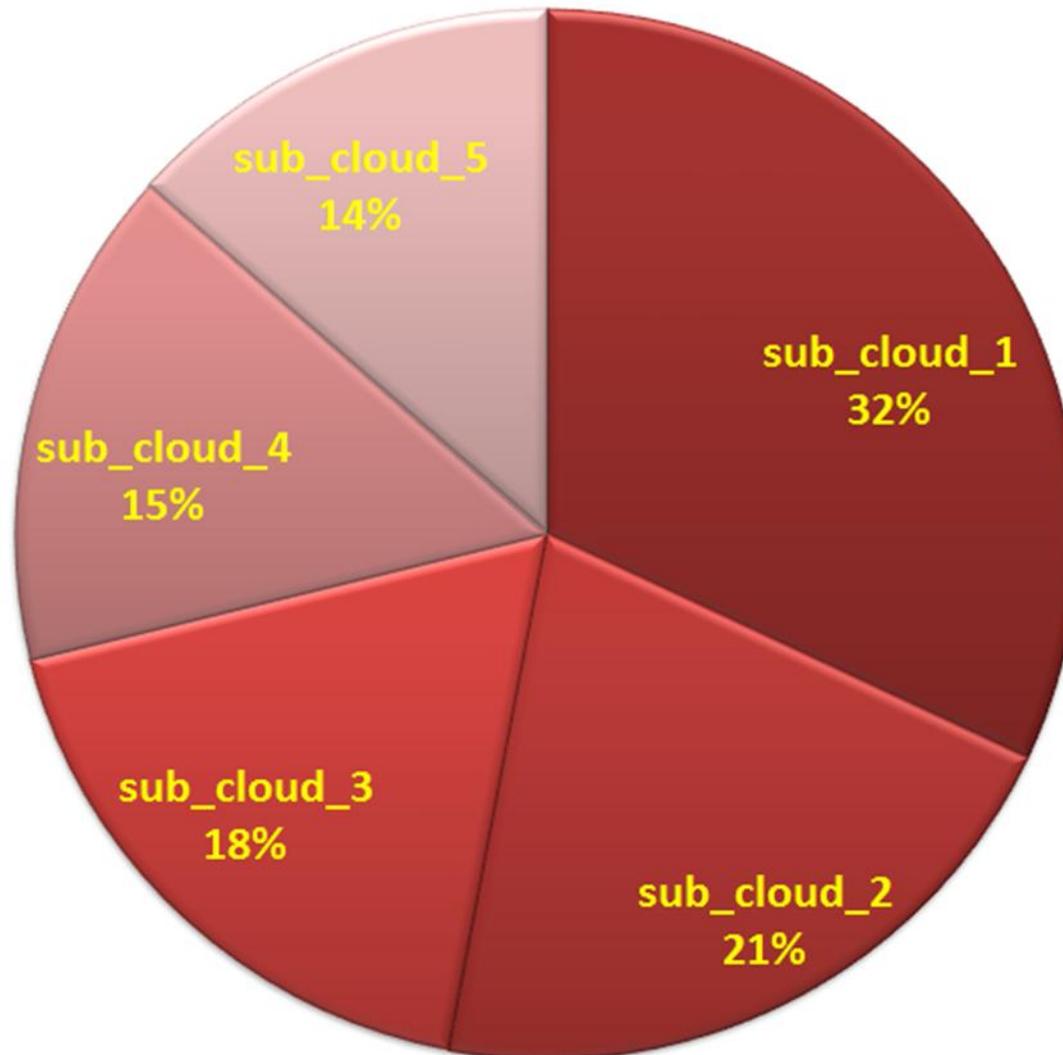
street
tower
food
art
people
building
coffee
university
place
portico
restaurant
museum

casa
fiera
lasagna
san
tortellino
bar
center
mortadella
università

cordialità
mangiare
città
cultura
musica
università
cucina
centro storico

portico
cibo
negozio
studente
piazza
università
piadina
cultura

meeting
hill
library
area
film
tagliatella
festival
hotel
cinema





città	piacevole
	cordiale
	vivace
	interessante

città	gente
	stimolante

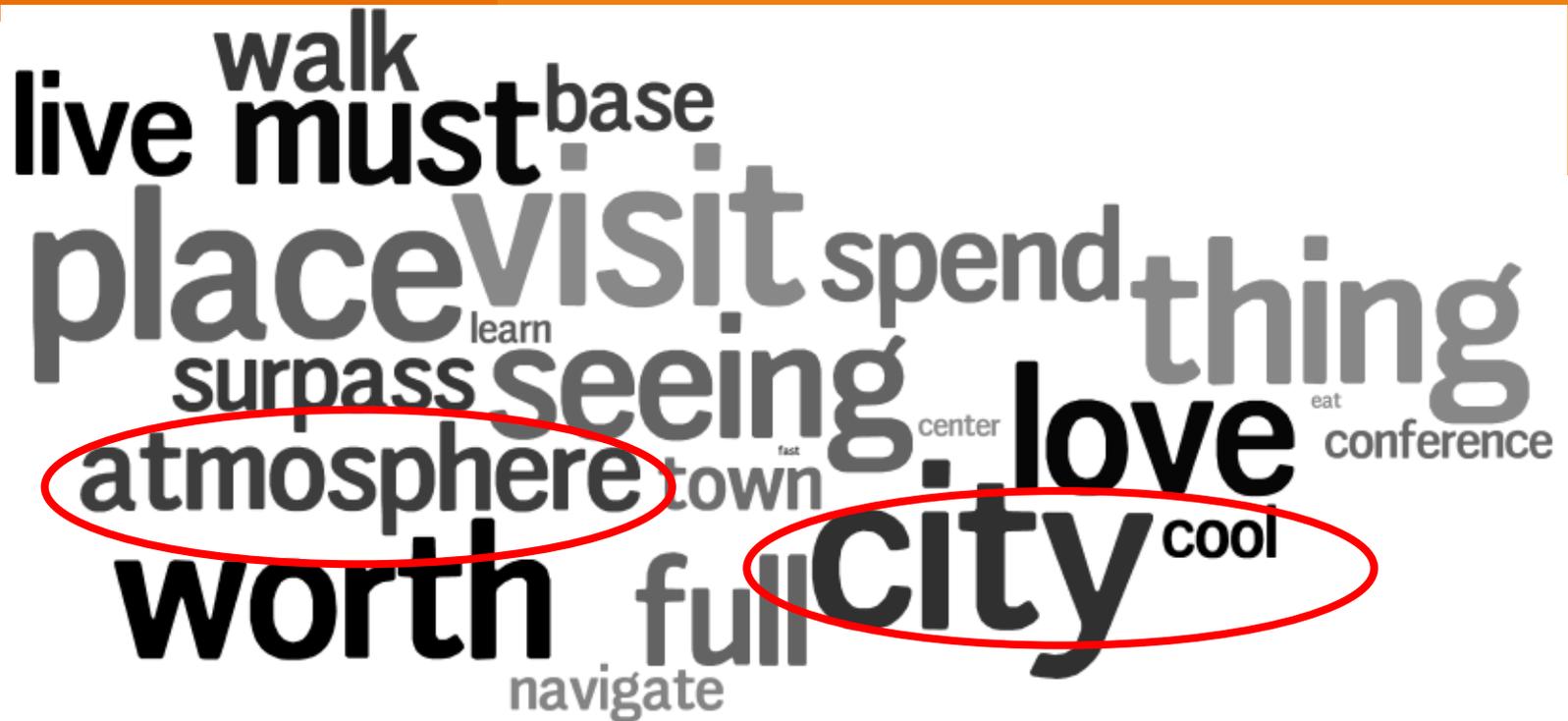


Ho vissuto due anni a Bologna, e sono stati due anni fra i più belli della mia vita! E' una città a dimensione umana ma con tante cose da fare, e la gente è molto simpatica anche con gli stranieri.

una città allegra

***Città_esperienza_
da_vivere_provare***

sono nata a Bologna e ci ho vissuto fino agli anni 70, è la città che amo, ma negli ultimi anni è cambiata. è sempre bellissima da vedere e da vivere, ma mi sembra più sporca, più caotica e meno sincera.... meno BOLOGNA e non perchè ci sono tanti stranieri, ma perchè i bolognesi gliela hanno data su!!!



city	nice
	interesting
	hospitable
	ancient
	youthful
	great
	creative
	real

A very nice city, not too big but with a lot

Città_atmosfera_antica

It is
_italiana

one of the nicest cities in italy and europe

It's a nice city you must have visited in your life!



Città combinazione presente passato

od attractions and sites

Good food

It was lovely and people were warm. The food was great. I could access many historical sites.

City with great food, nice sightseeing, a lot of churches and nice people



city	beautiful
	old
	italian
	this

***Città_cultura_storia
_architettura***

gem	secret
	pleasant
	surprising

*Historic city - I would like to explore
university*

A beautiful city, with beautiful architecture

*and colorful buildings cultural and natural attractions
and delicious food.*

Beautiful historic Italian city. A must see!

*Old beautiful city with great history and bright
future (I haven't been to new city, unfortunately)*

restaurant language
 see have visit wish wine
 hope day school trap treasure
 touch friend
 tourist shall time
 visit city explore
 go

*Città da visitare e
 esplorare imperativo*

Go there AND stay there for some days

go and see yourself

definitely worth a visit

Go there, you have to explore this beautiful City

Città Esperienza da vivere provare

Dimensione sensoriale-immateriale

Alta conoscenza della città, ha speso molto tempo in Bologna o ci è stato tante volte, ci sono risorse naturali nei dintorni, ma non è tanto pulita, ci sono tante occasioni di intrattenimento. Valori: i mezzi pubblici puntuali

Città atmosfera antica italiana

Conoscenza offuscata, incerta della città, ha speso tempo in Bologna ma forse anche prima del 2000, ricorda la pulizia di Bologna, la cordialità delle persone, i collegamenti facili per Bologna. Valori: avere posti pubblici dove incontrare la gente

city architecture history people food town miss site shopping experience friendliness want

Dimensione tangibile generale (people+food; culture_city)

university live find architecture city student like have say feel see like building street

Dimensione pragmatico-materiale (non descrittiva)

restaurant language see have visit wish wine hope day trap tourist city shall time go



Dimensione sensoriale-immateriale



Conoscenza buona della città, c'è stato spesso ma per pochi giorni, l'aeroporto è vicino, le persone sono cordiali, le info turistiche sono soddisfacenti, è famosa per la musica. Valori: piuttosto tradizionali-conservatori



Città_combinazione_presente_passato

Dimensione tangibile generale (people+food; culture_city)



Città_cultura_storia_architettura

Conoscenza non-buona della città e del suo ruolo hub, c'è stato 1-3 volte e per pochi giorni, non si gira bene a piedi. Non è inquinata, è di livello europeo. Valori: piuttosto legati a una green-vision



Dimensione pragmatico-materiale (non descrittiva)



1. Il tempo di permanenza è determinante
2. Importante se si tratta di «ricordi» oppure di «cronache»
3. Sono importanti i valori delle persone: conseguenze sulla eventuale «targettizzazione» delle politiche di promozione
4. La soddisfazione non entra in gioco come elemento discriminante la «narrazione a un amico»
5. I non rispondenti: sono stati poco, non hanno visto nulla, non c'è niente, l'aeroporto è addirittura lontano, meno soddisfatti

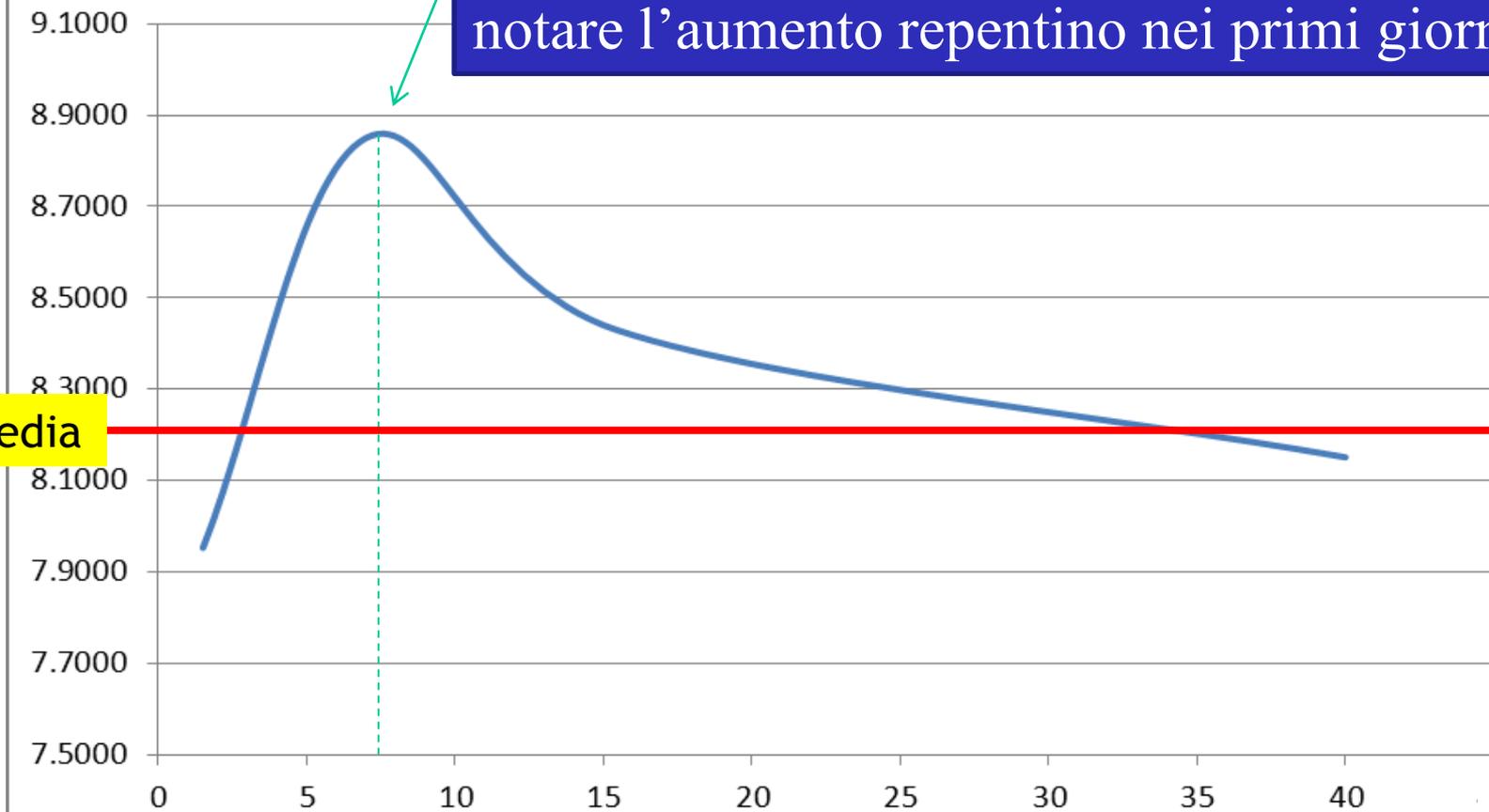
Soddisfazione media=8.24 (scala da 1 a 10)

Il 10% dei rispondenti dà un voto inferiore a 6

Il modello
soddisfazione=f (tempo)

Il livello massimo di soddisfazione si ha in coincidenza di 7.5 giorni circa di permanenza: notare l'aumento repentino nei primi giorni

voto



8.24=media

Giorni di permanenza

Pensando a Bologna, indichi il suo grado di accordo/disaccordo in una scala da 1 a 10 rispetto alle seguenti affermazioni (1 minimo accordo, 10 massimo accordo).

- 1. C'è varietà e qualità di alberghi e altre sistemazioni _____
- 2. C'è varietà e qualità di cibo, vino e ristoranti _____
- 3. C'è una ampia presenza e qualità di beni storici, artistici e luoghi culturali _____
- 4. C'è una ampia presenza di eventi e attrazioni culturali _____
- 5. C'è una ampia presenza di occasioni di intrattenimento _____
- 6. C'è una ampia presenza di risorse naturali attrattive attorno a Bologna _____
- 7. C'è una ampia presenza e qualità di risorse per Fiere e Congressi _____
- 8. C'è varietà e qualità dello shopping _____
- 9. C'è una ampia presenza e qualità dei trasporti per raggiungere Bologna _____

C'è

Pensando a Bologna, indichi il suo grado di accordo/disaccordo in una scala da 1 a 10 rispetto alle seguenti affermazioni (1 minimo accordo, 10 massimo accordo).

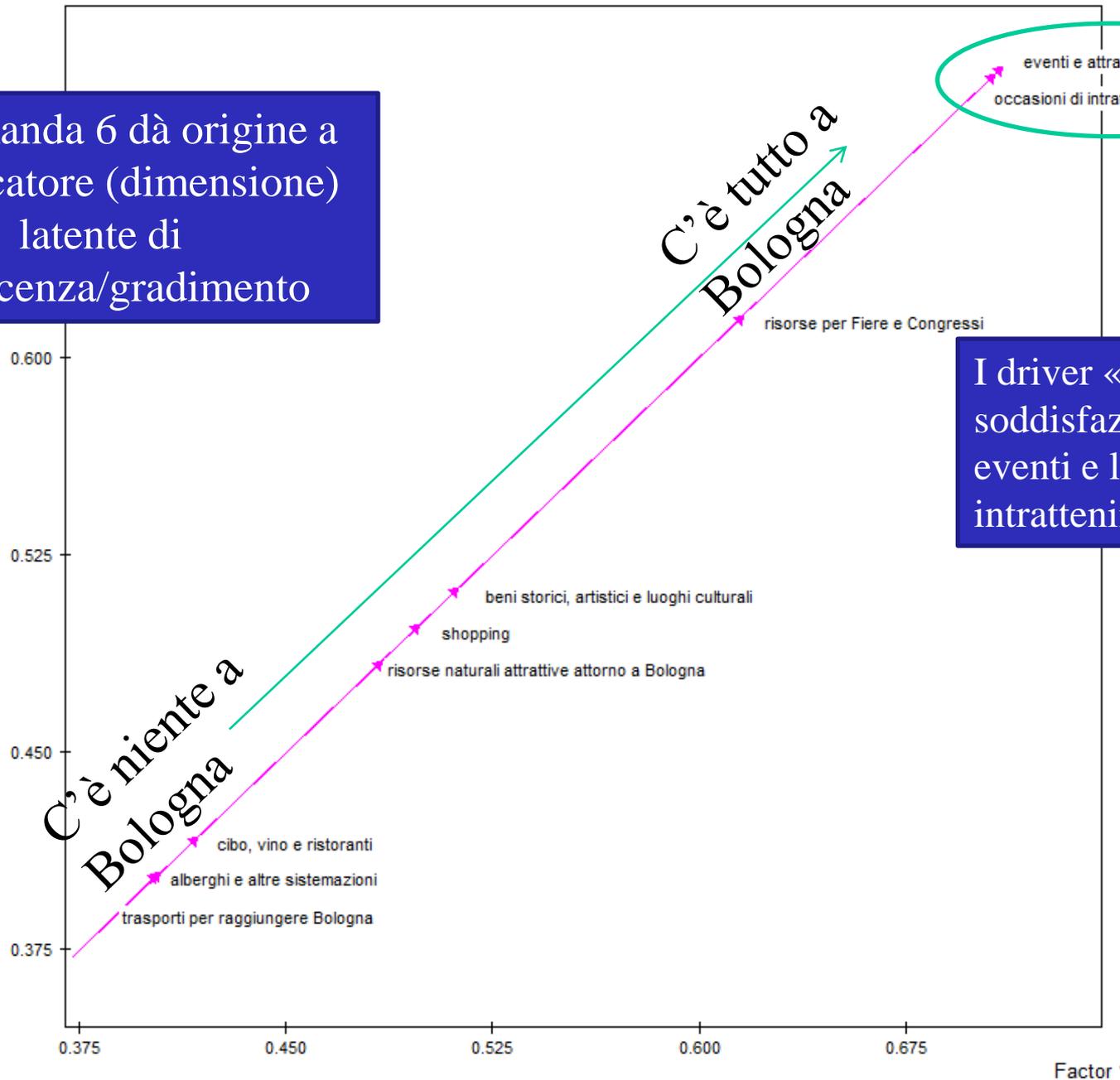
- 1. L'aria (non) è inquinata _____
- 2. Il costo della vita (non) è alto _____
- 3. Strade e palazzi sono puliti _____
- 4. (non) C'è molto traffico _____
- 5. I dintorni di Bologna sono attrattivi _____
- 6. E' una città vivace _____
- 7. Le persone sono cordiali _____
- 8. E' una città sicura _____
- 9. E' una città di livello europeo _____
- 10. Le informazioni turistiche in città sono soddisfacenti _____
- 11. E' una città attraente _____

È



Factor 1

La domanda 6 dà origine a un indicatore (dimensione) latente di conoscenza/gradimento



I driver «forti» della soddisfazione sono gli eventi e le occasioni di intrattenimento



C'è niente a Bologna

C'è tutto a Bologna



Passare a 3 giorni di permanenza raddoppia la probabilità di individuare eventi e attrazioni culturali e quindi aumenta significativamente la probabilità di «affermare» che a Bologna «c'è tutto»

Bassa intensità di conoscenza



Alta intensità di conoscenza

Permanenza: poca



Permanenza: tanta



SYNTHEMA^{SRL}
LANGUAGE & SEMANTIC TECHNOLOGIES

<http://www.urbancenterbologna.it/>