

UNIVERSITÀ, IMPRESE E CITTÀ: UN AMORE DA NUTRIRE COLTIVARE E RINSALDARE



Katia Cazzaniga – Ipsos
Bologna, 6 luglio 2021



Gli obiettivi della ricerca e la metodologia



Comprendere le **aspettative di evoluzione** attesa e identificare su quali elementi è prioritario agire per creare **opportunità** per il territorio bolognese

Metodologie qualitative per **esplorare ed approfondire le motivazioni** sottese ai giudizi



Opinion Leader



Giovani 16-35 anni

Metodologie quantitative per **dare evidenza numerica** ai fenomeni



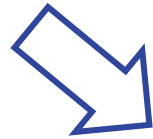
Popolazione maggiorenne a Bologna



Aziende con sede in città

**Bologna appare un “incubatore di possibilità”,
che attinge la sua forza da alcuni elementi chiave
tra cui ...**

**IL SUO FERMENTO
CULTURALE**



cui contribuisce

**IL SUO PENSIERO
INNOVATIVO**



**l'Università come luogo di
studio, ma anche incubatore di
idee e progetti**



L'università è l'indubbio fiore all'occhiello della città agli occhi delle imprese

Tra i seguenti quali sono i 3 elementi che secondo Lei caratterizzano in positivo la città?



Base: Totale intervistati aziende - Valori %

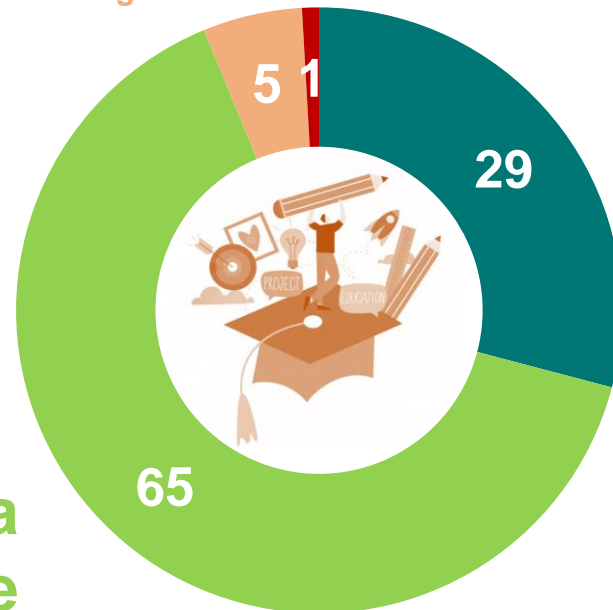


Per le imprese del territorio, l'università e le scuole bolognesi in generale offrono una buona formazione IN VISTA DELL'INGRESSO NEL MONDO LAVORATIVO e quindi un buon bacino 'TEORICO' da cui attingere

ADEGUATEZZA DELLA FORMAZIONE FORNITA DALLE SCUOLE DI BOLOGNA IN BASE ALLE ESIGENZE DELLE AZIENDE

Abbastanza negativamente

Molto negativamente, i giovani che escono dalla scuola non hanno le competenze necessarie



Abbastanza positivamente

Molto positivamente, i giovani che escono dalla scuola sono già pronti per il mondo lavorativo

Base: Totale intervistati aziende - Valori %

L'università è una realtà che non può essere assolutamente ignorata

con importanti pro



È UN IMPORTANTE POLO UNIVERSITARIO A LIVELLO NAZIONALE →
eccellenza italiana, è considerata tra le migliori università del paese



ATTRAIE INTELLETTUALI E FIGURE DI SPICCO A LIVELLO INTERNAZIONALE
→ da docenti a scrittori, il panorama culturale bolognese deve il suo respiro internazionale in gran parte all'università

e un elemento di attenzione

ATTRAIE ANCHE STUDENTI DA OGNI DOVE, E QUESTO NON SEMPRE È PERCEPITO POSITIVAMENTE → gli studenti stranieri e fuori sede sono una ricchezza, ma sono anche una parte di popolazione chissosa e nomade, spesso incurante verso la città



«*Gli studenti sono dappertutto e se ci sono loro c'è chiasso e casino, ma anche allegria e vivacità.*»

Bologna è un APPRODO SICURO PER MOLTI STUDENTI, SOPRATTUTTO DAL SUD

PUNTI DI FORZA

- ❑ «CULLA» DELLA CULTURA A 360° → sapere accademico (ad esempio attraverso corsi specialistici presenti in pochi altri atenei, come Information Science for Management), cultura contemporanea, arte, cinema, musica...
- ❑ **ACCESSIBILITÀ** → tutto a portata di mano, spesso concentrato nel centro

Tuttavia, un'accoglienza sempre più a breve termine ed elitaria

PUNTI DI DEBOLEZZA

- ❑ **SCARSA SINERGIA TRA UNIVERSITÀ E MONDO IMPRENDITORIALE** → sembra mancare una rete di supporto per introdurre i giovani nel mondo del lavoro e dell'imprenditoria
- ❑ **CARO AFFITTI** → si fatica a trovare soluzioni abitative, nessuna progettualità per supportare i giovani nel trovare un alloggio, gli investimenti in tal senso sono elitari (es. lo Student Hotel)

Perchè un bacino 'TEORICO' per le imprese?



Molti giovani trovano lavoro a Bologna in modo casuale, o vivono in città perché lì si trova la famiglia. **LA MAGGIOR PARTE PERÒ RESTA PER STUDIARE E POI SE NE VA:**

una risorsa persa, un'occasione mancata per le aziende locali, per essere un punto di riferimento e una META LAVORATIVA AMBITA



Una CITTÀ DI PASSAGGIO
dove tutti, almeno per un periodo della loro vita, dovrebbero trasferirsi

Popolazione complessiva maggiorenne



Giovani 18-30enni



Una città dove è bello nascere, crescere, RESTARE TUTTA LA VITA

**THANK
YOU**

GAME CHANGERS



Nota metodologica

Nell'autunno 2020 Ipsos ha realizzato un'indagine campionaria e un'indagine qualitativa che hanno visto coinvolti i cittadini di Bologna, con un focus particolare sulla fascia di età più giovane. Le indagini sono state commissionate ad Ipsos da Confindustria Emilia.

In dettaglio:

- **Indagine popolazione bolognese:** 1350 interviste realizzate (su 7.960 contatti) con metodologia telefonica CATI e on-line CAWI a residenti maggiorenni residenti in Bologna città. La rappresentatività del campione è garantita attraverso il controllo dei parametri di genere, età, titolo di studio, condizione lavorativa, zona urbana di residenza (centro-semiperiferia-periferia). Le interviste sono state realizzate dal 14 ottobre al 4 novembre 2020. E' stato utilizzato un questionario strutturato della durata media di circa 14 minuti.
- **Indagine qualitativa sui giovani bolognesi:** 26 partecipanti di età compresa tra i 16 e i 35 anni sono stati coinvolti in una online community per raccogliere le loro esperienze e opinioni anche tramite la condivisione di contenuti multimediali. La community è stata svolta dal 21 al 26 settembre 2020.

Il documento informativo completo riguardante i sondaggi sarà inviato ai sensi di legge, per la sua pubblicazione, al sito www.agcom.it