

GIOVANI, IMPRESE, INNOVAZIONE E TRADIZIONE: LA BOLOGNA DEL FUTURO

Nando Pagnoncelli – Presidente Ipsos
Bologna, 17 settembre 2021

GAME CHANGERS



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



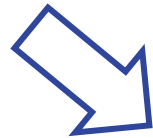
Aziende con sede in città

LA PROSPETTIVA PER LA CITTÀ DEL FUTURO SI FONDA NELLE SUE RADICI MA GUARDA AL CAMBIAMENTO

La sfida è trovare la chiave per coniugare il portato storico di una città dalla forte identità con le spinte necessarie per agganciare appieno l'innovazione (superando se possibile alcuni limiti «storici» della città)

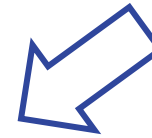
TRADIZIONE

(cultura, formazione, senso civico, apertura all'esterno, cooperazione...)



INNOVAZIONE

(digitalizzazione, inclusione, internazionalizzazione)



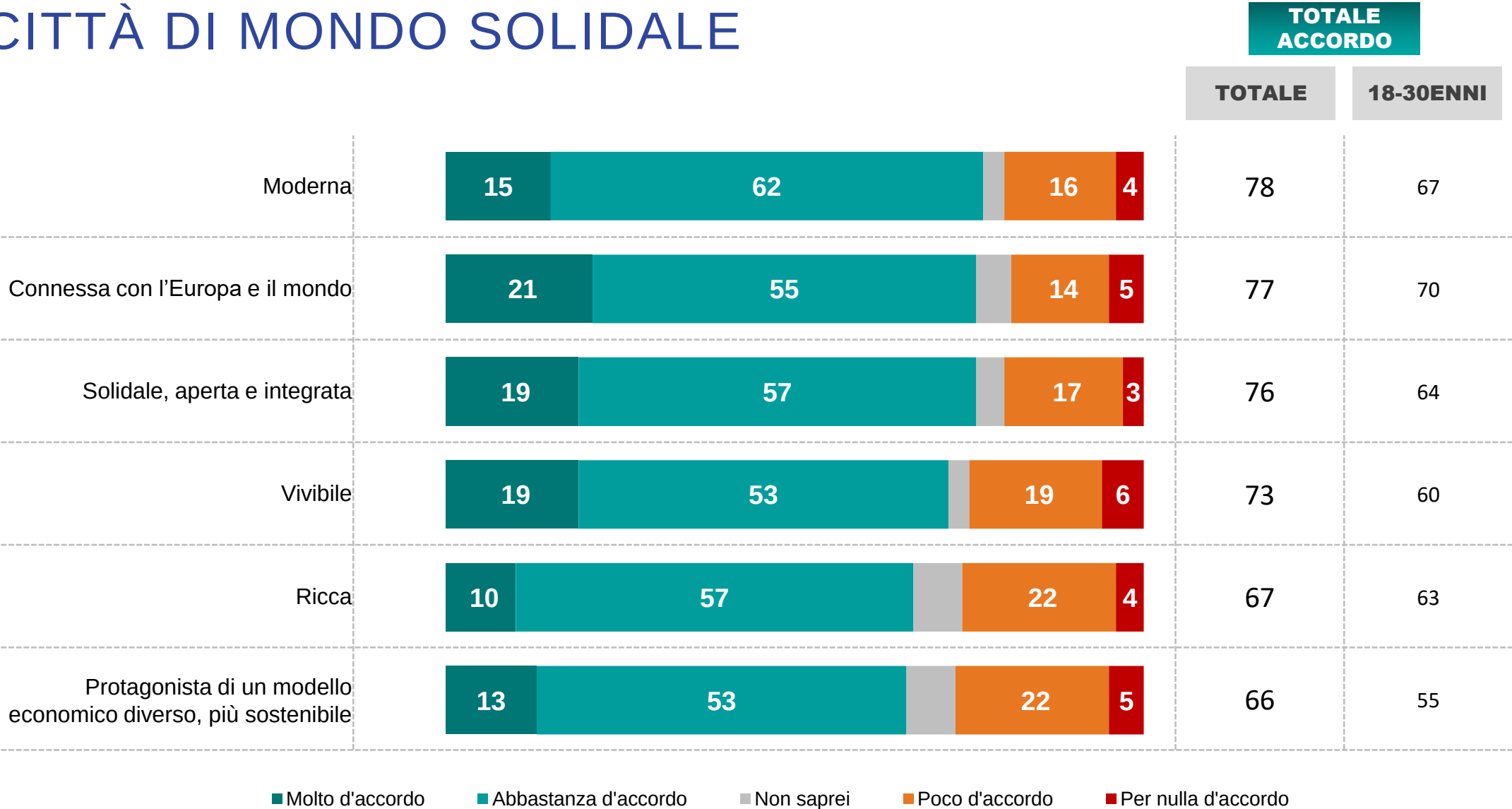
✓ Più sicurezza

- ✓ Un nuovo ruolo per l'Alma Mater (più aperta a Europa e Mondo, più connessa con il territorio, più focalizzata sull'innovazione)
 - ✓ Uno sviluppo più armonico (gentrification, caro affitti, integrazione stranieri, amalgama tra generazioni)
 - ✓ Upgrade di servizi (ambiente, e-government, decoro urbano)

Imprese, giovani e amministrazione devono essere PARTNER DEL CAMBIAMENTO

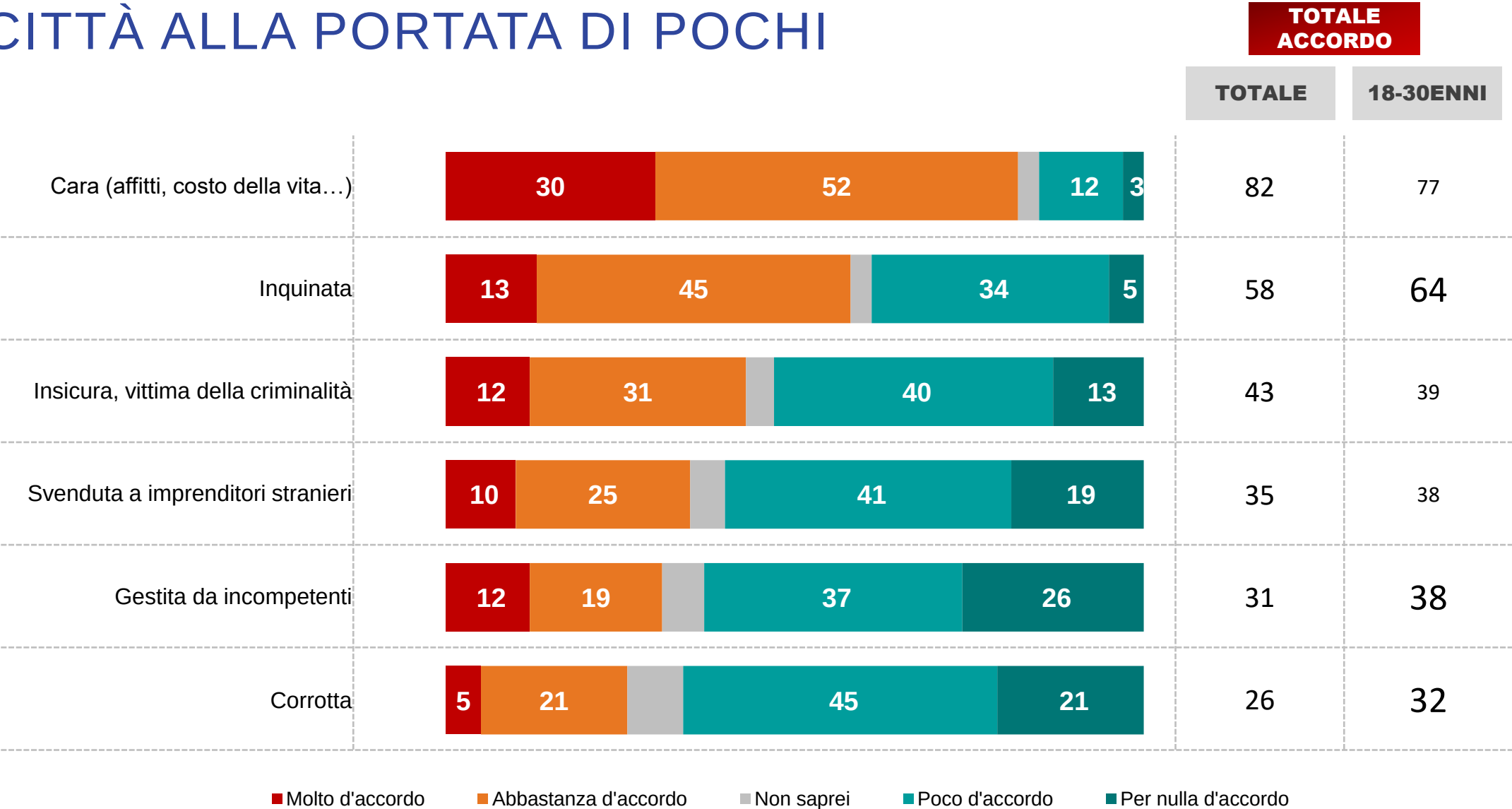


LE POTENZIALITÀ DELLA BOLOGNA DEL FUTURO: UNA CITTÀ DI MONDO SOLIDALE

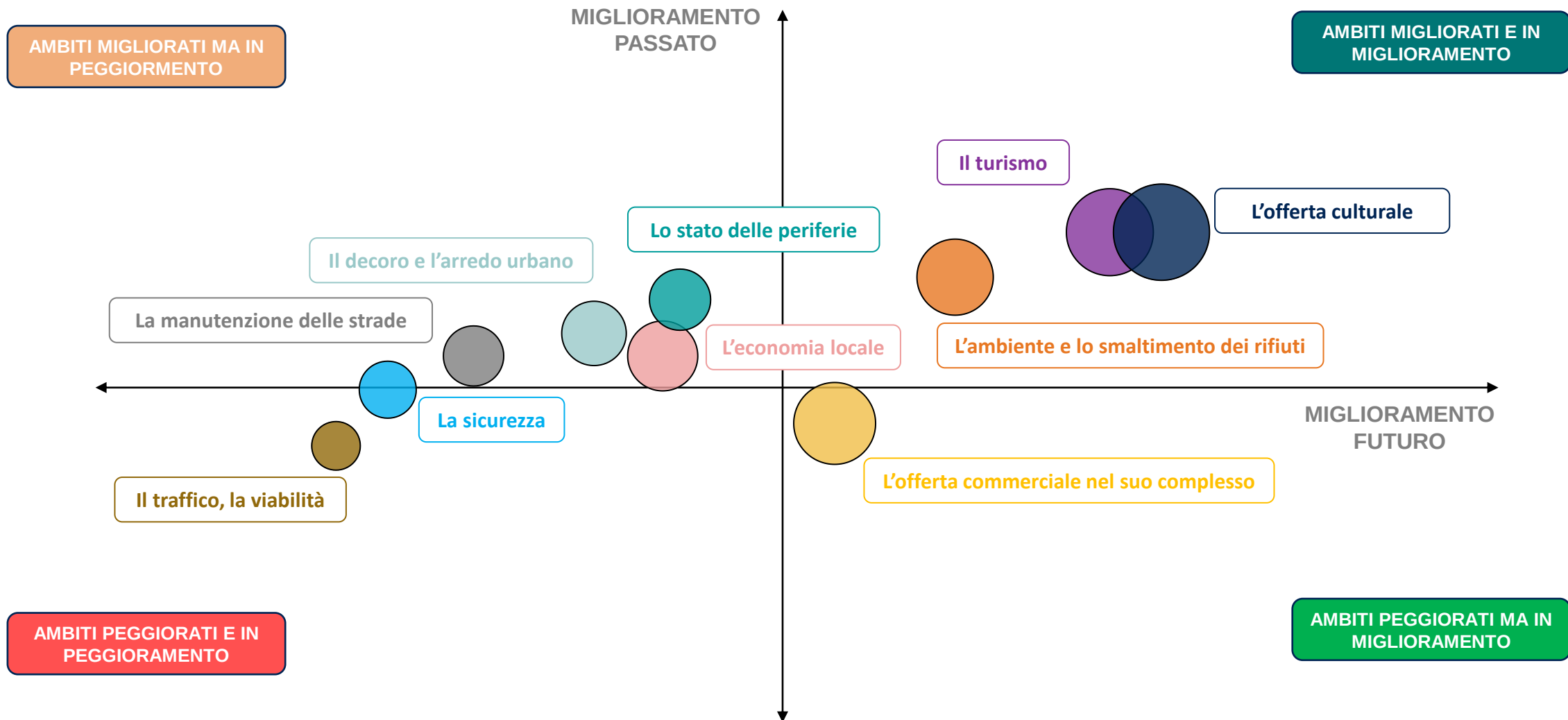




I PUNTI DEBOLI DELLA BOLOGNA DEL FUTURO: UNA CITTÀ ALLA PORTATA DI POCHI



AMBITI DI MIGLIORAMENTO E PEGGIORAMENTO NEL TEMPO



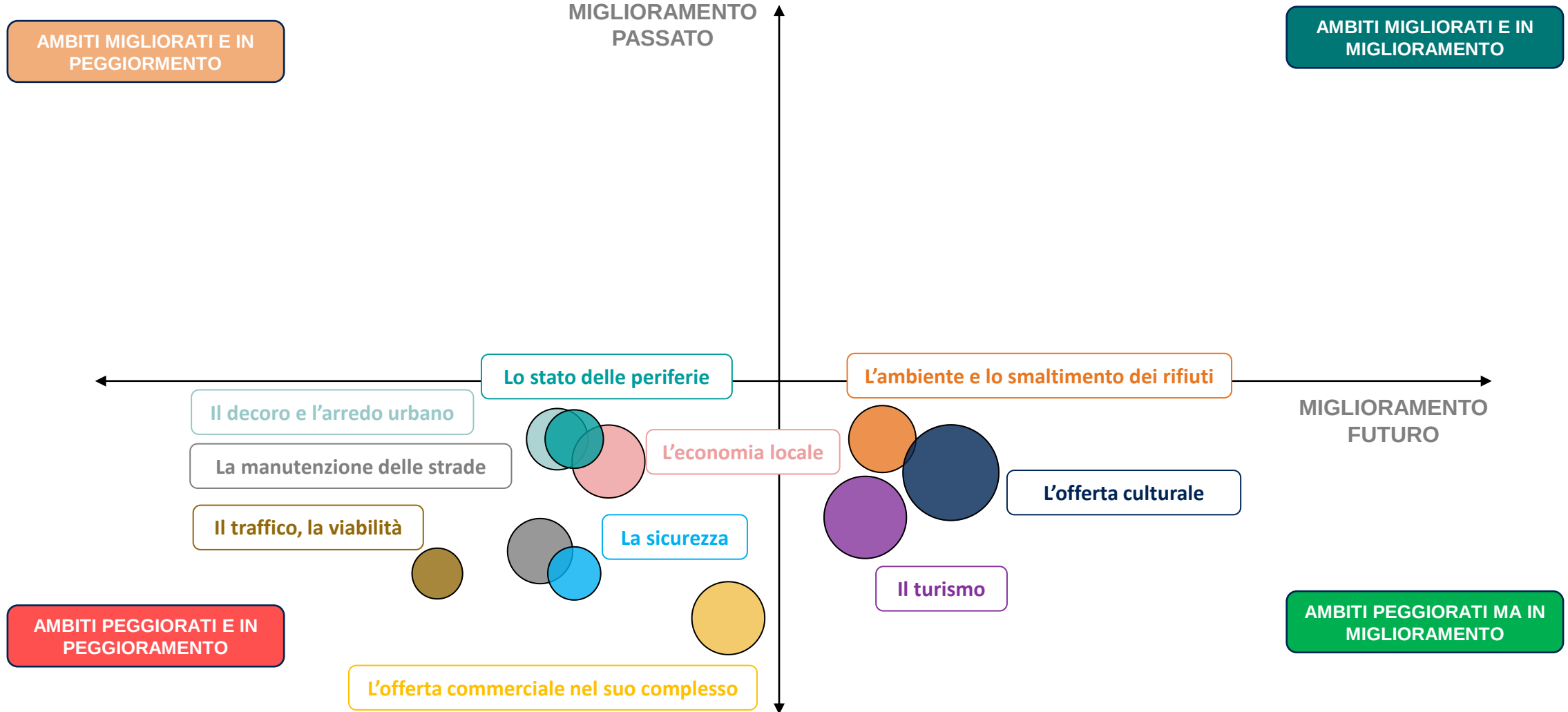
Base: Totale intervistati. Valori %.

Che giudizio darebbe a ciascuno dei seguenti ambiti per la città di Bologna? Grandezza bolla – Punteggi 8-10 (scala 1-10)

E secondo lei, su ciascuno di questi temi, le cose sono migliorate o peggiorate negli ultimi anni a Bologna? Migliorate

E lei personalmente si aspetta che le cose vadano a migliorare o a peggiorare nei prossimi anni a Bologna su ciascuno di questi temi? A migliorare

AMBITI DI MIGLIORAMENTO E PEGGIORAMENTO NEL TEMPO: LA DIVERSA PROSPETTIVA DEI GIOVANI



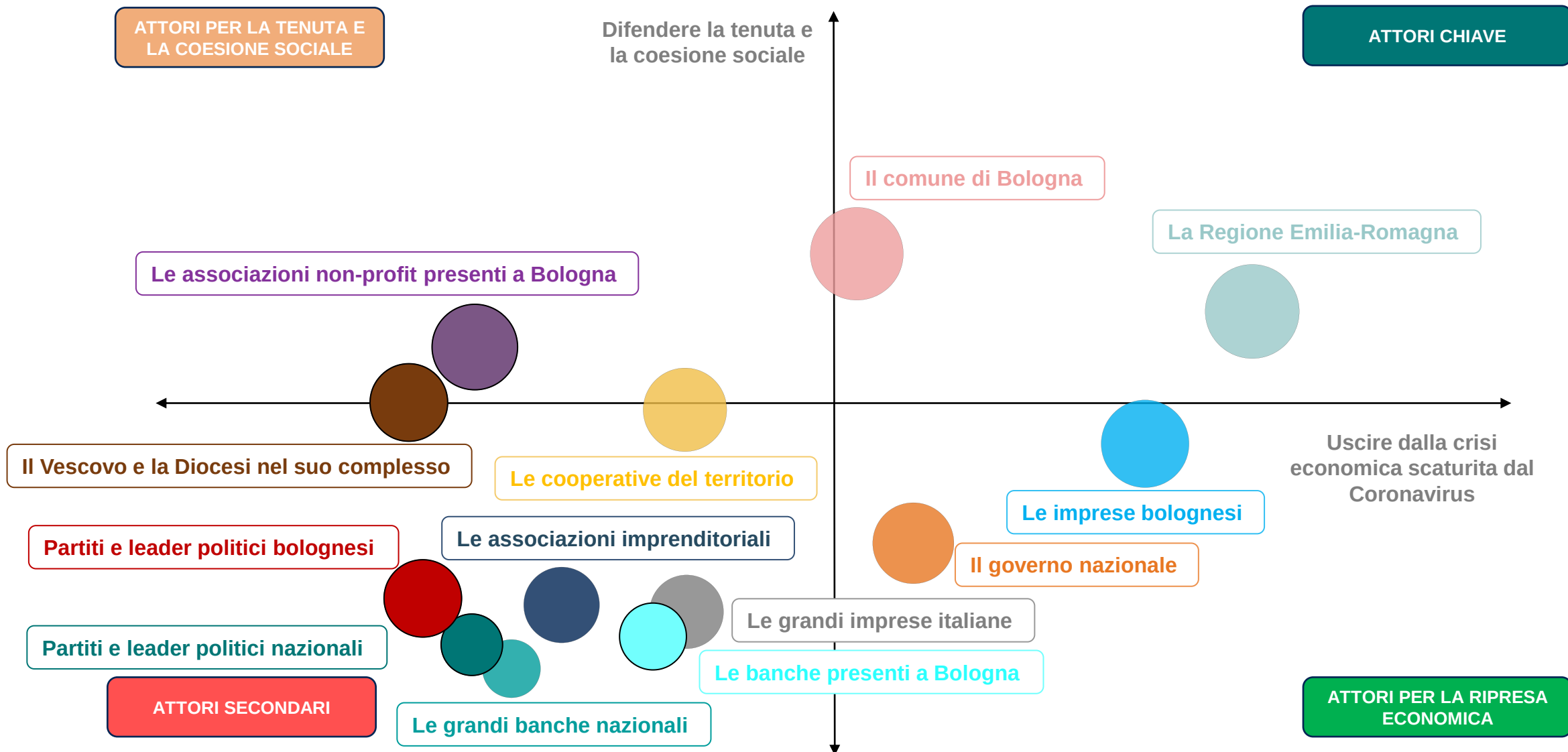
Base: 18-30enni. Valori %.

Che giudizio darebbe a ciascuno dei seguenti ambiti per la città di Bologna? Grandezza bolla – Punteggi 8-10 (scala 1-10)

E secondo lei, su ciascuno di questi temi, le cose sono migliorate o peggiorate negli ultimi anni a Bologna? Migliorate

E lei personalmente si aspetta che le cose vadano a migliorare o a peggiorare nei prossimi anni a Bologna su ciascuno di questi temi? A migliorare

LA MAPPA DEGLI ATTORI PER IL FUTURO



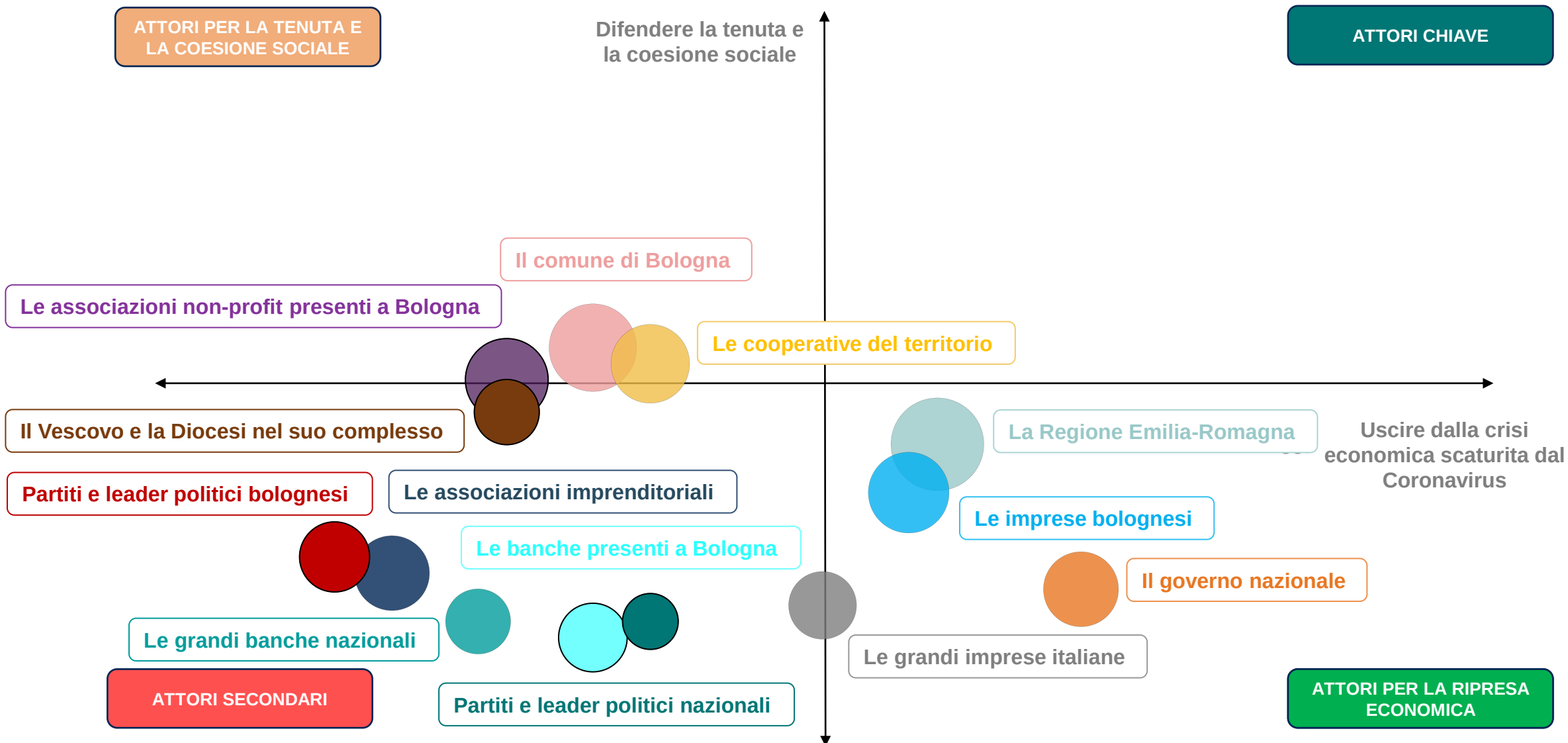
Base: Totale intervistati. Valori %.

Lei come valuta quanto fatto per contrastare l'emergenza sanitaria scatenata dal Coronavirus da...? Grandezza bolla – Molto+Abbastanza bene

Quali attori saranno più importanti per aiutare Bologna a...Uscire dalla crisi economica scaturita dal Coronavirus Possibilità di risposta multipla (somma risposte > 100).

Quali attori saranno più importanti per aiutare Bologna a... Difendere la tenuta e la coesione sociale Possibilità di risposta multipla (somma risposte > 100).

LA MAPPA DEGLI ATTORI PER IL FUTURO PER I GIOVANI



Base: 18-30enni. Valori %.

Lei come valuta quanto fatto per contrastare l'emergenza sanitaria scatenata dal Coronavirus da...? Grandezza bolla – Molto+Abbastanza bene

Quali attori saranno più importanti per aiutare Bologna a...Uscire dalla crisi economica scaturita dal Coronavirus Possibilità di risposta multipla (somma risposte > 100).

Quali attori saranno più importanti per aiutare Bologna a... Difendere la tenuta e la coesione sociale Possibilità di risposta multipla (somma risposte > 100).

DAL PUNTO DI VISTA DELLE AZIENDE, PER IL FUTURO VI È ANCORA MOLTA INCERTEZZA CON UN QUADRO MOLTO POLARIZZATO TRA OTTIMISTI E SFIDUCIATI



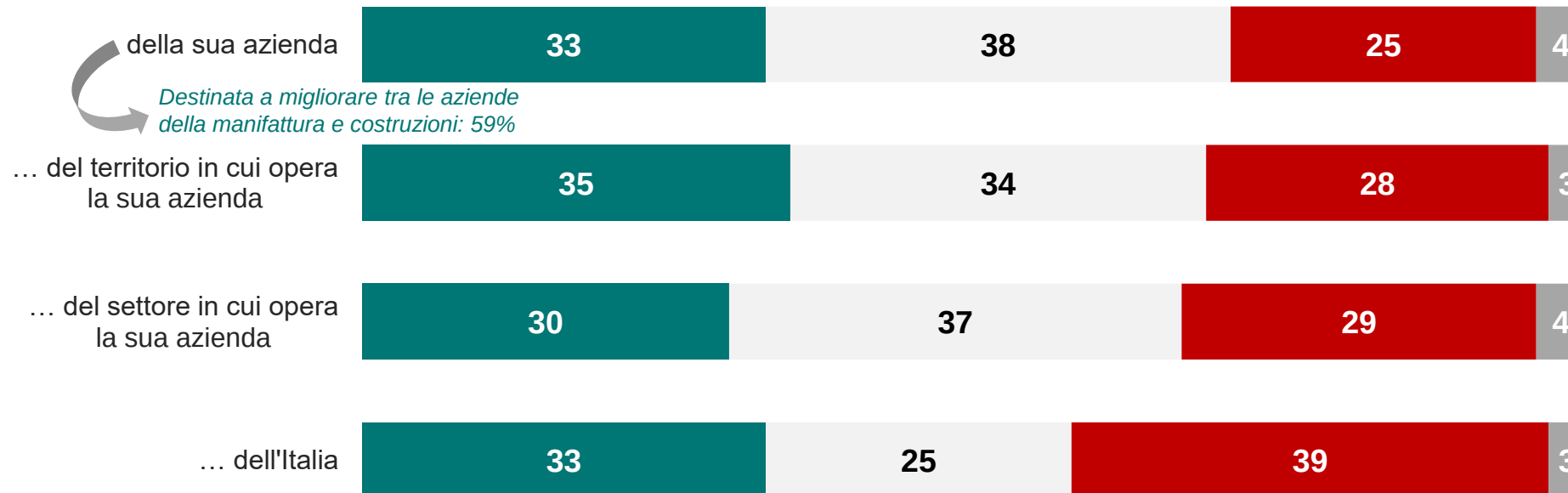
PREVISIONE PER I PROSSIMI 12 MESI DELLA SITUAZIONE ECONOMICA ...

■ E' destinata a migliorare

■ Rimarrà la stessa

■ E' destinata a peggiorare

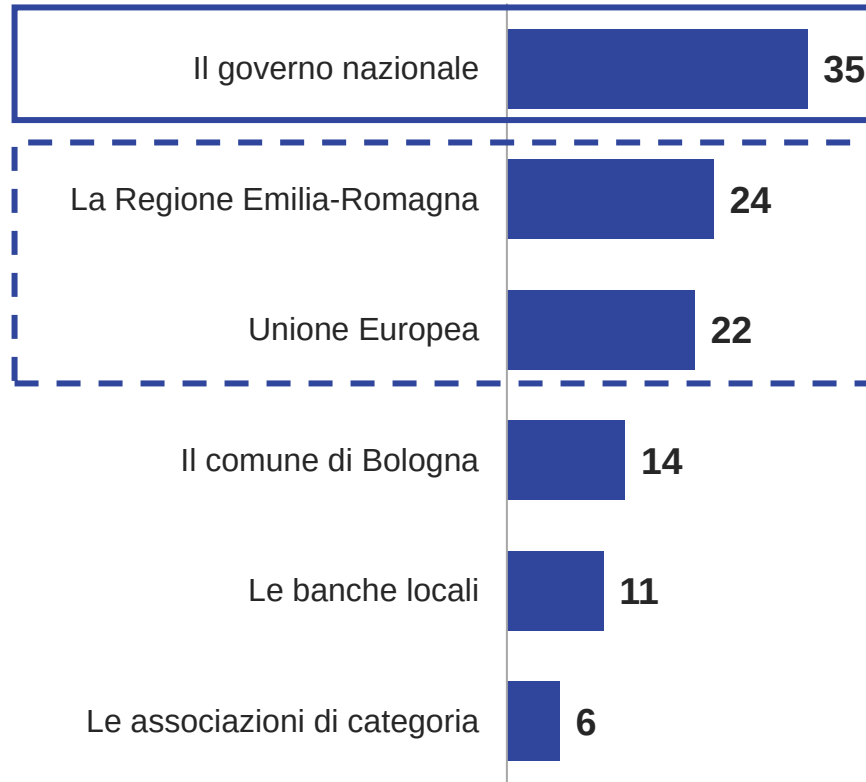
■ Non sa / non indica



PER USCIRE DALLA CRISI ECONOMICA LE AZIENDE AFFIDANO LE LORO SPERANZE AD UNA COLLABORAZIONE TRA DIVERSI SOGGETTI: GOVERNO CENTRALE, CHE DEVE QUINDI GIOCARE IL SUO RUOLO DIVERSAMENTE DA QUANTO FATTO FINO AD ORA, REGIONE E UNIONE EUROPEA



ATTORI PIÙ IMPORTANTI PER AIUTARE LE AZIENDE BOLOGNESI AD USCIRE DALLA CRISI ECONOMICA



Anche per il **target popolazione** la Regione e il Governo sono tra gli attori che possono aiutare Bologna ad uscire dalla crisi economica



BOLOGNA POTREBBE DIVENTARE «LA VERSIONE MIGLIORE DI SE STESSA»

01

LA SITUAZIONE ATTUALE È TUTTO SOMMATO POSITIVA DAL PUNTO DI VISTA DEI GIOVANI
→ non si sente il bisogno di «una rivoluzione»

02

L'ATTEGGIAMENTO DI FONDO È «PROTEZIONISTA» → un po' inerziale, brama l'innovazione ma rigetta l'ipotesi di stravolgimenti radicali *«Bisognerebbe innovare senza però cambiare l'identità della città.»*

03

IN OTTICA FUTURA, ALCUNI CAMBIAMENTI SARANNO INEVITABILI E NECESSARI → sia per questioni di mantenimento dei servizi, sia per non soccombere alle difficoltà a cui il paese sta andando incontro a causa del Covid-19



OCCORRE PERÒ RIFONDARE STRATEGICAMENTE L'EQUILIBRIO TRA INNOVAZIONE E TRADIZIONE

01

CAPITALIZZARE LA TRADIZIONE, PROIETTANDOLA CON SLANCIO NEL FUTURO → puntare in alto e lontano «*modernizzarsi un po' sfruttando la tecnologia, senza tradire il suo fascino antico*»

02

ABBRACCIARE L'INNOVAZIONE CON MAGGIORE DETERMINAZIONE → portando a termine progetti già avviati (soprattutto in tema di sostenibilità) e con il contributo delle imprese (soprattutto tecnologiche), comunicando Bologna come luogo (anche) di innovazione e sperimentazione (non solo Bologna la Dotta, la Rossa, ecc. ma anche Bologna la Digitale, la Sostenibile...)

«**La maggior parte della gente pensa si tratti di Wi-Fi, car sharing, piste ciclabili. In realtà il concetto è molto più ampio. Si parla di emissioni ed in città sono i condomini che producono più emissioni in assoluto, le auto valgono solo il 30% del totale delle emissioni. Quindi si parla di casa passiva uguale a emissioni quasi zero. Si parla di progettazione paesaggistica, giardini e verde pubblico. Si parla di riduzione della spazzatura aumentando la raccolta differenziata, digitalizzazione della burocrazia.**» (TARGET GIOVANI)

«**Mi vengono in mente città come Trento, dove tradizione e innovazione sono in equilibrio, c'è una relazione tra il pubblico e gli ambienti creativi/imprenditoriali**» (TARGET OL)

«**Sento parlare amministratori delegati che credono nella sostenibilità e sanno che dovrebbero metterla in atto, forse bisognerebbe creare delle gare per valutare le aziende in base alla loro priorità sociale, in questo modo l'adesione etica potrebbe diventare qualcosa di differenziante per la città**» (TARGET OL)



CONCRETAMENTE, QUESTO SIGNIFICA ANDARE A LAVORARE SULLE DEBOLEZZE PERCEPITE E SALDARE I DISAGI INTERNI, ATTRAVERSO UNA PROGETTUALITÀ CONDIVISA, COME SOTTOLINEANO GLI OPINION LEADER

01

RIQUALIFICAZIONE URBANISTICA del centro e delle periferie, progetti di integrazione e sostenibilità (edifici a impatto zero, co housing)

02

PIANO «OCCUPAZIONALE» E «ABITATIVO» A SOSTEGNO DI GIOVANI, in modo tale che possano pienamente esprimere la loro spinta propulsiva all'innovazione

03

RILANCIO INTERNAZIONALE, attraverso una ulteriore valorizzazione delle attività e realtà che già operano in quella direzione (come l'università)

«Bologna è una tappa di viaggio, ma è poco conosciuta, c'è un tema di promozione, di marketing, come è stato fatto su Milano, ci vuole un consulente tecnico che lavori su progetti di export» (TARGET OL)

«Ci vogliono più corsi di studio in Inglese, oggi vengono qui tanti studenti del centro sud Italia, si è perso il nord e gli studenti stranieri» (TARGET OL)



E ANCORA...

- **Più sicurezza** (es. strade più illuminate, zone sensibili sorvegliate)
- **Ulteriore investimento sulle attività culturali** (e farle conoscere a livello nazionale e internazionale)
- **Potenziamento dell'università** (es. campus tecnologico, ancora più connessioni con le aziende)
 - ✓ Capitalizzare le “competenze di passaggio” degli studenti che arrivano
 - ✓ Rafforzare il legame tra università e impresa (soprattutto con le start up)
 - ✓ Rinnovarsi attraverso corsi che puntano sull'innovazione, anche internazionali
- **Controllo e gestione di fenomeni come la *gentrification*** (che snaturano la città, ne cambiano il volto antropologico)
- **Investimento sull'educazione all'accoglienza e alla cultura delle diversità** (sono un valore distintivo per la città, da coltivare)
- **Valorizzazione del rapporto tra generazioni** (anche stimolando nei giovani una più ampia consapevolezza)
- **Maggiore cura estetica per il centro** (Bologna deve «*indossare un abito adatto*»)
- **Investimento sull'energia pulita attraverso iniziative concrete di innovazione e sensibilizzazione**
- **Miglioramento complessivo dei servizi** (dalla nettezza urbana, passando per la mobilità e i trasporti)



LE FORZE ATTIVE DEL TERRITORIO DOVREBBERO QUINDI LAVORARE IN RETE «PER IL BENE DELLA CITTÀ»

01

I SETTORI IMPRENDITORIALI SI DEVONO PARLARE, imprenditoria tradizionale e innovativa si dovrebbero muovere in modo sinergico

02

FONDAZIONI, ASSOCIAZIONI, UNIVERSITÀ, IMPRENDITORIA E ISTITUZIONI DEVONO SVILUPPARE INSIEME PROGETTI DI AMPIO RESPIRO, a supporto dell'imprenditoria giovanile

03

NON SOLO FONDI A FAVORE DI SINGOLI PROGETTI, MA SUPPORTO A LUNGO TERMINE ALL'ATTIVITÀ IMPRENDITORIALE fino al consolidarsi delle imprese nascenti

04

LE ISTITUZIONI DOVREBBERO SVOLGERE UN RUOLO ATTIVO: facilitare la connessione delle forze che lavorano sugli stessi progetti, capitalizzare le esperienze pregresse per costruire quelle future, favorire il cambiamento

«Torino è l'esempio di una città che si sta rinnovando grazie a un progetto legato alla digitalizzazione, dove due fondazioni, di fazioni opposte collaborano per un progetto comune di riqualifica della città» (TARGET OL)
<https://www.italiaoggi.it/news/a-torino-il-polo-digitale-microsoft-2458250> (TARGET OL)

*«Non concentrarsi solo sui bandi, spesso si aderisce al bando, con progetti creati ad hoc e poco affini alla mission aziendale, per avere un sostegno infrastrutturale, **si deve cambiare la prospettiva, chiedere a chi alle attività quali i progetti hanno già in cantiere, per poi supportarli**» (TARGET OL)*



...PER CONSENTIRE A BOLOGNA DI POSIZIONARSI COME CITTÀ CONNESSA AL TERRITORIO E GLOBALMENTE, ATTIVA CON E VERSO LE ISTITUZIONI, CHE ACCOGLIE I GIOVANI COME «PARTNER DEL CAMBIAMENTO»

01

UN POSIZIONAMENTO CHE VA SOSTENUTO E RACCONTATO → anche da parte delle istituzioni stesse, **prendendo a modello altre città** (italiane o straniere) **che hanno saputo investire sull'innovazione**, ad esempio Ginevra, Basilea, Berlino

02

IN CUI OCCORRE COINVOLGERE I GIOVANI STIMOLANDOLI → con alcuni punti di attenzione:

- **non vogliono sentirsi responsabili di sicurezza, mobilità, ambiente**: sono le istituzioni che devono prendere l'iniziativa, i cittadini possono seguire...
- **...ma si sentono portavoce di innovazione, motore delle trasformazioni in atto:**
 - Dopo il Covid-19 **hanno ritrovato la consapevolezza del proprio ruolo** nella società attraverso piccoli gesti significativi (es. creatività e ingegno a supporto del vicinato, volontariato, assistenza agli anziani, ecc.)
 - **Desiderano arginare il *brain-drain* verso l'estero** e fare qualcosa di utile in «patria»
 - **Sentono di avere competenze nuove e un potenziale inespresso** in termini di idee ed energie che non viene sfruttato adeguatamente

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