



**BRAND DI QUARTIERE, BRAND DI CITTÀ.
IDENTITÀ, APPARTENENZE, RELAZIONI**

INDAGINE SUI QUARTIERI DI MILANO

Federica Fortunato – Rosantonietta Scramaglia

Metodo

Questionario online distribuito sulla piattaforma SurveyMonkey

Campione a valanga non probabilistico.

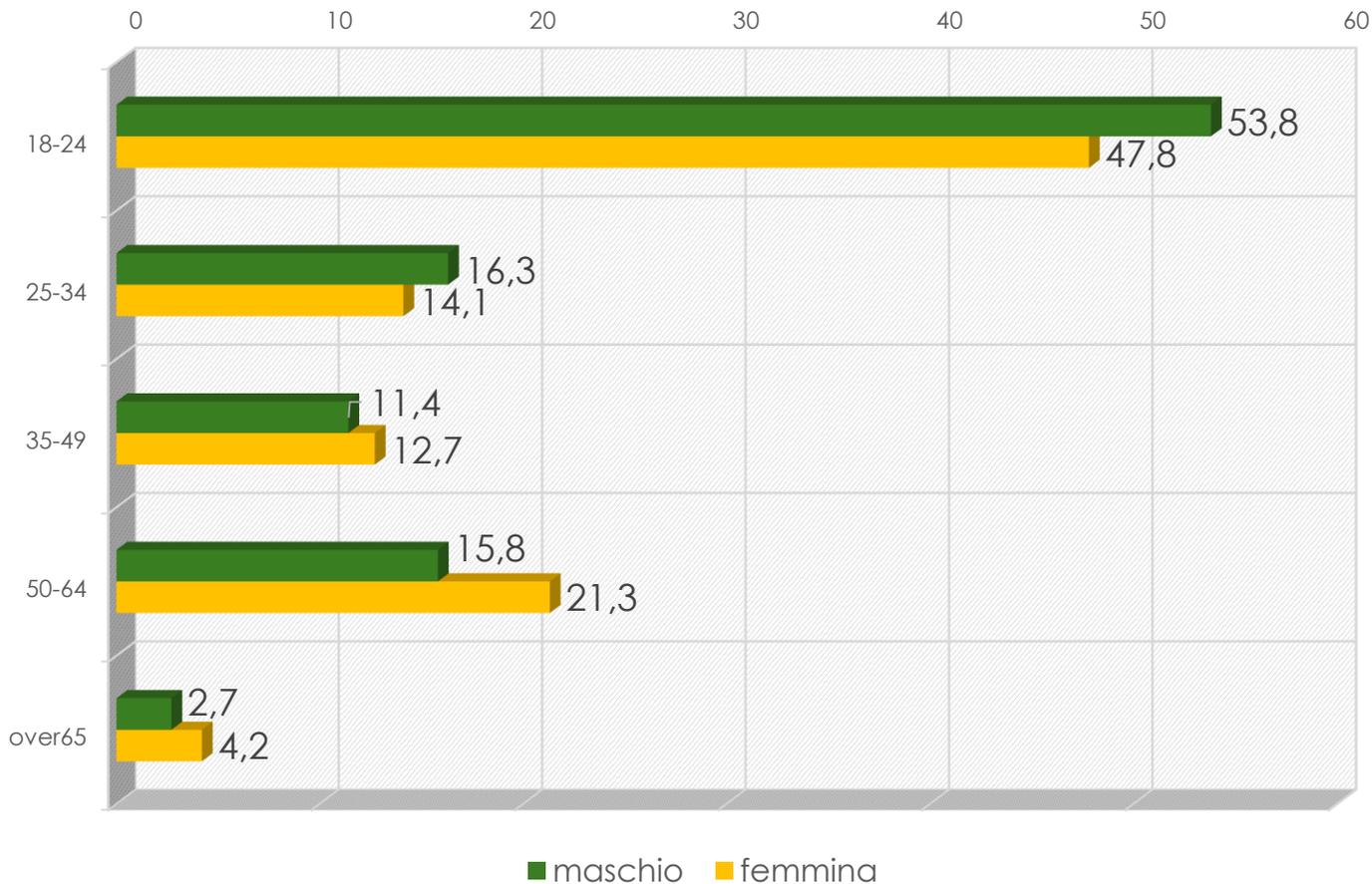
1720 RESIDENTI A MILANO

I dati si inseriscono nel contesto di una ricerca più ampia condotta **sul territorio italiano** coordinata dal Dip. di Arti, Media e Comunicazione e Dip. di Business dell'Università IULM DI MILANO, che ha coinvolto **14.000 rispondenti**, di cui 11.892 risposte elaborate.

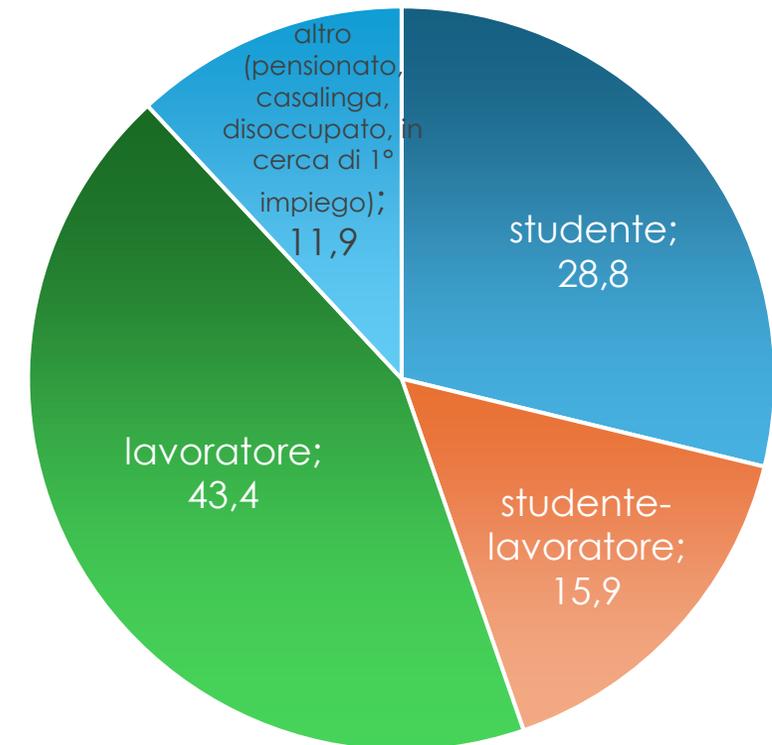
DATI DEMOGRAFICI: METODO E CAMPIONE

1720 residenti di cui: **34,2%** Maschi;
65,2% femmine; **0,5%** non binario

Composizione di genere del campione (valori %)

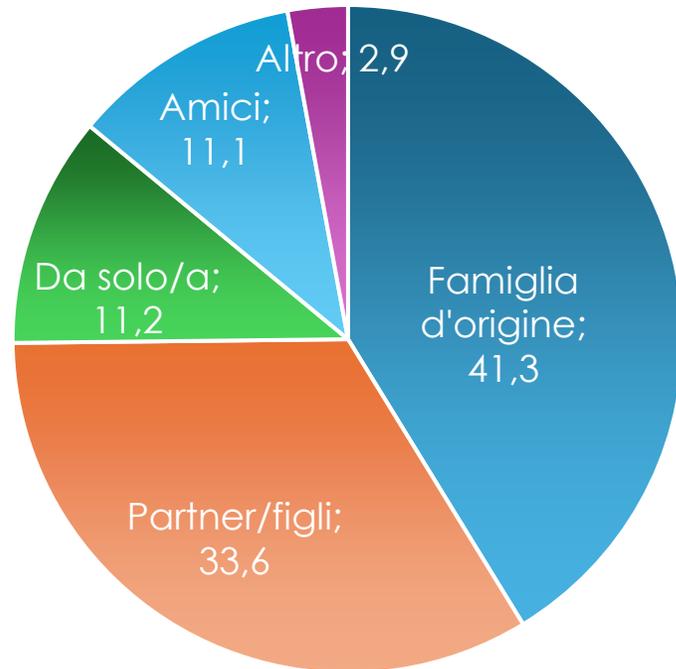


Stato occupazionale (valori %)

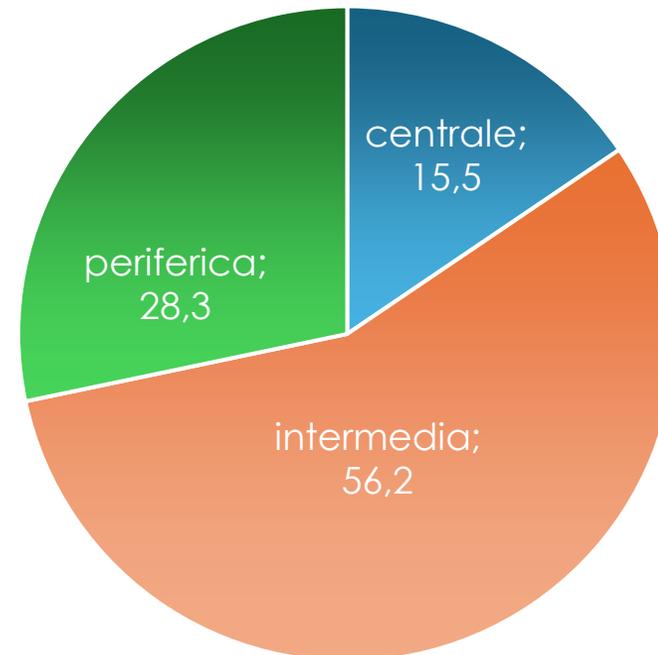


DATI DEMOGRAFICI: METODO E CAMPIONE

Con chi vivi? (valori%)



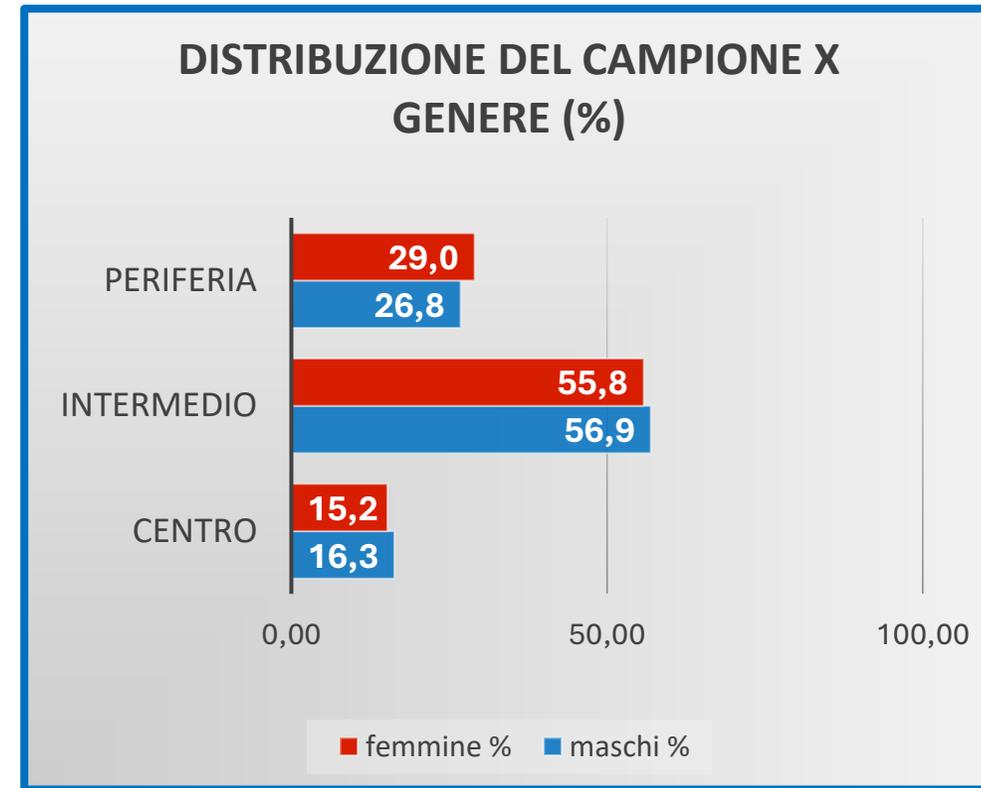
In che zona vivi? (valori %)



DATI DEMOGRAFICI: DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DEL CAMPIONE



DATI UFFICIALI DI MILANO



IL NOSTRO CAMPIONE

CRITERI DI RIPARTIZIONE DEGLI ABITANTI

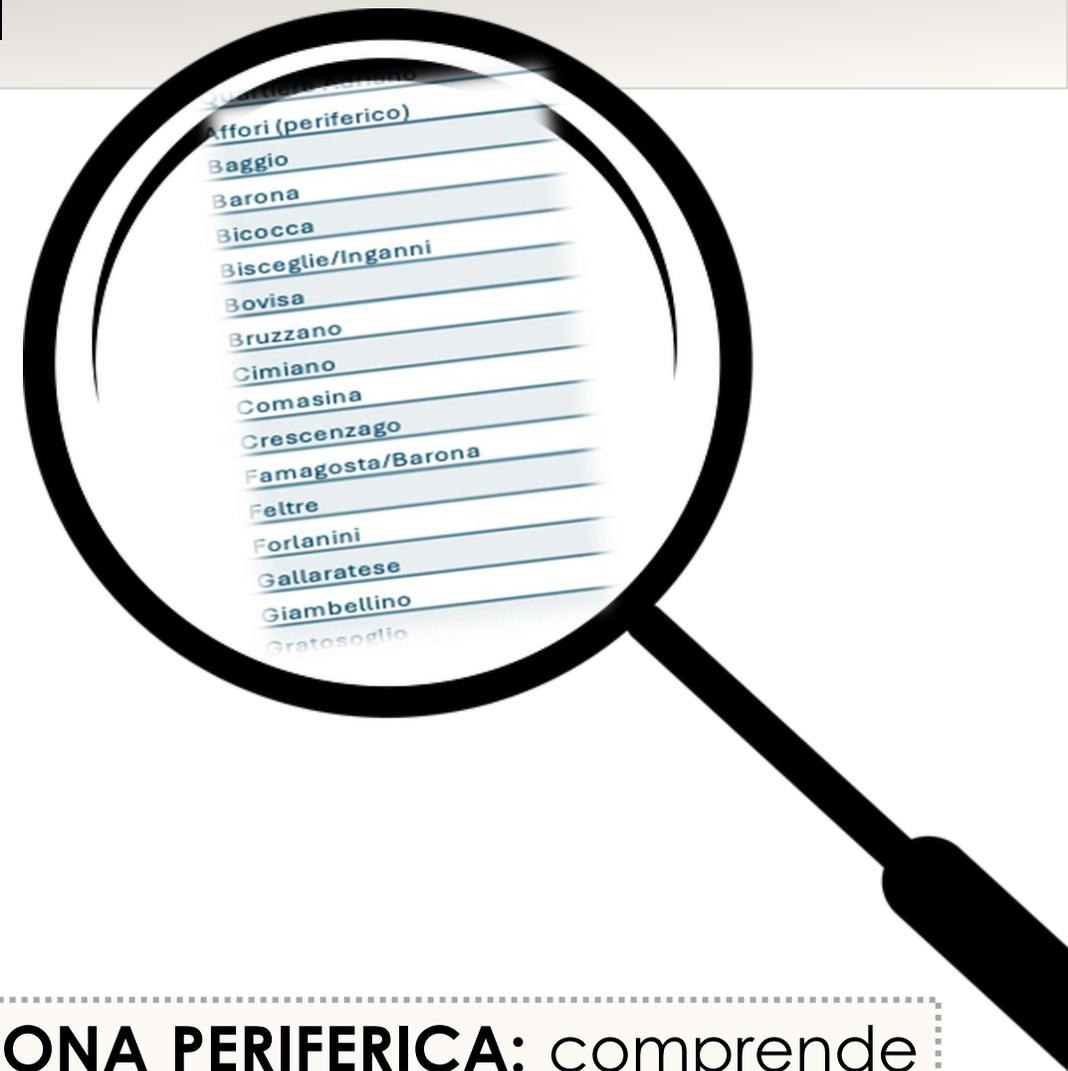
CENTRALE	N	INTERMEDIA	N	PERIFERICA	N
Arco della pace/Arena	12	Affori	11	Quartiere Adriano	8
Brera	18	Bande Nere/Q. Ebraico/Gambara	34	Affori (periferico)	20
Cadorna/Cairoli	9	Bocconi	21	Baggio	19
Centro	31	Buonarroti/Wagner	12	Barona	42
Cinque giornate/Vittoria	8	Cagnola/Portello	8	Bicocca	27
Crocetta	9	Calvairate	16	Bisceglie/Inganni	19
Garibaldi	8	Cenisio/Bullona	11	Bovisa	23
Guastalla	2	Chiesa Rossa	14	Bruzzano	8
Missori	4	Città studi	92	Cimiano	17
Moscova	14	City Life	22	Comasina	8
Pagano/Conciliazione	22	Corvetto	26	Crescenzago	8
Porta Monforte	2	De Angeli	16	Famagosta/Barona	33
Porta Nuova	2	Dergano/Maciachini	28	Feltre	7
Porta Romana	55	Fiera	23	Forlanini	33
Porta Volta	1	Istria/Greco	16	Gallaratese	24
Sant'Ambrogio/5 vie	34	Isola/Maggiolina	48	Giambellino	20
Ticinese	23	Lambrate/città studi	25	Gratosoglio	11
Porta Venezia (Giardini)	6	Lima/B. Ayres	8	Lambrate/	3
		Lodi/Prada	14	Lorenteggio	18
		Loreto	24	Mecenate/Ponte Lambro	3
		Navigli	80	Milano Nord/Sud, varie	15
		NoLo	20	Muggiano	6
		Quartiere Porta Vittoria	20	Niguarda/Fulvio Testi	26
		P.ta Venezia/B. Ayres	43	Niguarda/Parco Nord	6
		QT8/Lampugnano	5	Nord	1
		Repubblica/Centrale	10	Ortica	8
		Risorgimento/Acquabella	30	Padova	3
		Romolo	11	Precotto/Villa San Giovanni	9
		Rovereto/Turro/Gorla	19	Quarto Oggiaro	16
		San Siro	47	Quinto Romano/Trenno	6
		Sarpi/Chinatown	11	Rogoredo	10
		Sempione	28	San Cristoforo/Ronchetto	5
		Solari	33	Rubattino	3
		Stadera	13	Santa Giulia (Rogoredo)	7
		Stazione Centrale	17	Vigentino/Fatima	3
		Viale Certosa	22		
		Vigentino	32		
		Villapizzone	8		
		Washington	15		
Totale	260		943		475



ZONA CENTRALE: Municipio 1;
 circoscritta dalle **mura spagnole**, dalle porte cittadine e attraversata dalla circonvallazione interna

CRITERI DI RIPARTIZIONE DEGLI ABITANTI

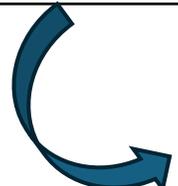
CENTRALE	N	INTERMEDIA	N	PERIFERICA	N
Arco della pace/Arena	12	Affori	11	Quartiere Adriano	8
Brera	18	Bande Nere/Q. Ebraico/Gambara	34	Affori (periferico)	20
Cadorna/Cairoli	9	Bocconi	21	Baggio	19
Centro	31	Buonarroti/Wagner	12	Barona	42
Cinque giornate/Vittoria	8	Cagnola/Portello	8	Bicocca	27
Crocetta	9	Calvairate	16	Bisceglie/Inganni	19
Garibaldi	8	Cenisio/Bullona	11	Bovisa	23
Guastalla	2	Chiesa Rossa	14	Bruzzano	8
Missori	4	Città studi	92	Cimiano	17
Moscova	14	City Life	22	Comasina	8
Pagano/Conciliazione	22	Corvetto	26	Crescenzago	8
Porta Monforte	2	De Angeli	16	Famagosta/Barona	33
Porta Nuova	2	Dergano/Maciachini	28	Feltre	7
Porta Romana	55	Fiera	23	Forlanini	33
Porta Volta	1	Istria/Greco	16	Gallaratese	24
Sant'Ambrogio/5 vie	34	Isola/Maggiolina	48	Giambellino	20
Ticinese	23	Lambrate/città studi	25	Gratosoglio	11
Porta Venezia (Giardini)	6	Lima/B. Ayres	8	Lambrate/	3
		Lodi/Prada	14	Lorenteggio	18
		Loreto	24	Mecenate/Ponte Lambro	3
		Navigli	80	Milano Nord/Sud, varie	15
		NoLo	20	Muggiano	6
		Quartiere Porta Vittoria	20	Niguarda/Fulvio Testi	26
		P.ta Venezia/B. Ayres	43	Niguarda/Parco Nord	6
		QT8/Lampugnano	5	Nord	1
		Repubblica/Centrale	10	Ortica	8
		Risorgimento/Acquabella	30	Padova	3
		Romolo	11	Precotto/Villa San Giovanni	9
		Rovereto/Turro/Gorla	19	Quarto Oggiaro	16
		San Siro	47	Quinto Romano/Trenno	6
		Sarpi/Chinatown	11	Rogoredo	10
		Sempione	28	San Cristoforo/Ronchetto	5
		Solari	33	Rubattino	3
		Stadera	13	Santa Giulia (Rogoredo)	7
		Stazione Centrale	17	Vigentino/Fatima	3
		Viale Certosa	22		
		Vigentino	32		
		Villapizzone	8		
		Washington	15		
Totale	260		943		475



ZONA PERIFERICA: comprende le aree **confinanti con altri comuni** della provincia

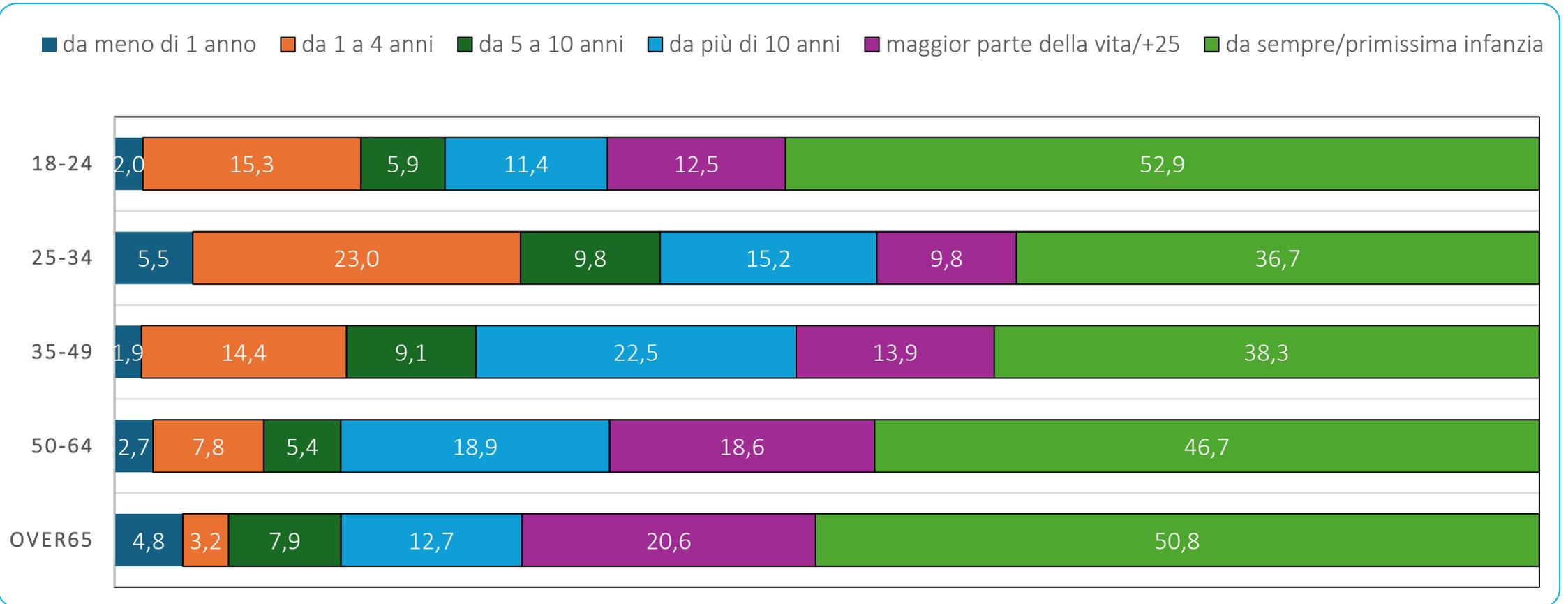
DA QUANTO TEMPO VIVONO NEL LORO QUARTIERE?

Da quanto vivi nel quartiere?	Frequenze	Valori %
da meno di 1 anno	47	2,7
da 1 a 4 anni	248	14,4
da 5 a 10 anni	118	6,9
da più di 10 anni	255	14,8
maggior parte della vita/+25	236	13,7
da sempre/primissima infanzia	816	47,4
Totale	1720	100,0



Scarsa mobilità o
legame affettivo?

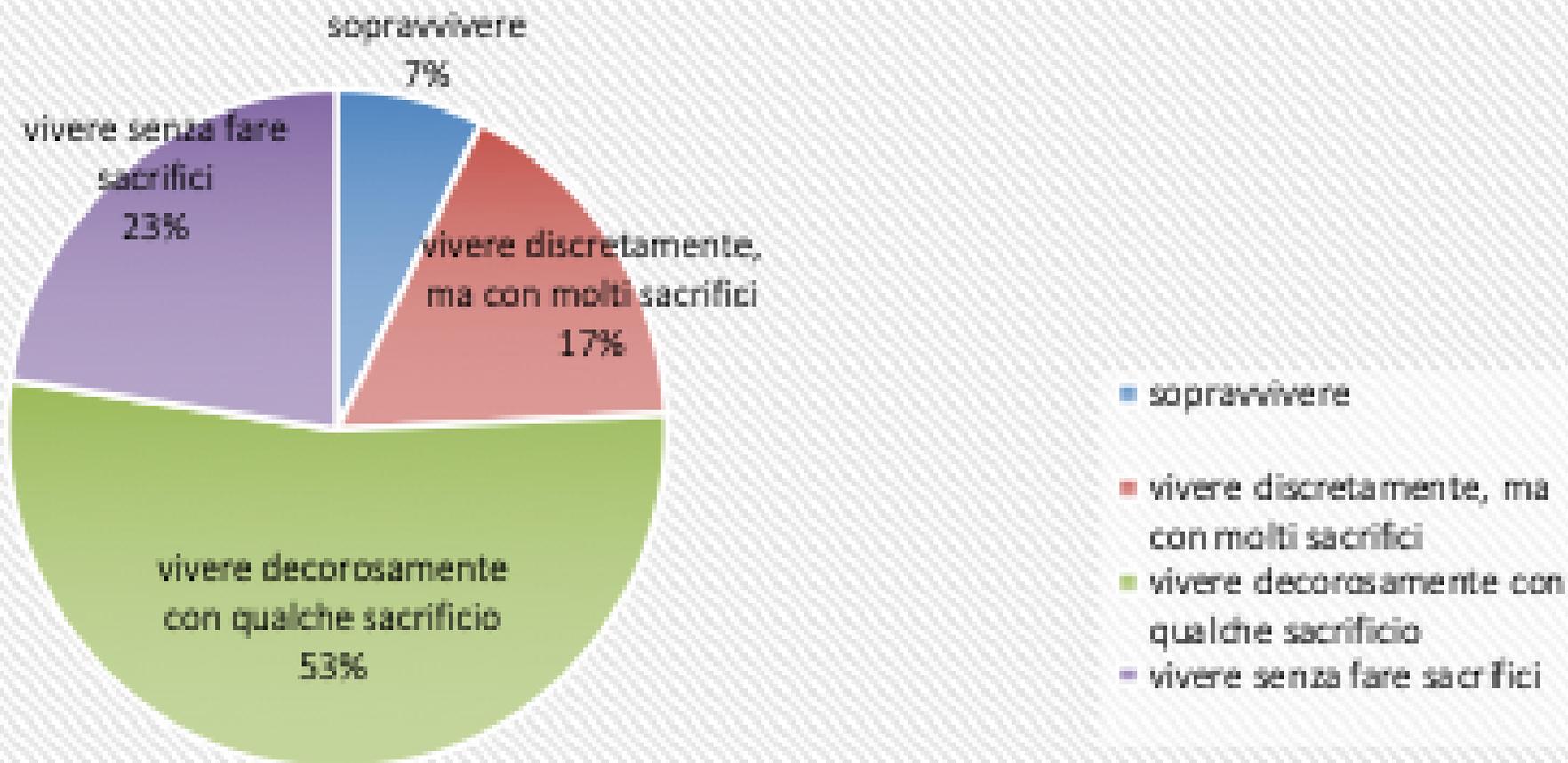
DA QUANTO TEMPO VIVONO NEL LORO QUARTIERE?



PIÙ DELLA METÀ DI **GIOVANISSIMI**
E **OVER65** VIVONO NELLO STESSO
QUARTIERE DALLA NASCITA

PERCEZIONE DEL REDDITO

IL TUO REDDITO PERSONALE O FAMILIARE È SUFFICIENTE PER...

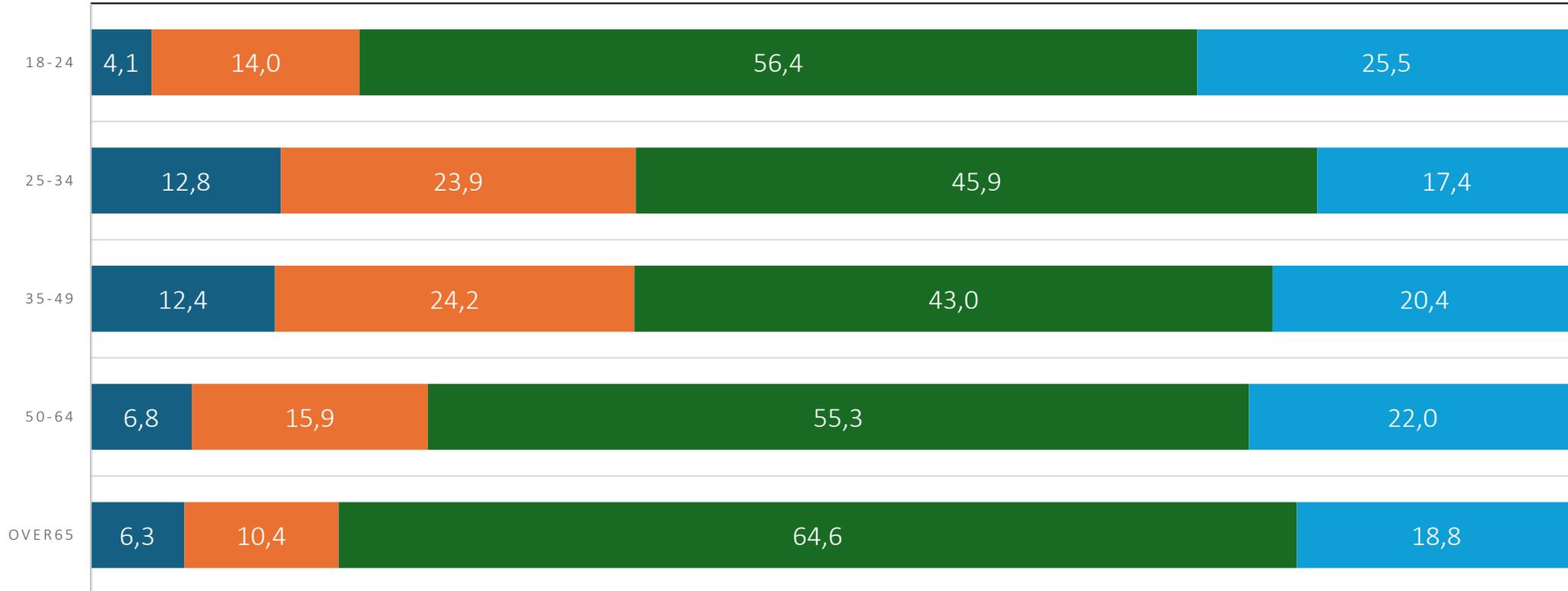


IL 53% APPARTIENE AL CETO MEDIO

PERCEZIONE DEL REDDITO PER CLASSI D'ETÀ

IL TUO REDDITO PERSONALE O FAMILIARE È SUFFICIENTE PER...

■ sopravvivere ■ vivere discretamente, ma con molti sacrifici ■ vivere decorosamente con qualche sacrificio ■ vivere senza fare sacrifici

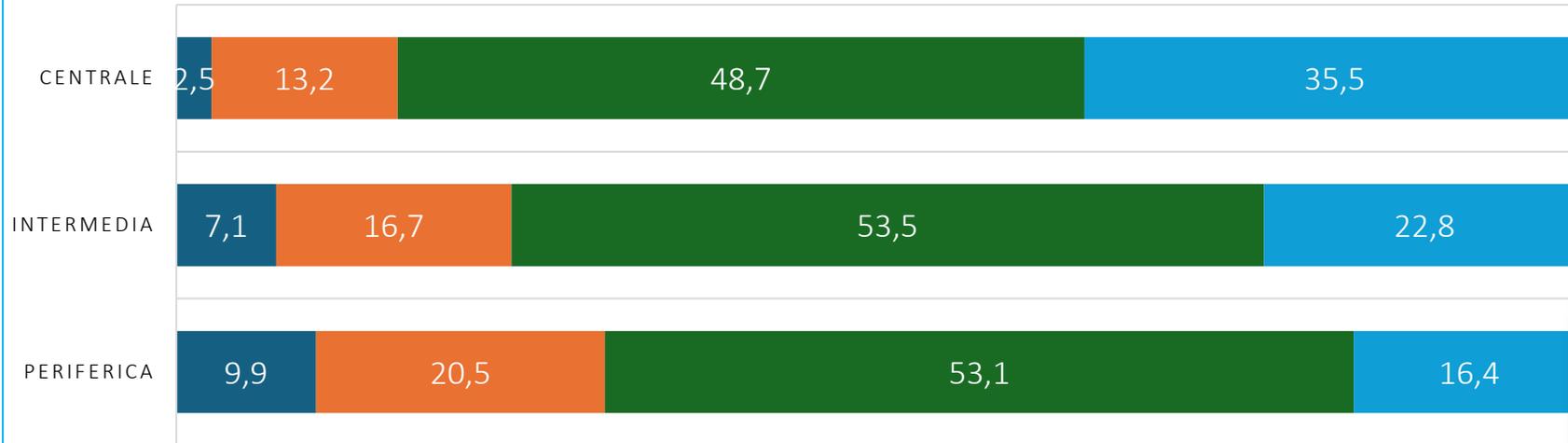


SONO I **GIOVANISSIMI** E GLI **OVER 65** AD AVERE LA PERCEZIONE MIGLIORE DEL LORO LIVELLO DI VITA

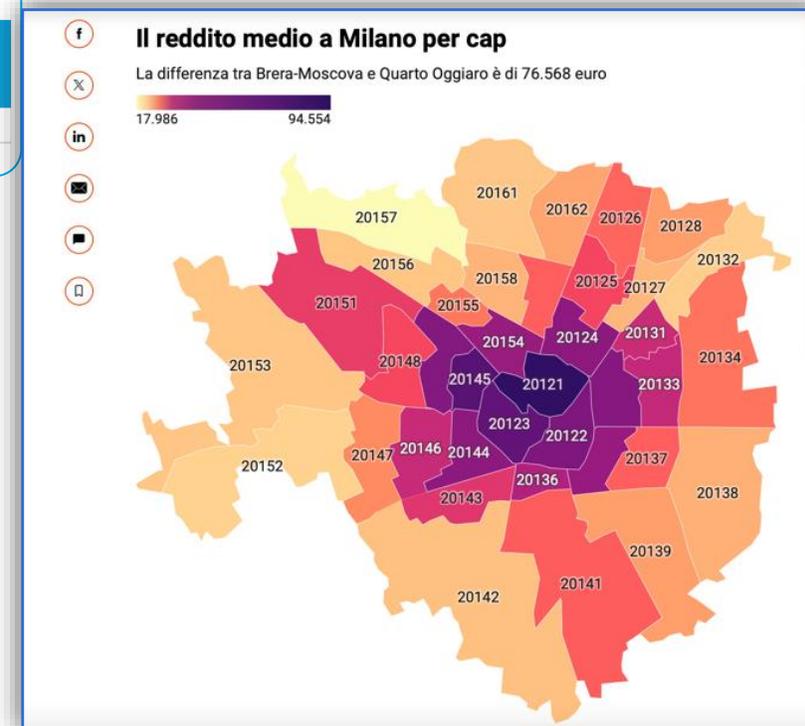
PERCEZIONE DEL REDDITO PER ZONA

IL TUO REDDITO PERSONALE O FAMILIARE È SUFFICIENTE PER...

■ sopravvivere ■ vivere discretamente, ma con molti sacrifici ■ vivere decorosamente con qualche sacrificio ■ vivere senza fare sacrifici



COME DAI DATI UFFICIALI, LE FASCE ESTREME DI REDDITO VARIANO ALLONTANANDOSI DAL CENTRO



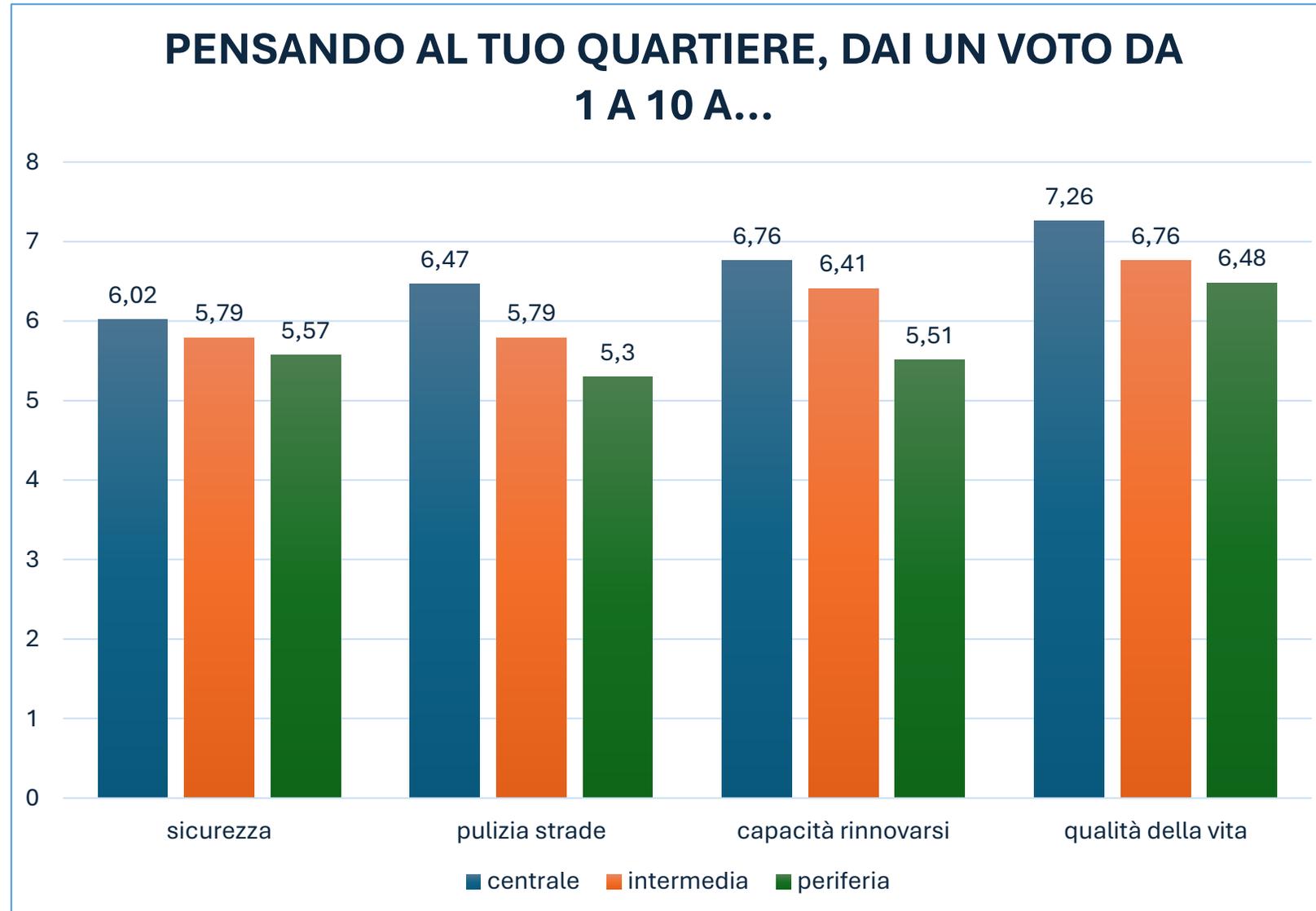


L'IMMAGINE DI MILANO E DEI QUARTIERI

GLI ELEMENTI CONCRETI DEL PROPRIO QUARTIERE

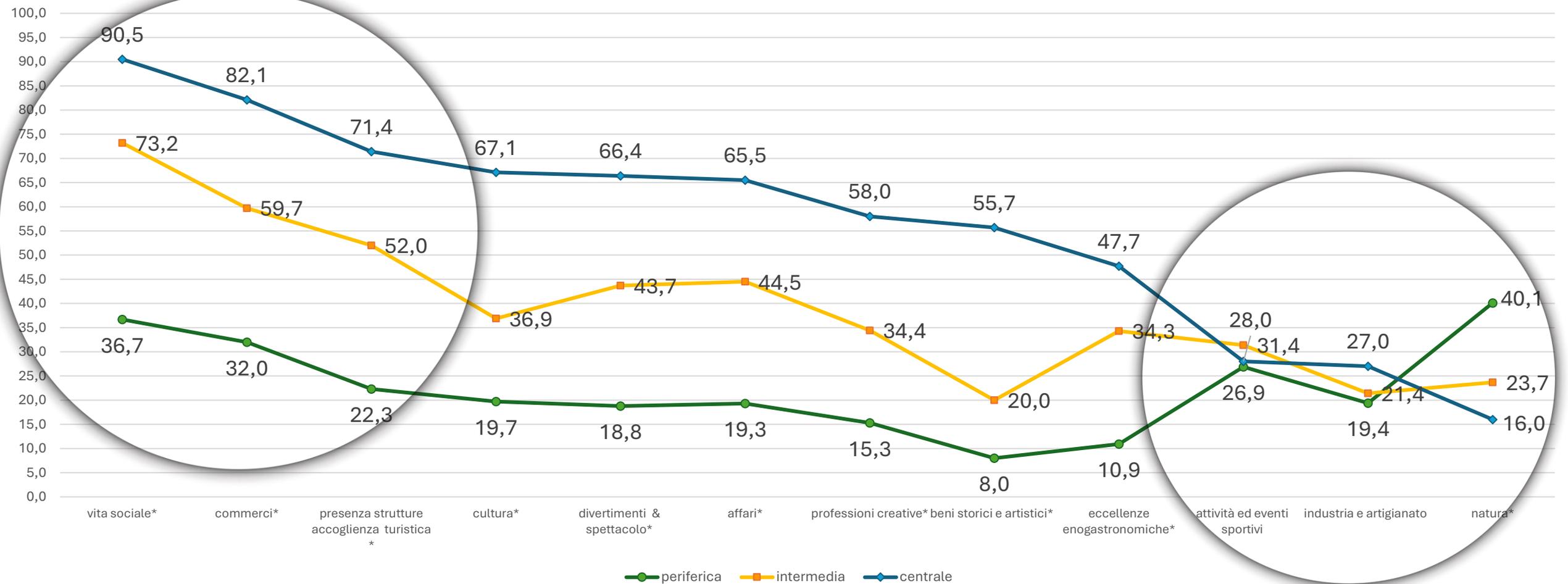
Pensando al quartiere in cui vivi, come valuti i seguenti elementi? (somma suff. + numerosi)	ZONA (valori %)			
	Centrale	Intermedia	Periferica	Tot.
Bar, ristoranti, pizzerie*	95,6	87,9	67,3	82,9
Parchi, giardini pubblici, verde*	75,9	77,1	86,1	79,3
Trasporto pubblico*	94,8	93,0	87,5	91,7
Parcheggi, piste ciclabili, zone pedonali*	53,4	59,4	67,3	60,4
Mobilità condivisa (car sharing...)*	87,3	72,8	54,6	63,4

GLI ELEMENTI INTANGIBILI DEL PROPRIO QUARTIERE



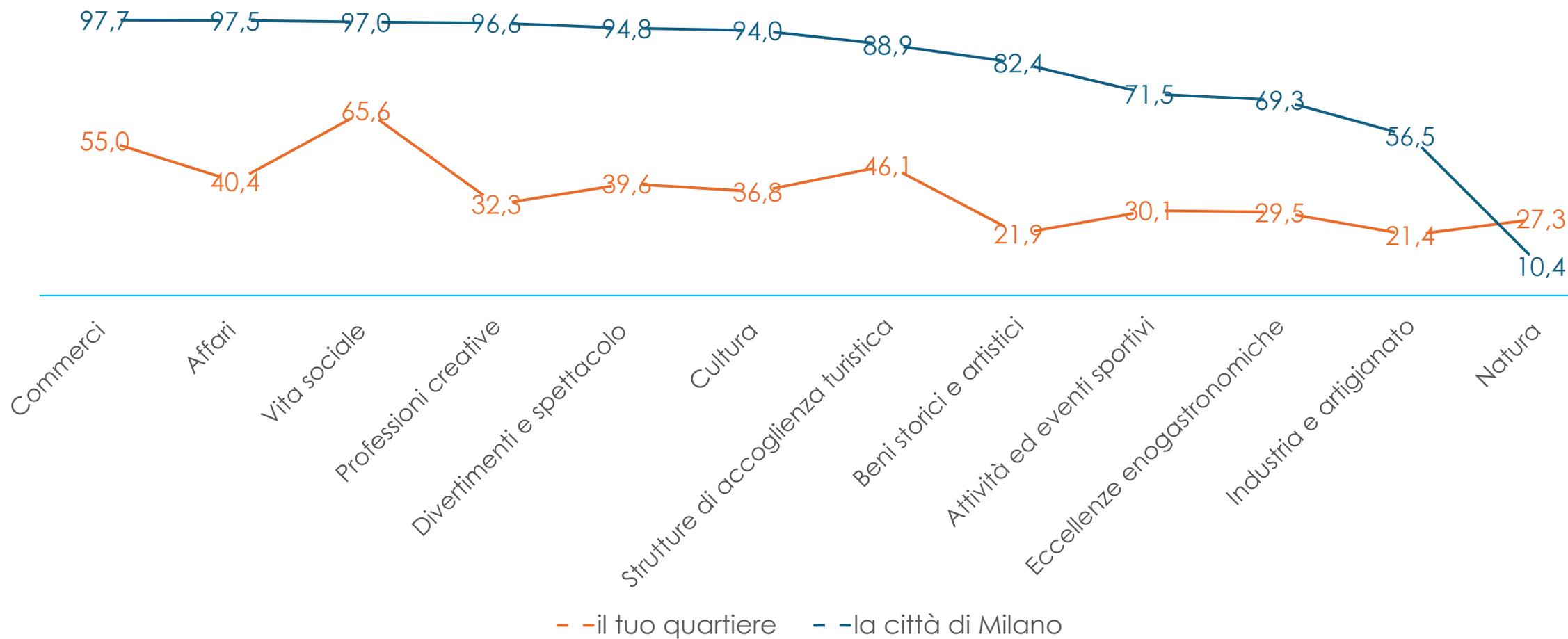
CHE COSA CARATTERIZZA IL TUO QUARTIERE ? | QUARTIERI A CONFRONTO

Somma molto + moltissimo (%)

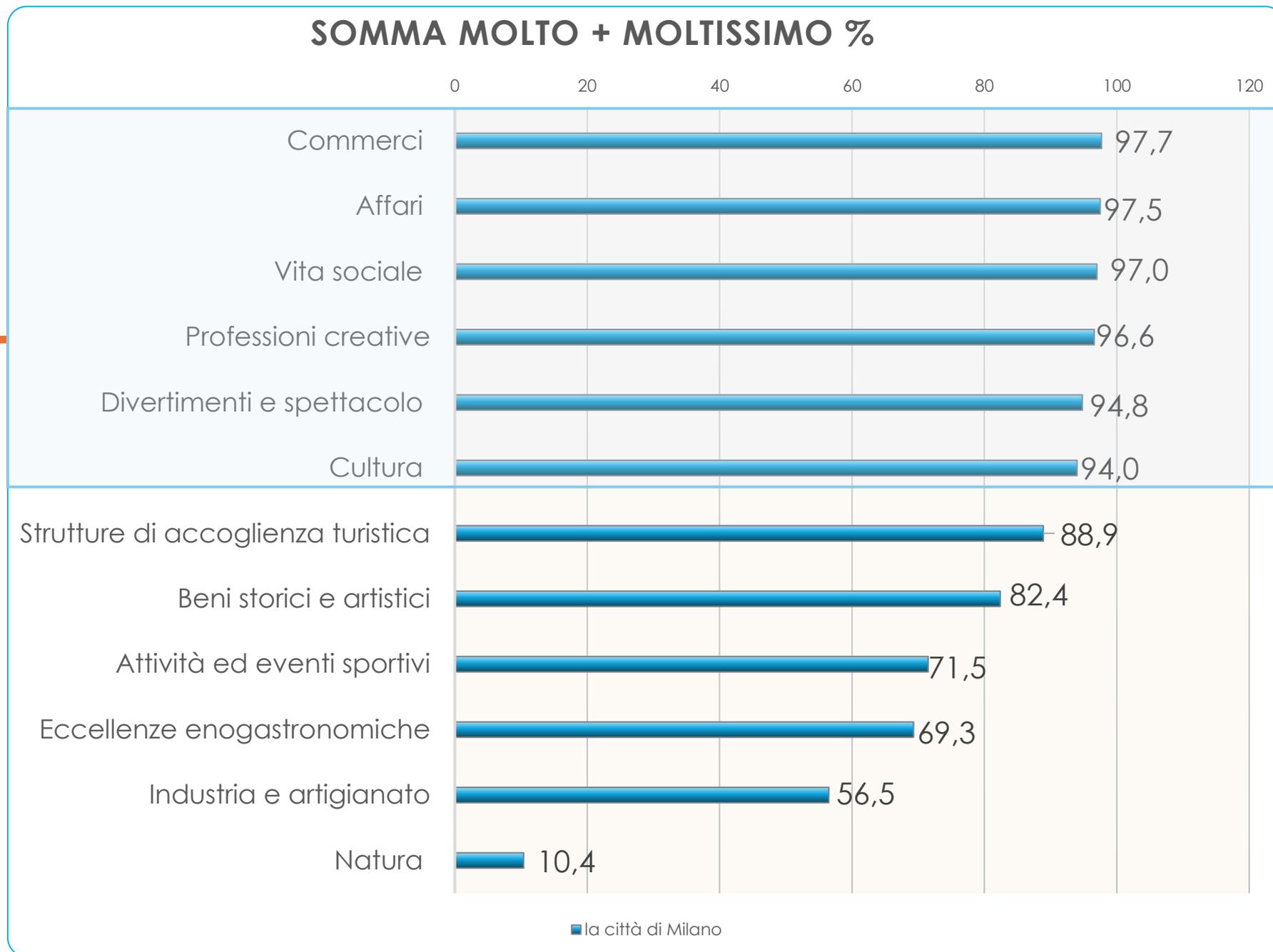


CONFRONTO MILANO – IL PROPRIO QUARTIERE

SECONDO TE CHE COSA CARATTERIZZA...
(SOMMA MOLTO + MOLTISSIMO)



CHE COSA CARATTERIZZA MAGGIORMENTE MILANO ?



IL TURISMO A MILANO

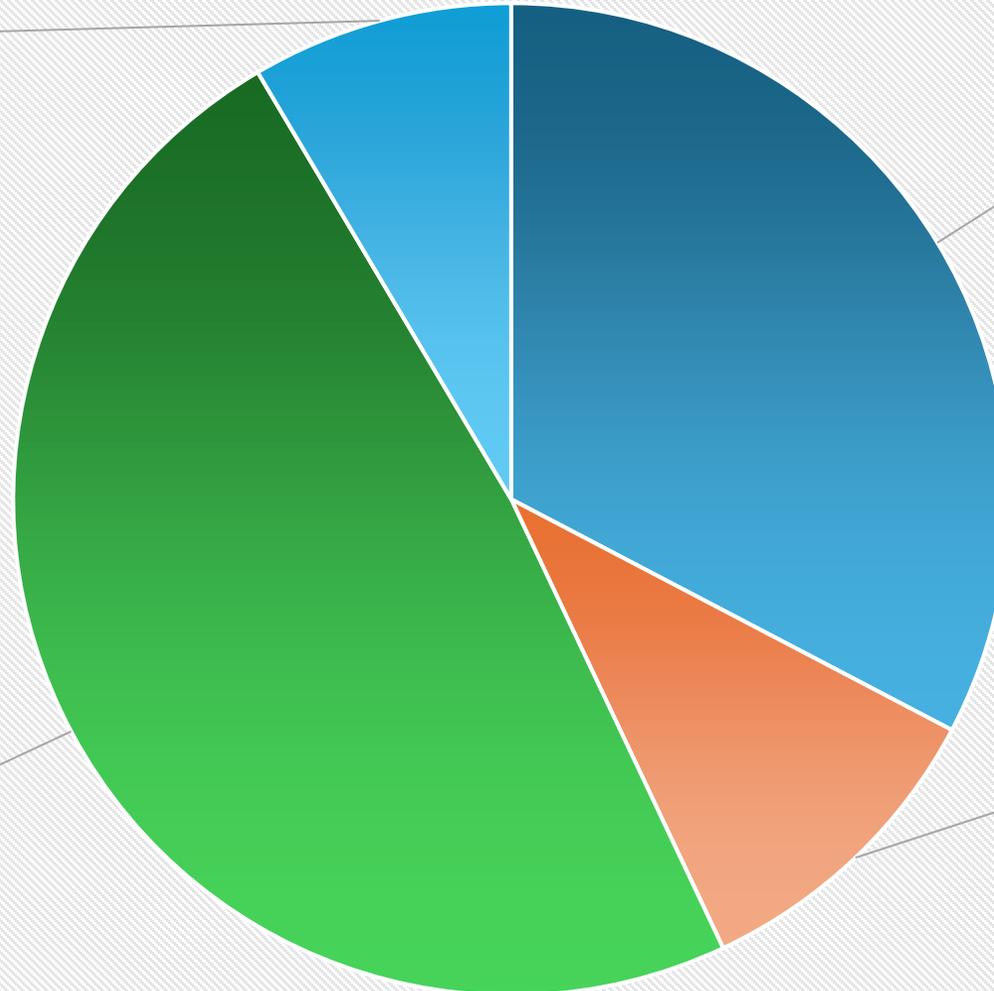
Il comune in cui vivi è meta di turismo?

Sì, assolutamente. È una località che vive prevalentemente sul turismo
9%

No, non è turistico
33%

Sì, ci sono molti turisti
48%

Sì, ma ci sono pochi turisti
10%

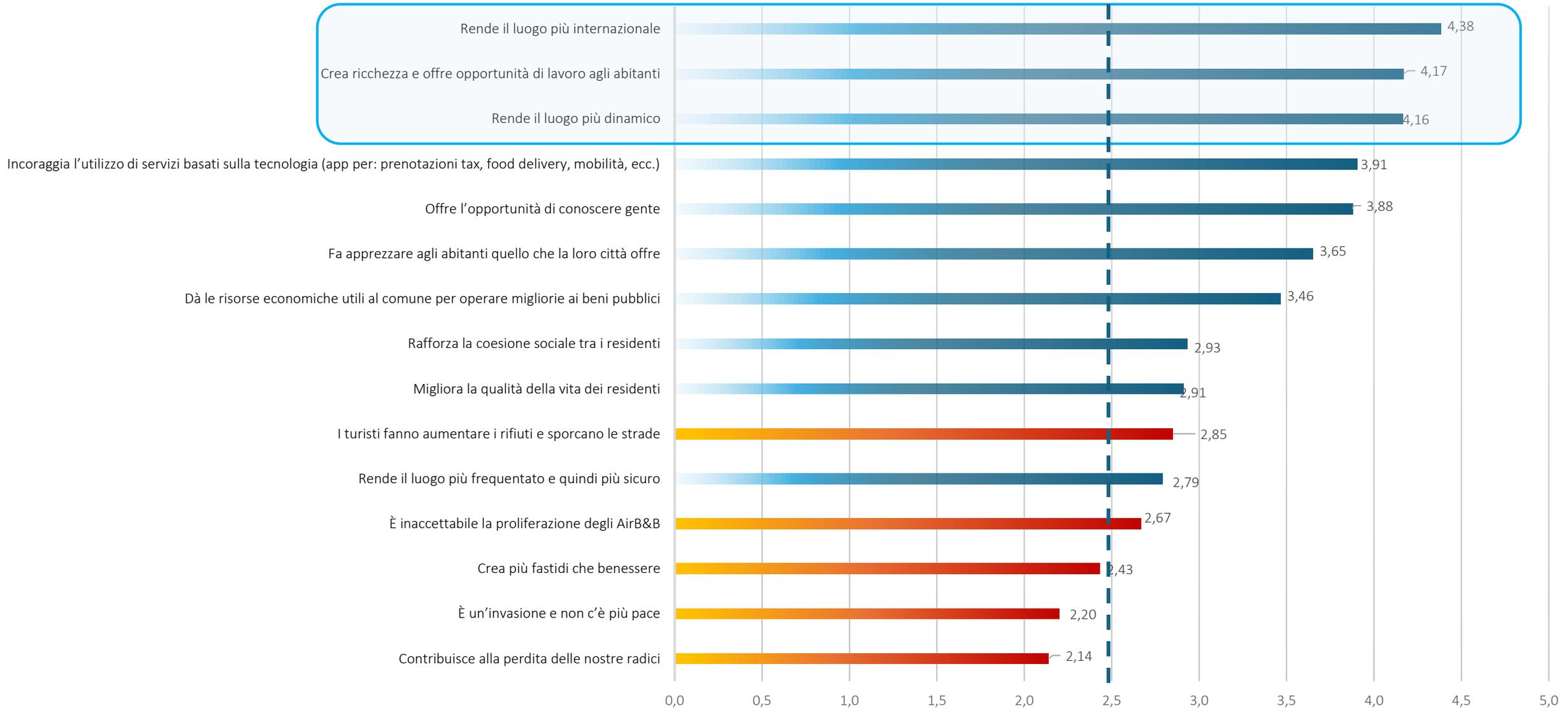


IL TURISMO A MILANO

Che tipo di turismo è più presente nella tua città?	Valori %			
	centrale	intermedia	periferica	Tot.
Lavoro/business/congressi	44,2	42,0	43,3	43,2
Educativo/culturale/artistico/spettacoli	29,4	33,5	30,4	31,1
Svago/vacanze/naturalistico/per praticare sport	17,1	16,4	17,0	16,8
Enogastronomico	6,0	3,8	5,7	5,2
Benessere/salute/wellness	3,3	4,3	3,6	3,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

L'IMPATTO DEL TURISMO A MILANO

COME VALUTI IN GENERALE L'IMPATTO DEL TURISMO A MILANO? (MEDIE)



LEMMI UTILIZZATI PER PROMUOVERE MILANO...

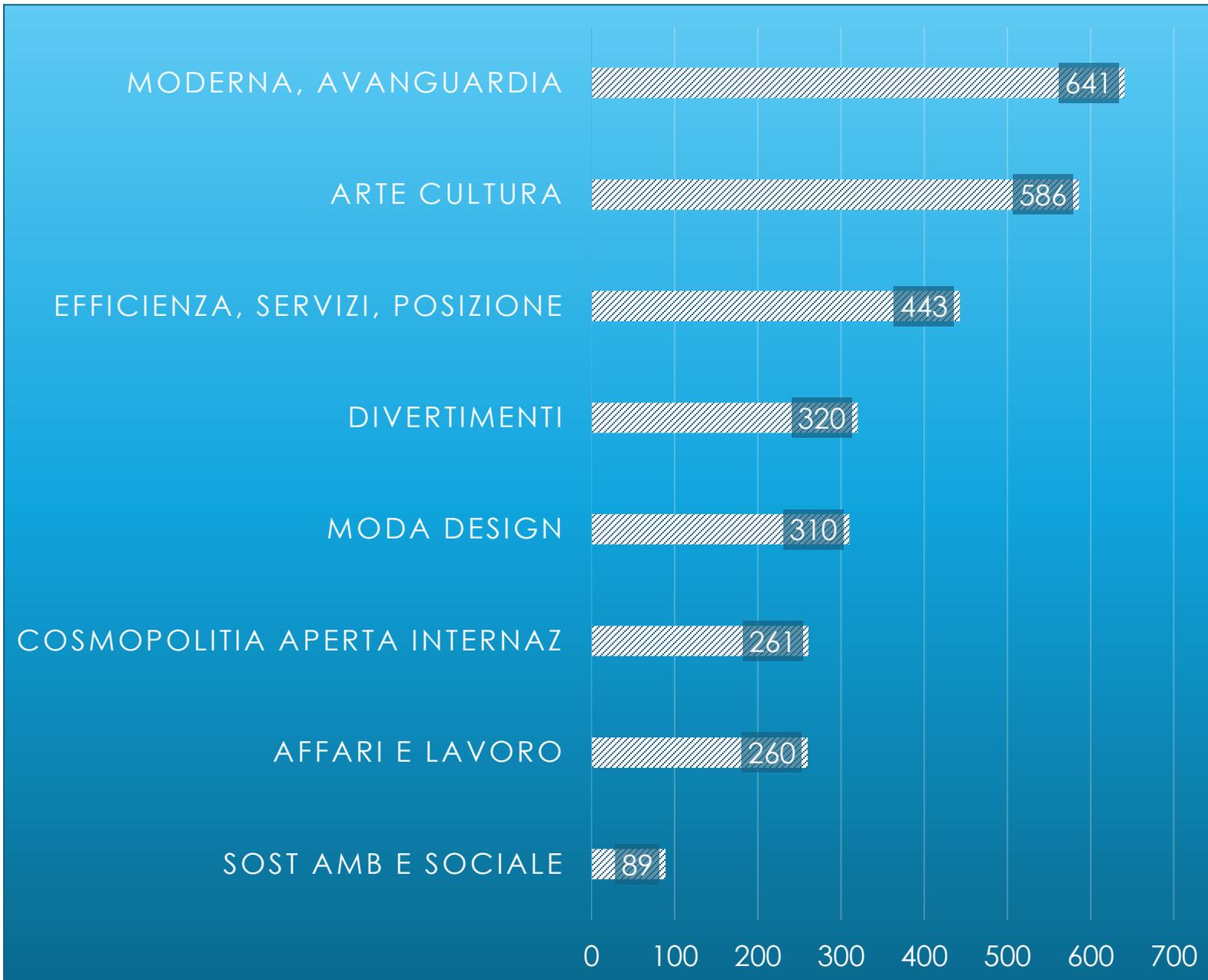
Sono state raccolte **2.910**
risposte, in seguito codificate in
8 categorie principali

Possibilità di utilizzare
fino a 3 termini per la
promozione della città.

N.	CATEGORIA	LEMMI/TERMINI
1	Modernità e avanguardia (641)	Moderna, all'avanguardia, innovativa, in evoluzione, dinamica, attiva, viva, frenetica, veloce, tecnologica, digitale, connessa...
2	Arte e cultura (586)	Arte, cultura, storia, teatro, musica, musei, università, monumenti, bellezza, centro, attrazioni, nomi dei luoghi (es. Duomo, Brera, ecc.), chiese, architettura...
3	Efficienza, servizi e posizione (443)	Efficienza, servizi, mezzi (quantità ed efficienza), ben collegata, posizione, comodo, accessibile...
4	Divertimenti (320)	Negozi, shopping, bar, ristoranti, locali, cibo, vita sociale, vita mondana, vita notturna, divertimenti, sport...
5	Moda e design (310)	Moda, design, lusso, creatività, elegante, eventi...
6	Cosmopolitismo (261)	Cosmopolita, internazionale, europea, multiculturale, grande, multiethnica, inclusiva, libertà, aperta, ospitale...
7	Affari e lavoro (260)	Affari, business, lavoro, laboriosa, opportunità di lavoro, possibilità lavorative, opportunità...
8	Sostenibilità ambientale e sociale (89)	Sicurezza, sostenibile, vivibilità, qualità della vita, piste ciclabili, pulizia, eco-friendly, verde...

SE DOVESSI PROMUOVERE MILANO...

**MILANO NELLA CLASSIFICA DEL
2023** FRA LE PROVINCE ITALIANE,
AL PRIMO POSTO PER LA PRESENZA
DI STARTUP INNOVATIVE



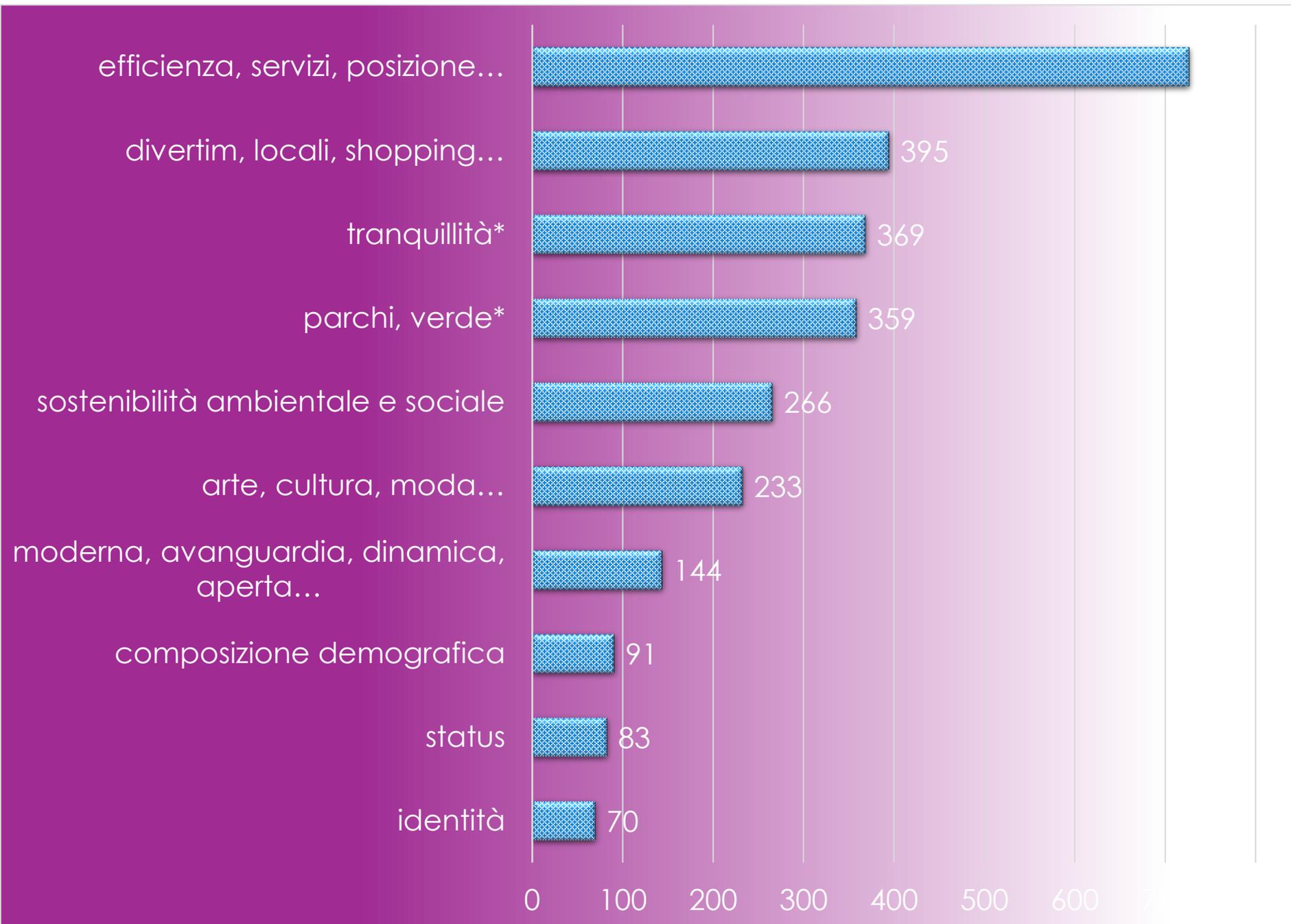
LEMMI UTILIZZATI PER PROMUOVERE IL PROPRIO QUARTIERE

Sono state raccolte
2.237 risposte, in
seguito codificate in **8**
categorie principali

N	CATEGORIA	LEMMI/TERMINI
1	Efficienza e servizi (727)	Accessibile, ben collegato, efficiente, posizione strategica, vicino a..., organizzato, comodo, centrale...;
2	Divertimento & shopping (395)	Attrazioni, divertimento, locali, movida, negozi...
3	Sostenibilità sociale e ambientale (266)	Sicuro, vivibile, qualità di vita, pulito, eco-friendly, sostenibile, piste ciclabili, sport...;
3.1	Tranquillità (369)	Tranquillo, calmo, silenzioso, quiete, accogliente, semplice...;
3.2	Presenza di verde (359)	Natura, parchi, tanto verde... (no ecologia)
4	Arte e cultura (233)	Cultura, scuole, università, arte, nomi di luoghi, bella, moda (pochissimi), design, eventi, elegante...;
5	Avanguardia e dinamismo (144)	Attiva, dinamica, in crescita, in evoluzione, moderna, movimentata, in espansione, lavoro (pochissimi), vitale, vivace...;
6	Composizione demografica (91)	Giovane, multietnico, a misura di famiglie, bambini...;
7	Status sociale (83)	Signorile, stile, ottimo residenziale, eleganza, costoso, bella gente...
8	Identità (70)	Identità, senso di comunità, vita di quartiere, a misura d'uomo, vecchia Milano, non sembra città...;

SE DOVESSI PROMUOVERE IL TUO QUARTIERE...

L'EFFICIENZA È PREMIATA
ANCHE COME
CARATTERISTICA
PRINCIPALE DEI QUARTIERI



PERCHÈ NON PROMUOVERESTI MILANO... (154 RISPOSTE = 5%)

NESSUNA VOLONTÀ DI PROMUOVERLA	14	Non la promuovo (4); Non proporrei; Niente (2); Nessuna (4); Non saprei; Ormai nessuna; Niente
INSICUREZZA	40	Pericolosa (14); Non sicura; Insicura (2); No sicurezza; L'insicurezza è aumentata; Incentivare la sicurezza; Sicurezza (2); Aumentare sicurezza; Maggiore sicurezza; Città più sicura; Più sicurezza nelle strade; Più sicurezza (10); Rendere possibile uscire di sera senza aver paura di essere aggredito; Sicurezza sui mezzi pubblici; Uber taxi disponibili ed economici di notte per ragazze sole; Meno maniaci sessuali che girano completamente nudi con i genitali di fuori inseguendoti sia di giorno sia di sera facendo versi e gesti sessualmente fin troppo espliciti...
CONTROLLI E POLIZIA	14	Più controlli (2); Polizia; Migliorare i controlli la sera; Creare comitati di zona x vigilare; Aumentare le pattuglie ovunque soprattutto di notte; Ronde polizia; Pugno duro con chi delinque; Controllo della città; Più controlli; Più polizia; Telecamere ovunque; Più polizia in zone colpite da criminalità; aumentare le pene in carcere
CRIMINALITÀ	10	Meno criminalità (4); Pickpockets; Criminale; Aggressioni; Criminalità; Delinquenza; Microcriminalità;
TRAFFICO	16	Caotica (8); Traffico; Casino; Incasinata; Viabilità infattibile; Meno macchine; Meno auto; Togliere le ciclabili; Basta ciclabili; Strade meno dissestate; Meno scioperi dei mezzi.
INQUINAMENTO E PULIZIA	16	Più pulizia (2); Pulizia; Maggiore pulizia; Sporca; Sporcia; Verde più curato nei quartieri anche non centrali; Meno rumore notturno; Inquinata (3); Smog (2); Meno inquinamento; Disordine; Maggiore ordine
GREEN E SOSTENIBILITÀ	5	Più verde (3); Più spazi verdi; Più sostenibilità
DEGRADO AMBIENTALE E SOCIALE	7	Degradata; Senza tetti; Degrado nelle periferie ; Respingente; Andarsene al più presto; Razzista; Ti toglie tutto; Umanità pari a zero e ci sono nato
COSTO DELLA VITA	8	Carissima; Case a prezzi assurdi ho appena venduto; Pagare; Politica delle tasse e delle multe; Incentivi ai residenti; Dare incentivi (riduzione tasse) agli affitti regolari a lungo termini; Affitti meno cari
SERVIZI E RESTRIZIONI	9	Eliminare restrizioni che non permettono accesso fluido alla città; Eliminare area B e aumentare i vigili in strada; Implementare parcheggi; Più parcheggi; Implementare metropolitana; Più supporto ai singoli quartieri; Migliorare gli edifici scolastici
EXTRACOMUNITARI	4	Meno extracomunitari (2); Mussulmani; Canti mussulmani
VARIE	11	Brutta (2); Grigia; Presuntuosa (2); È bella nonostante il degrado; Comoda ma scomoda; Noiosa; Gentrificata; Esiliare Sala

PERCHÈ NON PROMUOVERESTI IL TUO QUARTIERE... (137 = 5%)

PAROLA CHIAVE	N	ANALISI DELLE OCCORRENZE
NESSUNA PROMOZIONE	23	Non lo promuoverei; Niente/nulla (3); Purtroppo nulla; Non ne ha; Nada; Nessuna (8); Non saprei (4); Niente fa schifo ed è troppo pericoloso viverci soprattutto per una donna; Fa schifo quindi non lo promuovo; Lasciate stare
INSICUREZZA	40	Maggiore sicurezza; Aumentare sicurezza Più sicurezza (6); Poca sicurezza; Poco sicuro; Insicurezza (2); Sicurezza (2); Pericoloso; Non si può girare da sole Zona tranquilla anche se occorre stare attenti in quanto è peggiorata tanto negli ultimi anni
CONTROLLI E POLIZIA	5	Impostare l'esercito; Più controlli sui mezzi; Microcriminalità; Più controlli vicino a san siro; Più controlli vicino alle case popolari
DEGRADO AMBIENTALE E SOCIALE	12	Trascurato; Degrado; Inciviltà; Puzza di urina; Mala movida; Droga (2); Tossici; Spaccio (2); Scoppiati; Eliminare i negozi cui scopo è solo di vendere alcolici di notte
SERVIZI	19	Aggiungerci negozi; Aggiungere locali; Più negozi (2); Più supermercati; Più socialità; Più cinema; Creare qualche attività o locale per portare movida; Più sport; Più parcheggi (6); Più trasporti; Pochi mezzi; Più illuminazione (2)
TRAFFICO e VIABILITÀ	8	Traffico (2); Molto trafficata ; Meno auto in via Corsica ; Traffico aumentato a causa creazione piste ciclabili non idonee; Una migliore viabilità; Semafori senza manutenzione; Migliorare manto stradale
PULIZIA	7	Più pulizia; Strade più pulite (3) ; Un po' più di pulizia; Sporco; È sporco
VERDE	6	Più verde (3); Migliorare il verde; Pulire e valorizzare i parchi; Non mancano giardini (tenuti male)
IMMIGRATI	6	Controllare l'immigrazione; Vedo che non c'è un controllo con l'immigrazione, la metropolitana ad esempio; Immigrazione selvaggia; Stranieri; Eccessivi negozi arabi; Però
COSTO DELLA VITA	4	Costoso (2) ; Meno povertà; Abbassare i prezzi per i residenti
VARIE	7	La domenica è un deserto; Lontano dal centro; Vicino alla tangenziale; Rumore nei weekend; Spazi inutilizzati riferiti a caserma e ospedale militare; Sicurezza e controllo rumori molesti da locali e moto fino a notte inoltrata; Disordinata



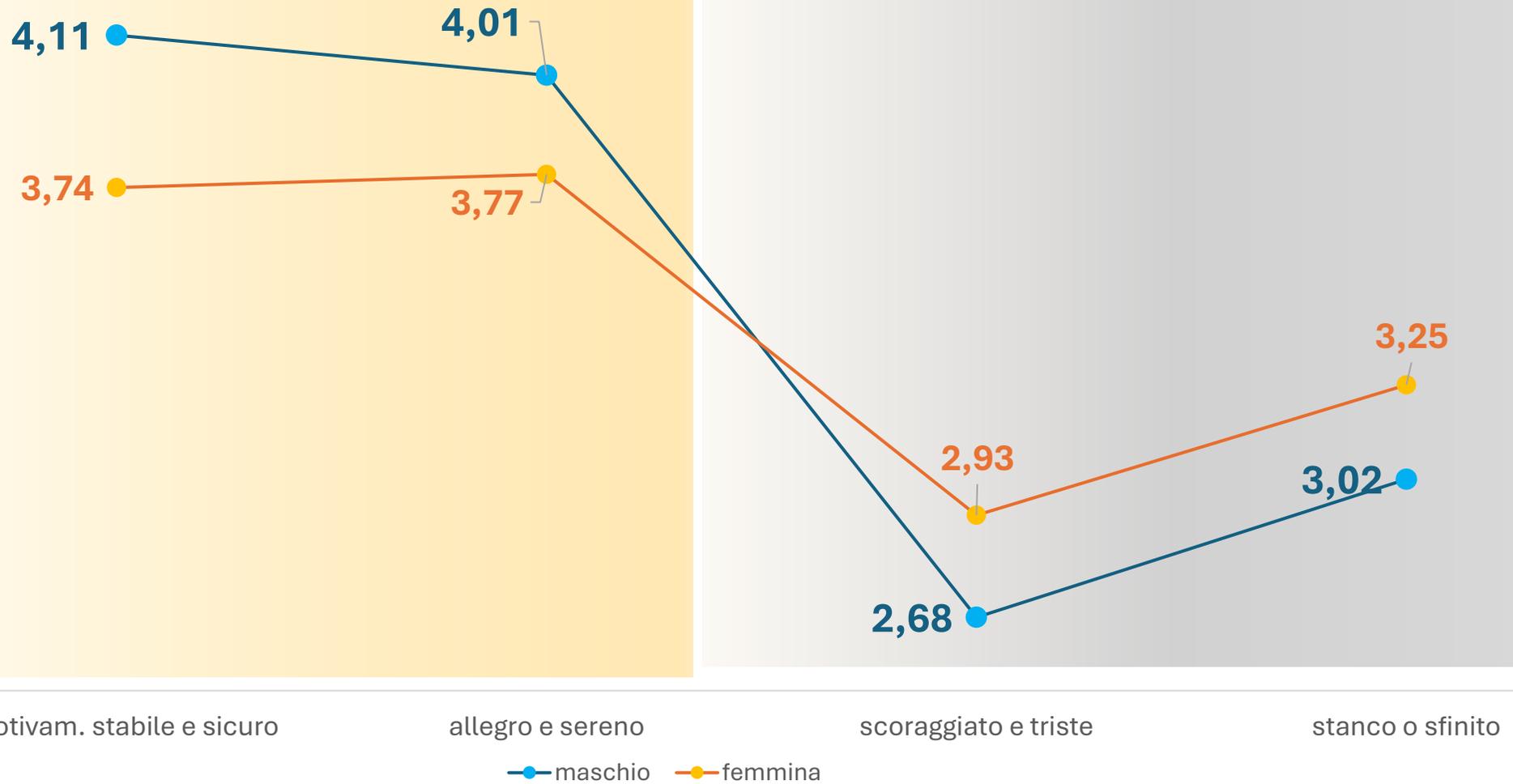
**STATO EMOTIVO E
ASPETTATIVE DEGLI
ABITANTI**



IL PRESENTE

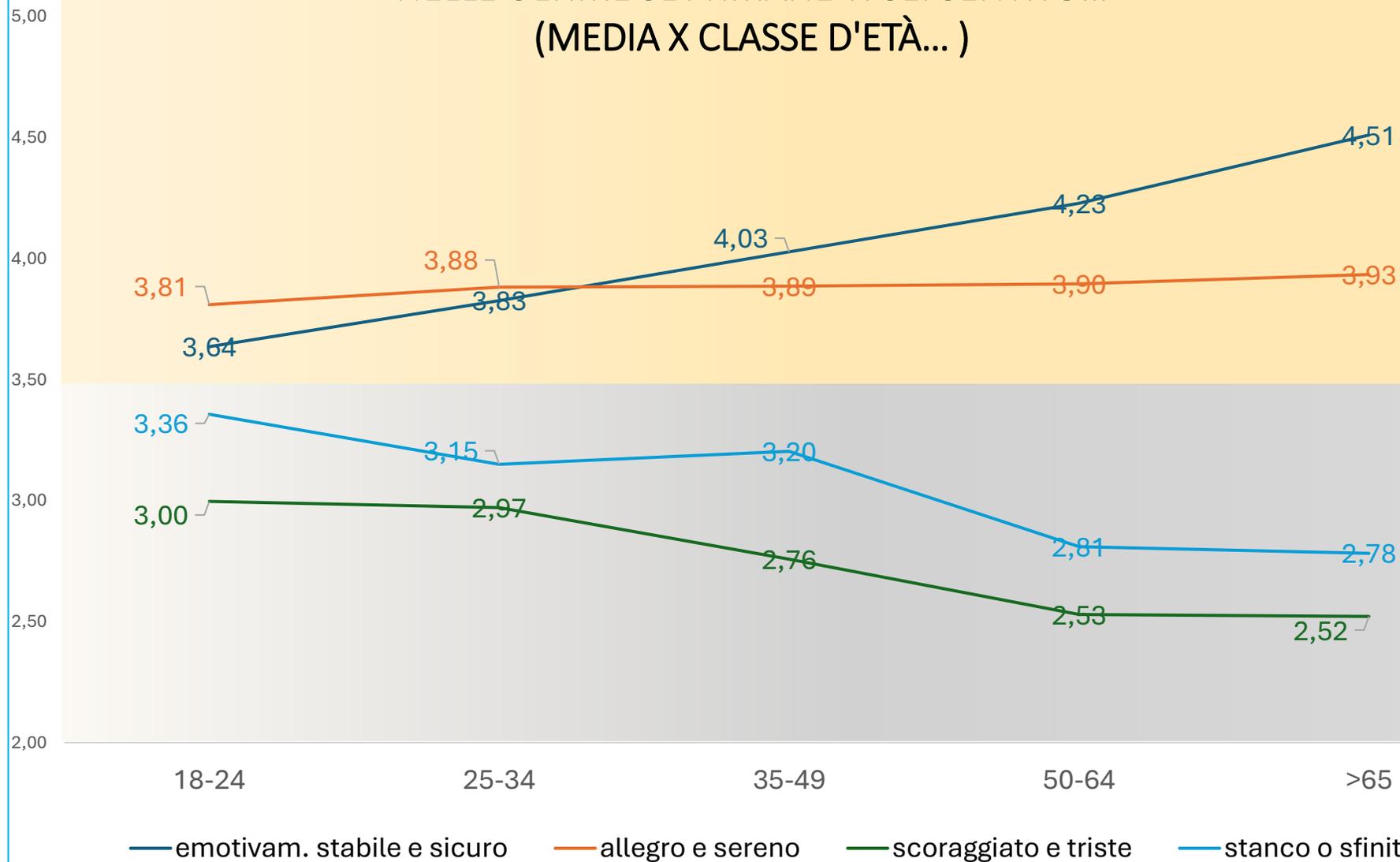
STATO EMOTIVO: GENERE

NELLE ULTIME SETTIMANE TI SEI SENTITO...
(MEDIE VALORI DA 1 A 6)



STATO EMOTIVO: CLASSI D'ETÀ

NELLE ULTIME SETTIMANE TI SEI SENTITO...
(MEDIA X CLASSE D'ETÀ...)



LE DONNE E I

GIOVANISSIMI

DENOTANO VALORI

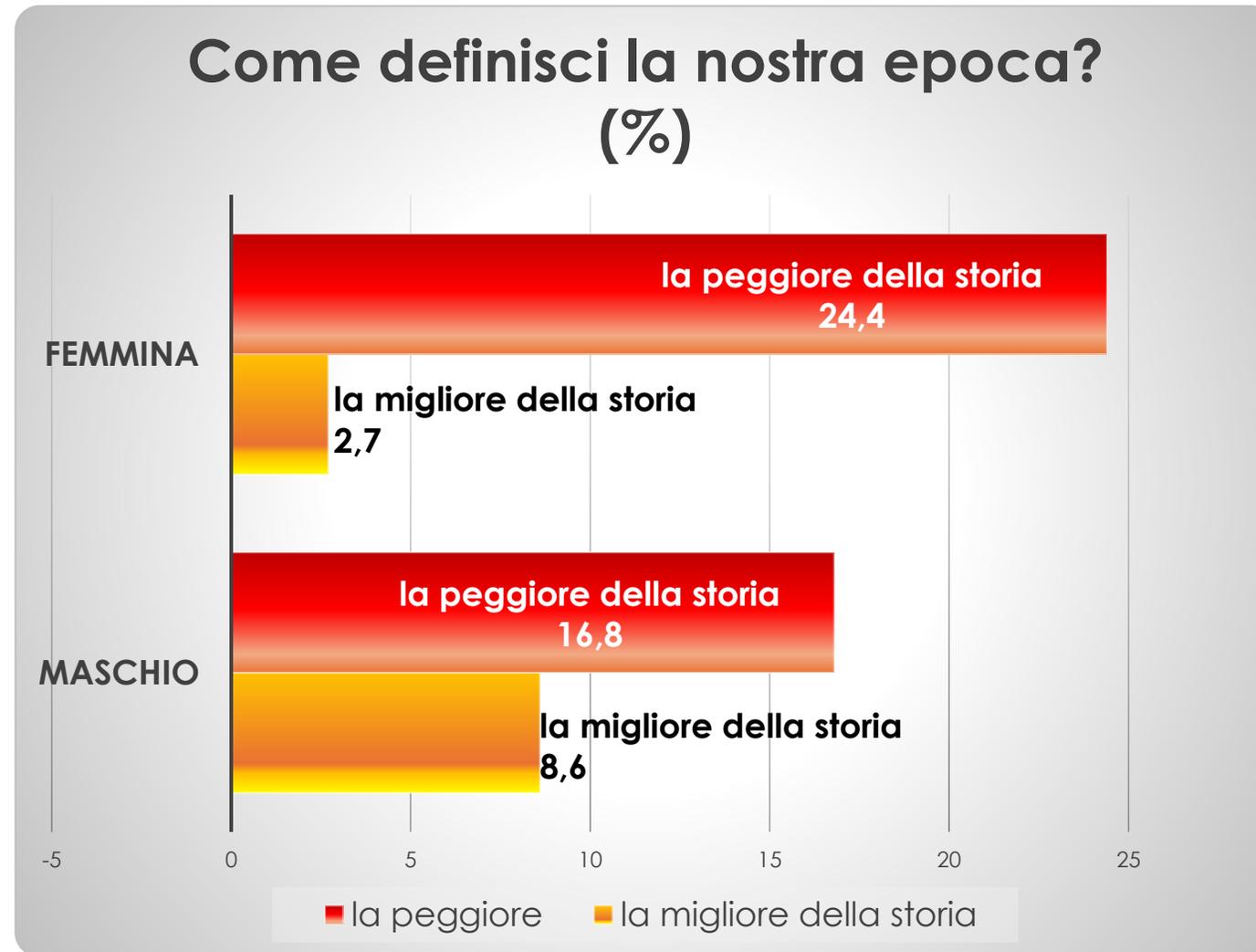
MEDI

SIGNIFICATIVAMENTE

PIÙ BASSI NEL

BENESSERE

VISIONE DEL PRESENTE: GENERE



VISIONE DEL PRESENTE: CLASSI D'ETÀ E REDDITO

Come definisci la nostra epoca?	18-24	25-34	35-49	50-64	Over65	Tot.
la migliore della storia	5,2	4,4	2,6	5,3	5,8	4,8
la peggiore	17,8	25,3	33,7	21,4	19,2	21,6

Come definisci la nostra epoca?	Percezione del reddito				Tot.
	sopravvivere	vivere discretamente, ma con molti sacrifici	vivere decorosamente con qualche sacrificio	vivere senza fare sacrifici	
la migliore della storia	2,0	2,5	3,7	10,5	4,9
la peggiore	48,0	28,7	18,6	14,9	21,6

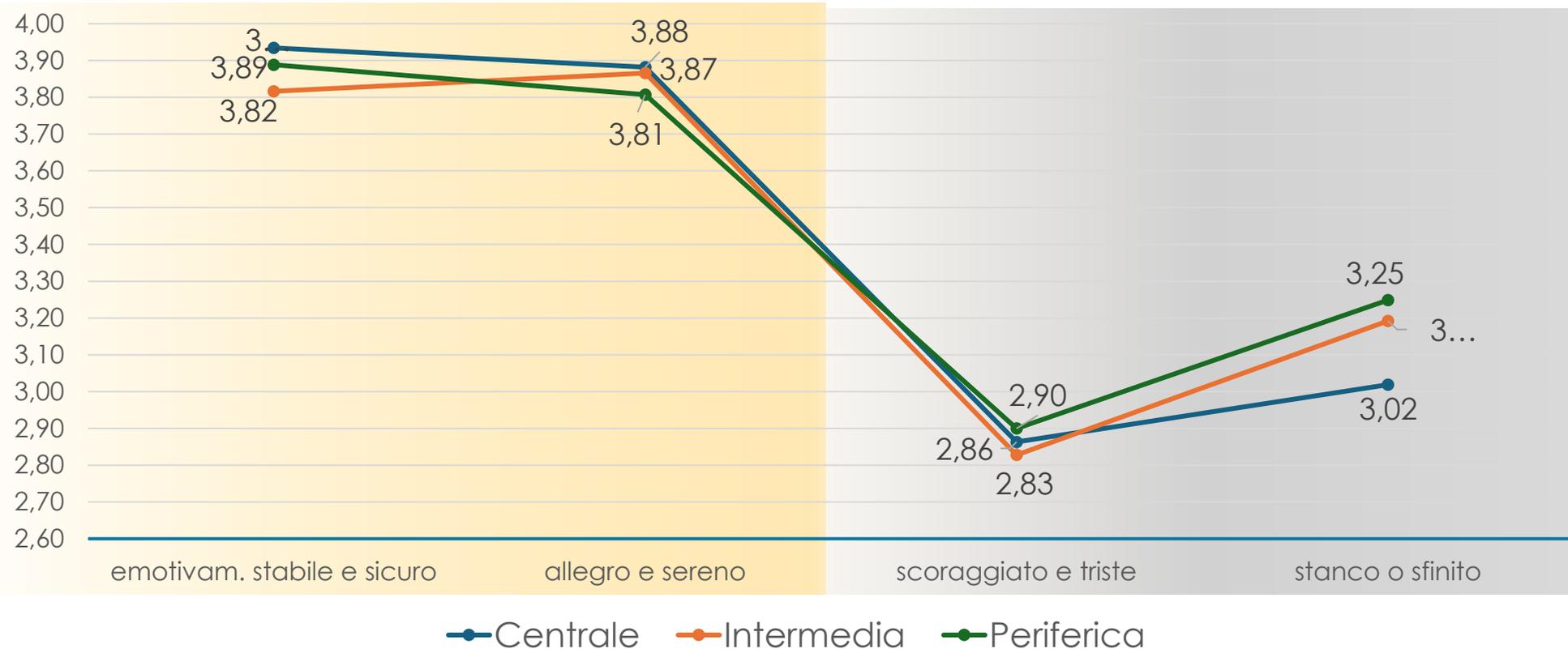
STATO EMOTIVO E VISIONE DEL PRESENTE

CHI VIVE SENZA FARE SACRIFICI È **5 VOLTE PIÙ OTTIMISTA** RISPETTO A CHI DICHIARA DI SOPRAVVIVERE CON IL PROPRIO REDDITO;

QUASI LA METÀ DI CHI SOPRAVVIVE HA UNA VISIONE NEGATIVA DEL PRESENTE

STATO EMOTIVO E ZONA IN CUI SI VIVE

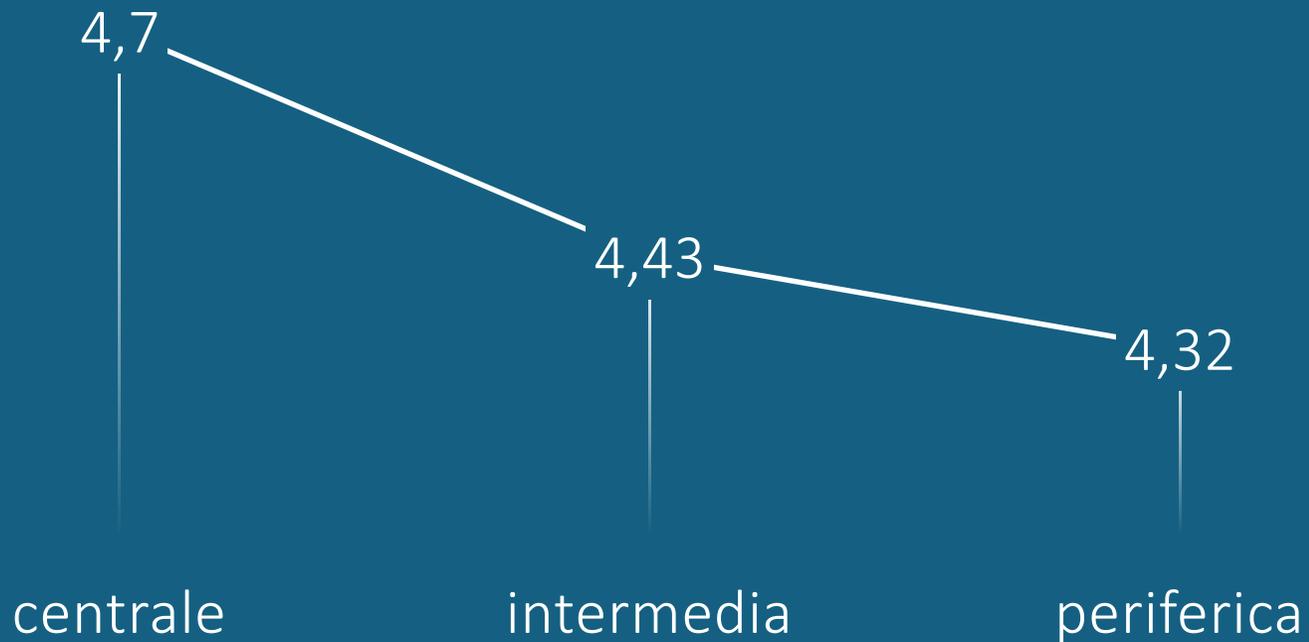
Nelle ultime settimane ti sei sentito...
(media x zona)



**IL LUOGO IN CUI SI VIVE NON DETERMINA LO STATO D'ANIMO;
VIVERE IN PERIFERIA NON È L'INFERNO CHE VIENE TRATTEGGIATO**

LA PERCEZIONE DEL PROPRIO QUARTIERE X ZONA

QUANTO RITIENI VIVIBILE IL TUO QUARTIERE? (MEDIA)



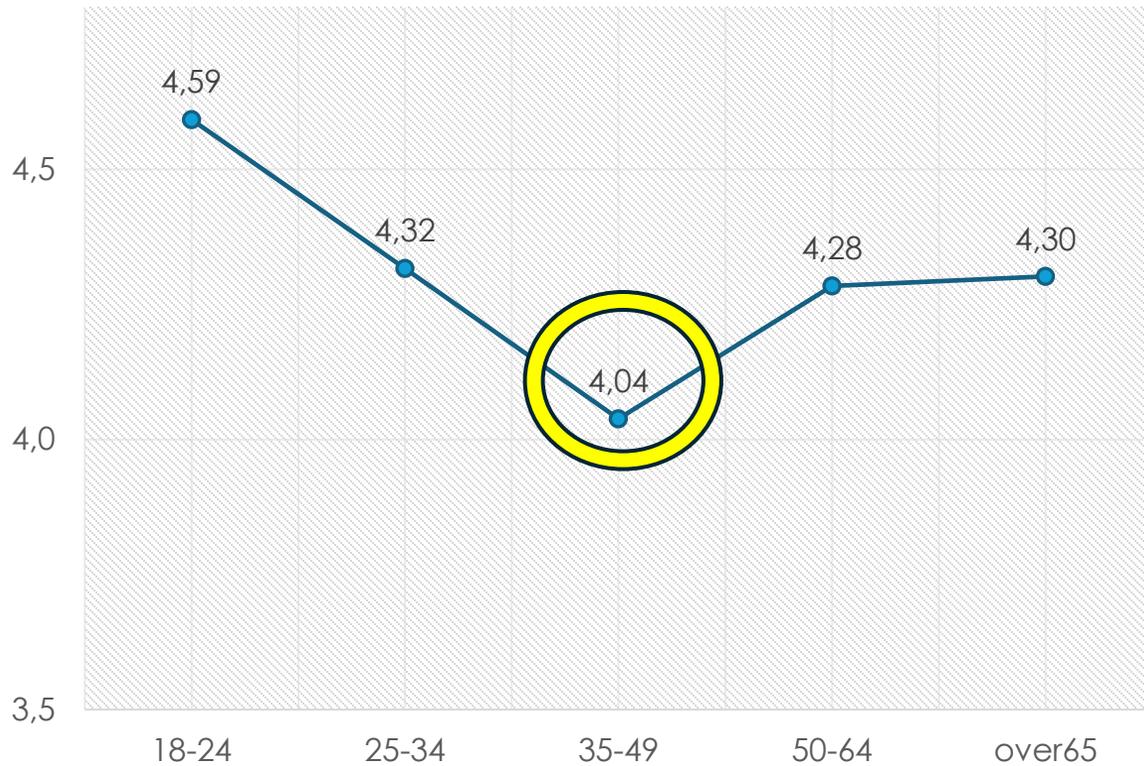
LA PERCEZIONE DEL PROPRIO QUARTIERE X ZONA

Pensando al tuo quartiere, quanto lo ritieni vivibile?	Zona			Tot.
	centrale	intermedia	periferica	
Assolutamente invivibile + poco vivibile	3,5	6,3	6,9	6,0
Abbastanza vivibile + vivibile	36,2	43,5	52,6	44,9
Molto vivibile + pienamente vivibile	60,4	50,3	40,4	49,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

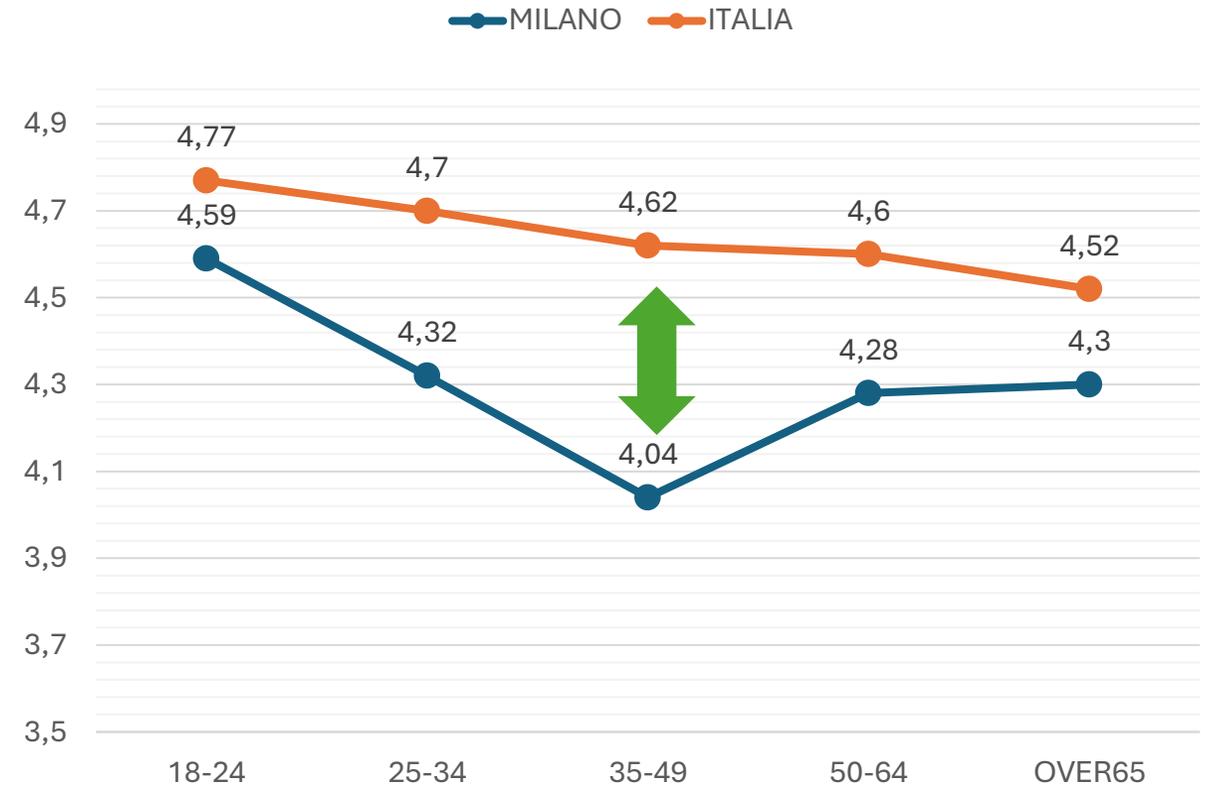
LA PERCEZIONE DELLA VIVIBILITÀ **VARIA SIGNIFICATIVAMENTE** NELLE 3 ZONE.
DA COSA DIPENDE?

LA PERCEZIONE DELLA VIVIBILITÀ: CONFRONTO MILANO E RESTO D'ITALIA (X CLASSI D'ETÀ)

QUANTO RITIENI VIVIBILE IL TUO QUARTIERE X CLASSI D'ETÀ (MEDIE MILANO)

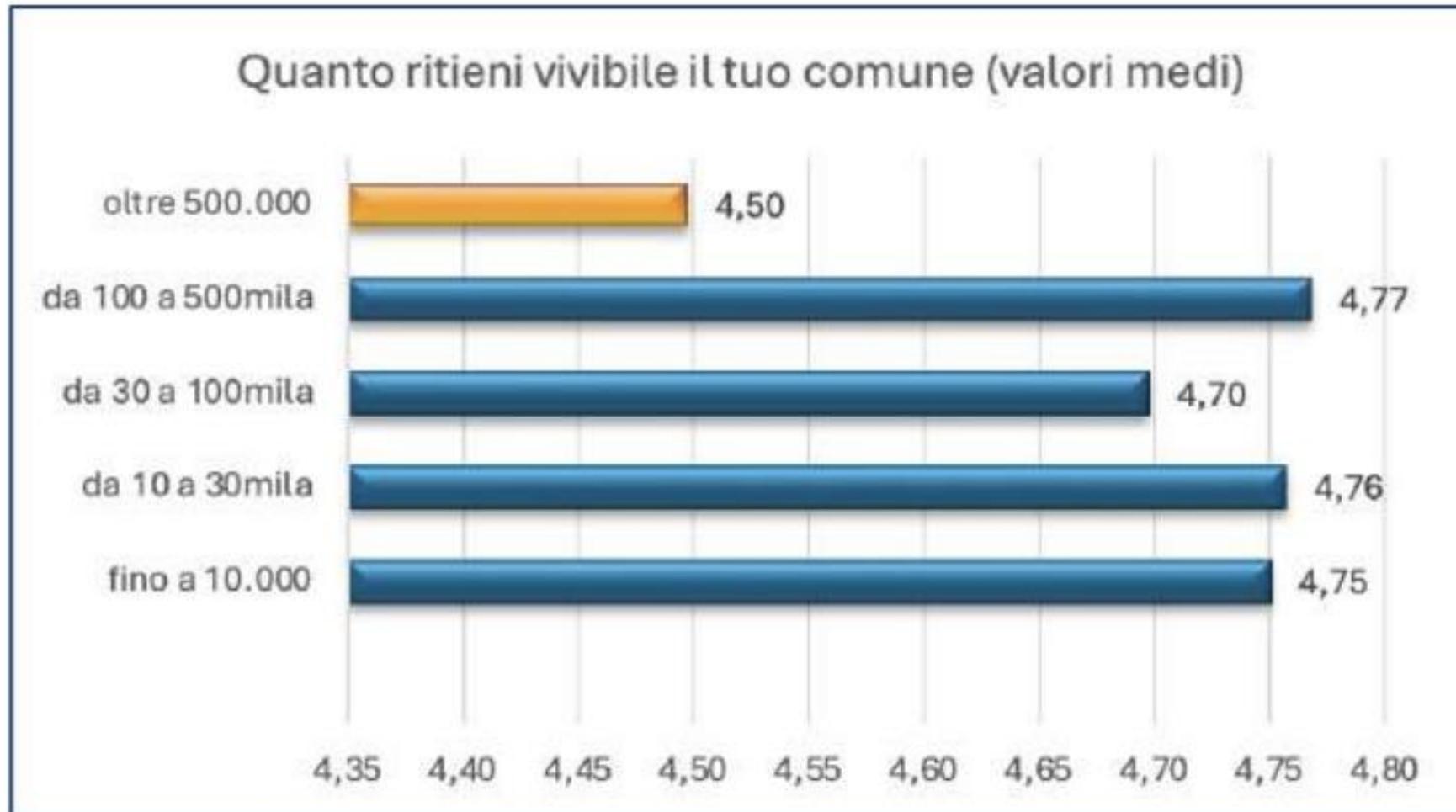


PENSANDO AL TUO QUARTIERE/COMUNE, QUANTO LO RITIENI VIVIBILE? (medie)



Dati «La città che cambia» (N. = 11.892)

LA PERCEZIONE DELLA VIVIBILITÀ NELLE GRANDI CITTÀ



Dati «La città che cambia» (N. = 11.892)

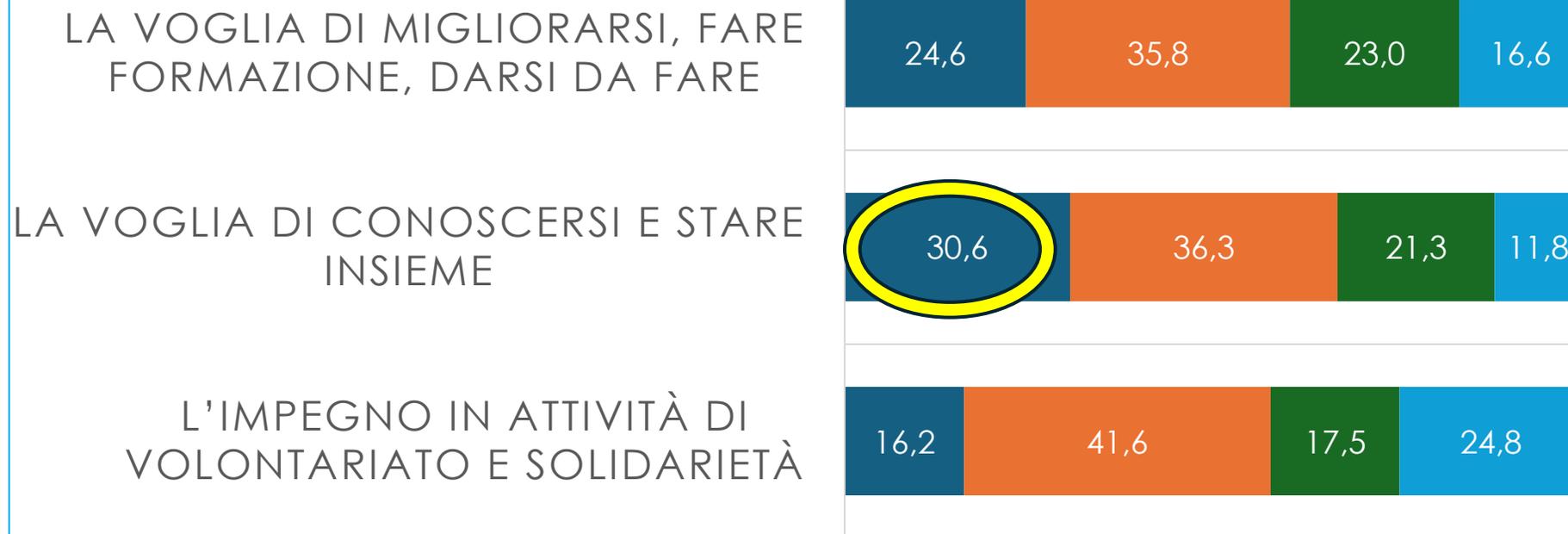
**IL
CAMBIAMENTO:
IL PRESENTE
RISPETTO AL
PASSATO**



PERCEZIONE DEI CAMBIAMENTI SOCIALI

NELL'ULTIMO ANNO, A TUO AVVISO, COME SONO CAMBIATI TRA LA GENTE...

■ è peggiorato ■ è rimasto invariato ■ è migliorato ■ non saprei



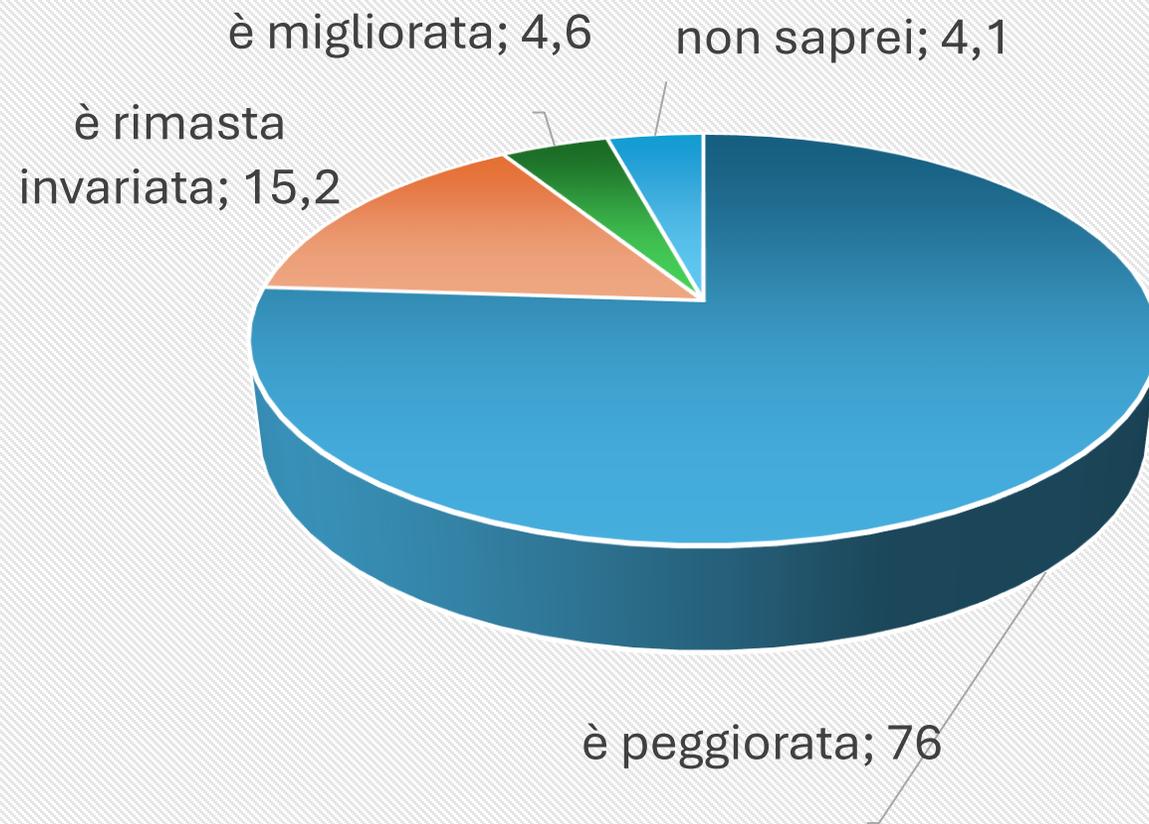
PERCEZIONE DEI CAMBIAMENTI SOCIALI: GENERE

L'impegno in attività di volontariato e solidarietà...	Genere (valori %)		Tot.
	maschio	femmina	
È peggiorato	13,1	17,7	16,2
È rimasto invariato	48,9	37,8	41,6
È migliorato	13,1	19,8	17,5
Non saprei	24,9	24,7	24,8
Totale	100,0	100,0	100,0

NON SI RISCONTRANO DIFFERENZE PER ZONA

QUAL È LA PERCEZIONE DI MILANO NELL'ULTIMO ANNO?

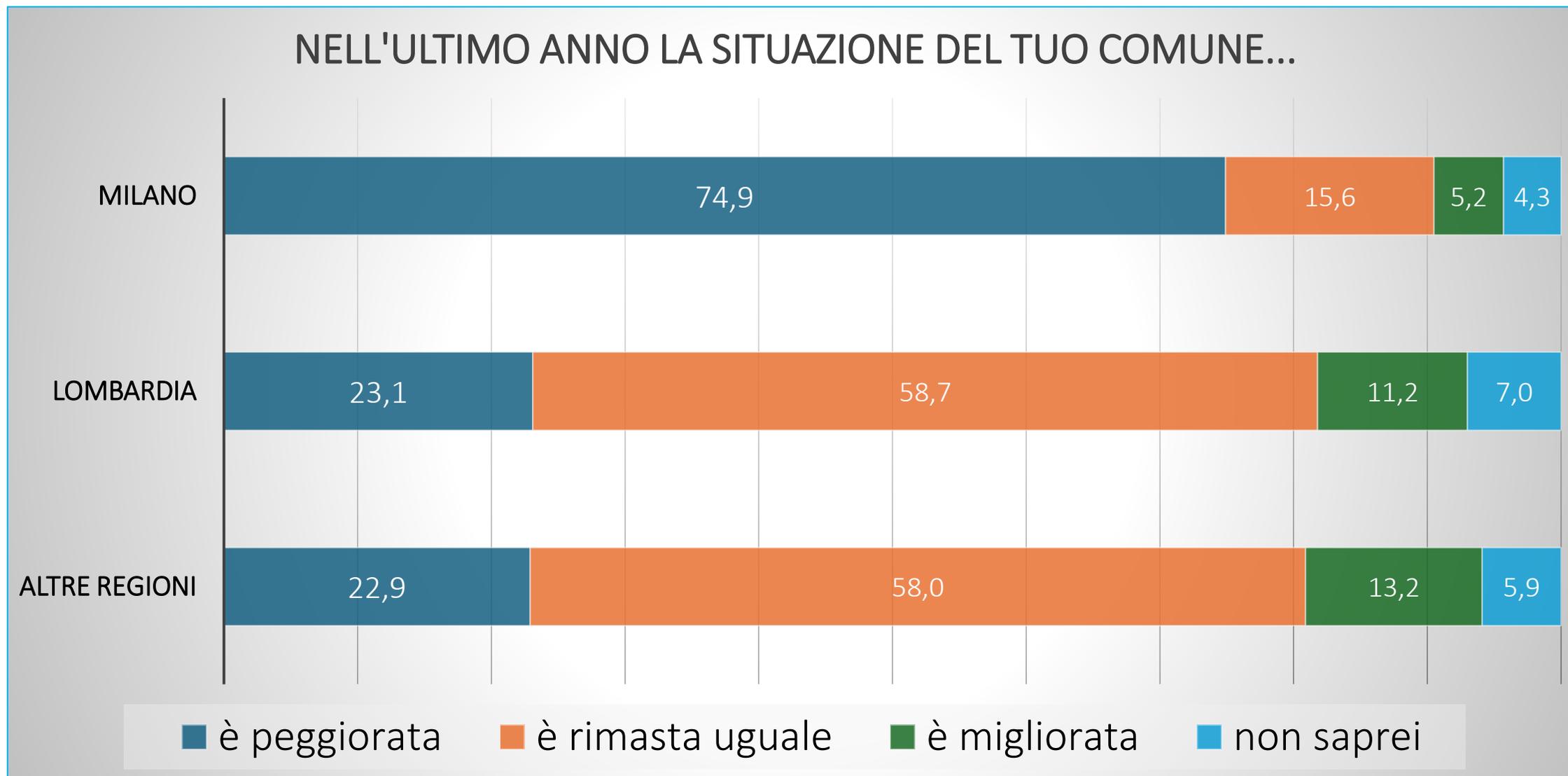
**A tuo avviso nell'ultimo anno la
situazione della città di Milano...**



QUAL È LA PERCEZIONE DI MILANO NELL'ULTIMO ANNO?

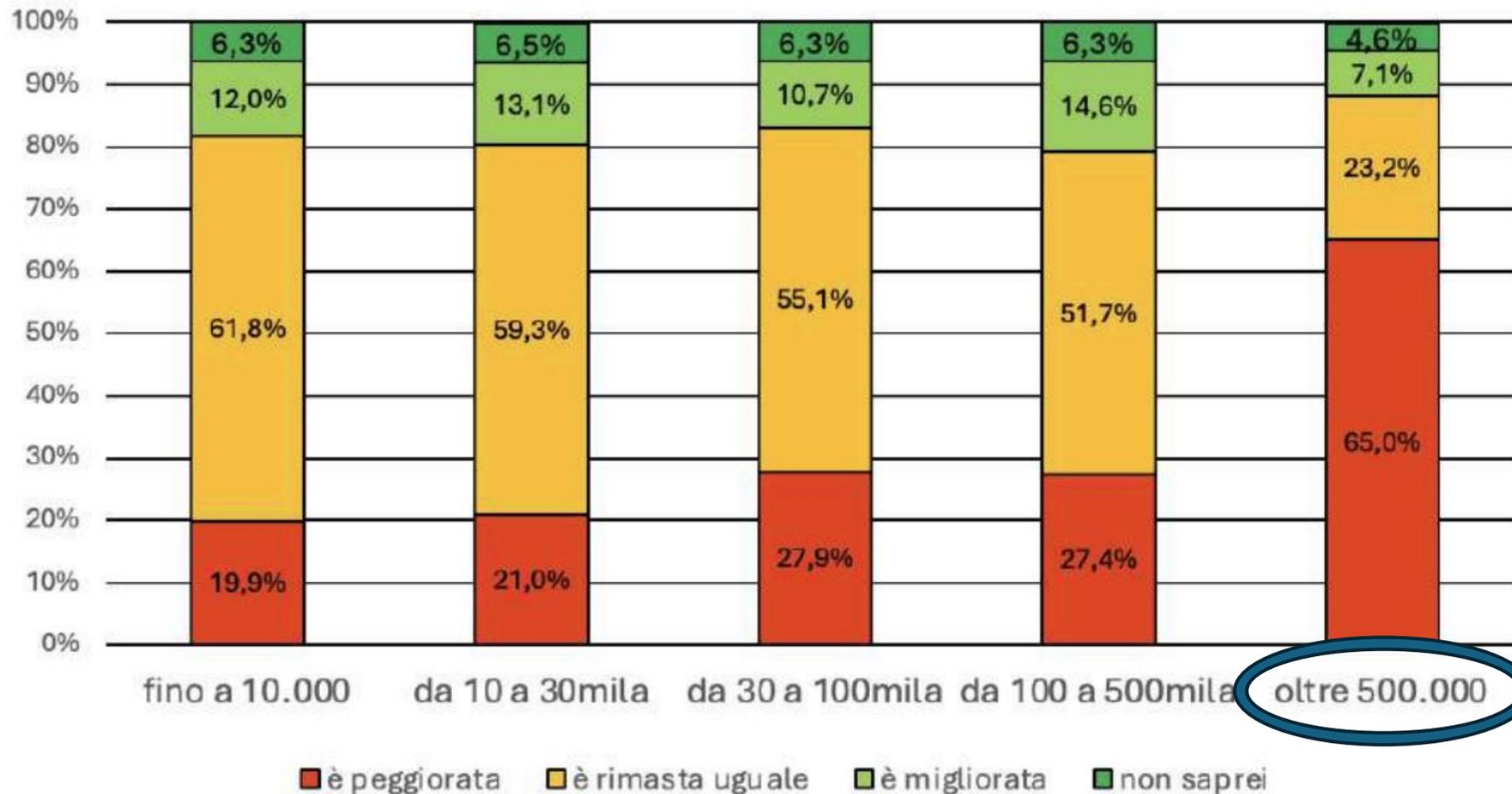
A tuo avviso nell'ultimo anno la situazione della città di Milano...	Zona (valori %)			Tot.
	centrale	intermedia	periferica	
è peggiorata	73,8	75,3	78,7	76,0
è rimasta invariata	18,1	15,0	14,1	15,2
è migliorata	3,8	5,4	3,6	4,6
non saprei	4,2	4,3	3,6	4,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

QUAL È LA PERCEZIONE IN ITALIA NELL'ULTIMO ANNO?



QUAL È LA PERCEZIONE PER DIMENSIONE DEI COMUNI NELL'ULTIMO ANNO?

La situazione del tuo comune... (per n. abitanti)

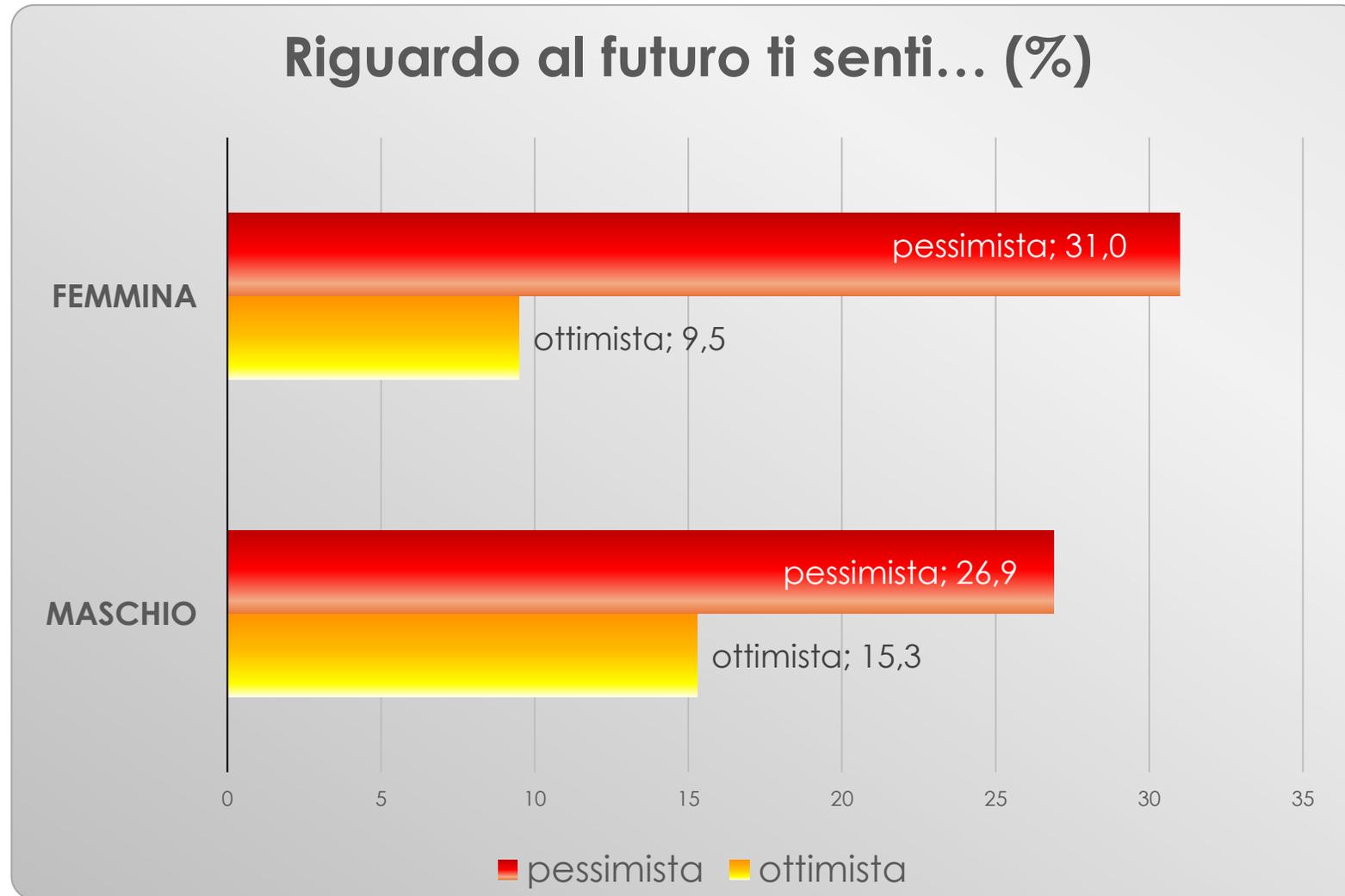


Dati «La città che cambia» (N = 11.892)



IL FUTURO

VISIONE DEL FUTURO: GENERE



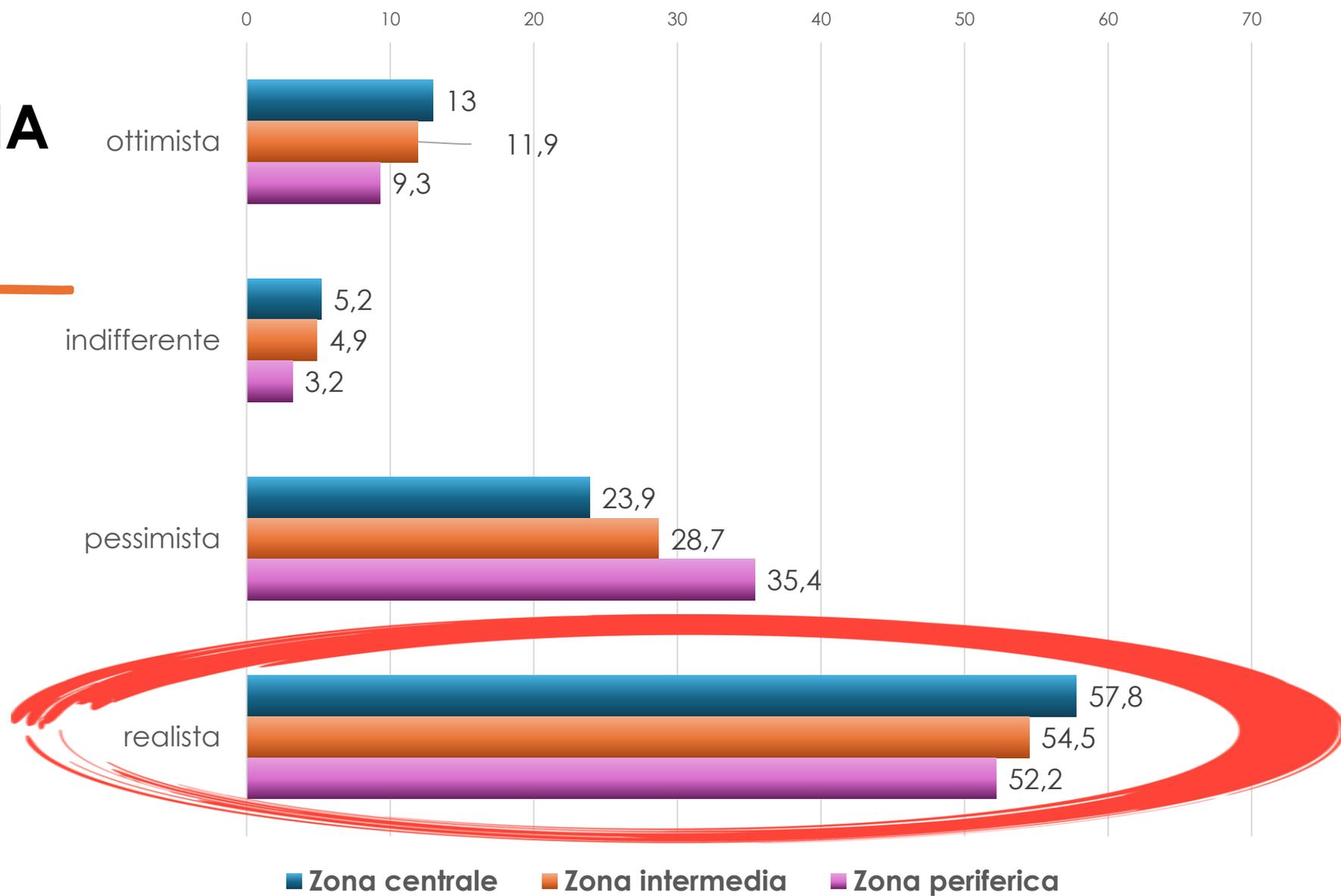
VISIONE DEL FUTURO: CLASSI D'ETÀ E REDDITO

Riguardo al futuro ti senti...	18-24	25-34	35-49	50-64	Over65	Tot.
ottimista	12,8	10,5	7,7	11,9	7,7	11,5
pessimista	23,1	38,0	35,2	35,2	34,6	29,6

Riguardo al futuro ti senti...	Percezione del reddito (valori %)				Tot.
	sopravvivere	vivere discretamente, ma con molti sacrifici	vivere decorosamente con qualche sacrificio	vivere senza fare sacrifici	
ottimista	6,9	4,9	12,4	16,7	11,7
pessimista	49,0	40,6	26,4	23,8	29,9

VISIONE DEL FUTURO E ZONA IN CUI SI VIVE

Riguardo al futuro ti senti... x zona (%)





IN CONCLUSIONE...

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

CREDITS

Questa indagine è stata promossa e gestita dal Centro di ricerca

“Osservatorio sulla comunicazione pubblica, il public branding e la trasformazione digitale” dell’Università IULM di Milano, con la direzione scientifica di **Stefano Rolando**.

La rilevazione e l’analisi dei dati è stata svolta da **Federica Fortunato e Rosantonieta Scramaglia**

(Dipartimento di Comunicazione, Arti e Media dell’Università IULM).

Il progetto di ricerca è stato svolto con l’approvazione del Rettore e degli Organi direttivi dell’Ateneo.

Al desk di attuazione del progetto hanno collaborato **Roberta Bianchi e Riccardo Liani Rodriguez**.

Si ringrazia il **Circolo e Centro Studi “Emilio Caldara” di Milano**

per l’attenzione e la collaborazione prestate.

La raccolta dei dati su Milano fa parte di un più ampio progetto di ricerca svolta sull’intero territorio italiano, finanziata dal Dipartimento di Comunicazione, Arti e Media e dal Dipartimento di Business, Diritto, Economia e Consumi dell’Università IULM di Milano. Alla ricerca, diretta da Ariela Mortara e da Rosantonieta Scramaglia, hanno partecipato Federica Fortunato, Simonetta Muccio, Niccolò Parini, Laura Pellegrini e Vittoria Sinisi.