

C
205 IF (VX(NY)) 270, 275, 270
275 DO 280 I=1, NVAR
 IF (I=ISIGN) 284, 280, 284
284 IF (I=NY) 285, 280, 285
285 IF (VX(I)) 288, 289, 288
289 NN2 (I) = NN2 (I) + 1
 GO TO 280
288 NJ2 (I) = NJ2 (I) + 1
280 CONTINUE

SEGM 970
SEGM 980
SEGM 990
SEGM1000
SEGM1010
SEGM1020
SEGM1030
SEGM1040
SEGM1050
SEGM1060

IMAS-report

IMAS International Wrocław

Z czym kojarzy się miasto Łódź?

Wrocław, maj 2007

Sprawdziliśmy, z czym Polakom kojarzy się miasto Łódź. Wyniki badania mogą posłużyć osobom zajmującym się promocją i wizerunkiem miasta, przedstawicielom władz w ocenie efektywności dotychczasowych akcji promocyjnych Łodzi a także stanowić pomoc w planowaniu i ukierunkowaniu przyszłych działań związanych z budową obrazu miasta. Raport może również służyć pomocą przedsiębiorcom chcącym skojarzyć własne usługi i produkty z Łodzią.

Badania IMAS International prowadzone w marcu 2007 na reprezentatywnej próbie Polaków w wieku 15 lat i więcej mogą pomóc osobom zajmującym się tworzeniem oraz korzystaniem z wizerunku miasta Łódź. Wyniki pozwalają odpowiedzieć na pytanie – jakie spontaniczne skojarzenia wywołuje miasto Łódź, w jakim stopniu są one zróżnicowane, jakich obszarów tematycznych dotyczą oraz które skojarzenia dominują. Ponieważ odnotowano wszystkie odpowiedzi jakie udzielili respondenci, suma procentów jest większa od 100%. W raporcie opisaliśmy również rozbieżności w odpowiedziach różnych grup demograficznych wyróżnionych ze względu na wiek, poziom wykształcenia, region zamieszkania i in. w przypadku, gdy różnice te występowały.

Kilka obszarów skojarzeń o zróżnicowanej sile występowania.

W omawianym badaniu sprawdzono jedynie spontaniczne skojarzenia, świadczące zazwyczaj o sile danego obiektu w umysłach badanych osób.

Miasto Łódź przywodzi na myśl skojarzenia dotyczące ok. 9 odrębnych tematów. Żaden z nich nie jest wymieniony przez większość Polaków, najsilniejszy związany jest z przemysłem. Aż 7% skojarzeń jest tak zróżnicowanych, że nie dało się wyodrębnić z nich żadnej większej grupy tematycznej.

Co dziewiątemu Polakowi (11%) miasto Łódź nie kojarzy się z niczym konkretnym. Brak skojarzeń zanotowano szczególnie wśród osób młodych – nie ma skojarzeń aż 16% Polaków w wieku 15-24 lata.

Wśród pozostałych – przeważająca większość ma skojarzenia związane z czymś charakterystycznym dla Łodzi np. konkretnym miejscem, symbolem. Tylko niewielki odsetek odpowiedzi nie jest specyficzny dla tego miasta i mógłby odnosić się również do innych miejsc (np. miasto rodzinne, znajomi itp. – łącznie tylko 3%).

Ponad połowa Polaków kojarzy Łódź z przemysłem i gospodarką.

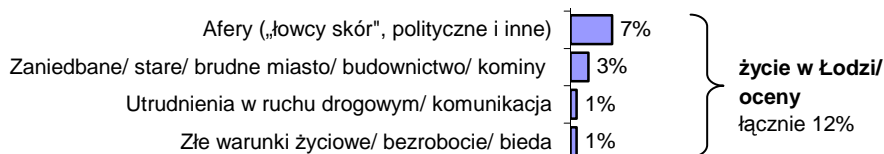
Najliczniejsza grupa skojarzeń dotyczy przemysłu i gospodarki, wymienia je ponad połowa Polaków (54%). Najsilniejsze skojarzenie z tej grupy, a także wśród wszystkich wymienianych w ogóle, to przemysł włókienniczy – wymieniany spontanicznie przez aż 32% Polaków. Łódź z przemysłem tekstylnym kojarzą głównie osoby starsze, tylko 15% Polaków w wieku 15-24 lata i aż 45% w wieku 55 lat i więcej. Kolejne skojarzenie związane z przemysłem i gospodarką to fabryki i zakłady przemysłowe wymieniane przez 14% badanych. Także to skojarzenie przywołują częściej osoby starsze (w wieku 55 lat i więcej – 20%). Inne skojarzenia z tej grupy tematycznej są wymieniane sporadycznie, odnoszą się do sklepów, domów handlowych (4%), a także giełd / targów handlowych, odzieży, zakupów, rozwoju gospodarczego / nowoczesności (po 1%).



Relatywnie sporo negatywnych skojarzeń dotyczących warunków życia w Łodzi.

Drugi, o wiele słabszy obszar skojarzeń, dotyczy warunków życia oraz bieżących wydarzeń z życia miasta – łącznie 12%. Dominującym skojarzeniem z tego obszaru są różnego rodzaju afery – m.in. „łowców skór”, afery polityczne ogólnie oraz inne, wymieniane łącznie przez 7% Polaków - szczególnie osoby w wieku 45-54 lata (12%), mieszkańcy miast pow. 200 tys. (11%). Polacy na hasło „miasto Łódź” myślą również o zaniedbaniach, starym, brudnym mieście (łącznie 3%), utrudnieniach w ruchu drogowym, złych warunkach życia (po 1%).

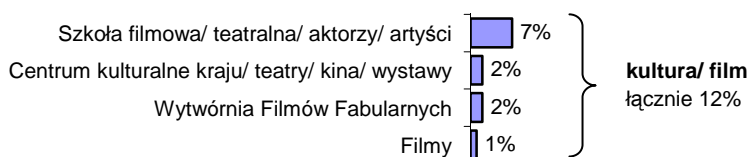
Ogólnie, jeśli chodzi o warunki życia w Łodzi, przeważają oceny negatywne, rysujące „czarny obraz” Łodzi – miasta, które nie gwarantuje mieszkańcom dobrych warunków bytowych.



Łódź to też stolica filmowa Polski.

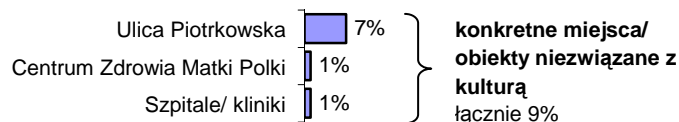
Co ósmy (12%) Polak kojarzy Łódź z kulturą, w szczególności z filmem. 7% badanych przywołuje spontanicznie Szkołę Filmową, teatralną, artystów, aktorów. Polacy nazywają spontanicznie Łódź centrum kulturalnym kraju, wymieniają ogólnie obiekty kultury (kina, teatry, wystawy) – jednak skojarzenia te nie są silne, wymienia je zaledwie 2%. Tyle samo (2%) Polaków kojarzy Łódź z Wytwórnią Filmów Fabularnych, co setny (1%) na pytanie o skojarzenia odpowiada po prostu – „filmy”.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że mająca ponad półwieczną historię łódzka „filmówka” i jej otoczenie jest obecnie kojarzona w zaledwie takim samym stopniu jak nagłaśniane przez media afery sprzed kilku lat.



Piotrkowska – czy bardzo znana?

Jeśli chodzi o konkretne obiekty na mapie miasta nie związane z kulturą, liderem jest główny pasaż – ulica Piotrkowska wymieniana przez 7% Polaków (tylko 4% wśród osób z wykształceniem podstawowym i zawodowym, 11% i 13% - odpowiednio z wykształceniem średnim i wyższym). Inne obiekty to Centrum Zdrowia Matki Polki oraz ogólnie – szpitale i kliniki (po 1%).



Łódź to również miasto wojewódzkie, miasto związane ze sportem oraz - po prostu łódka.

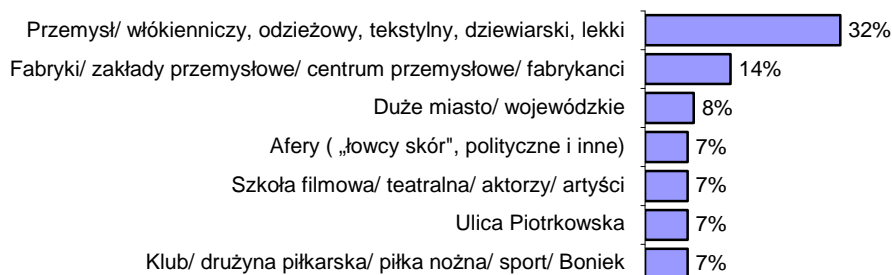
Podobnie niewiele skojarzeń odnosi się do cech geograficznych miasta: skojarzenie z dużym, wojewódzkim miastem (8%) oraz z położeniem geograficznym miasta (1%).

Polacy w niewielkim stopniu kojarzą miasto Łódź także z łódką (również jako herb miasta), oraz innymi obiektami „wodnymi”. Łącznie skojarzenia z tej grupy ma co jedenasty (9%) Polak. W tym - z łódką i wioślami (6%) – głównie mieszkańcy Mazur (15%) i Pomorza (11%), osoby w wieku 15-24 lata (11%) oraz z wykształceniem podstawowym i zawodowym (9%), z łódką jako herbem miasta (2%), oraz innymi obiektami „wodnymi” – wodą, morzem, statkami, rybakami (1%).

Łódź jest kojarzona ze sportem. Co 14 Polak (7%) wymienia klub piłkarski, piłkę nożną, Zbigniewa Bońka lub ma inne, podobne skojarzenia.

Bardzo słabe skojarzenia dotyczą historii miasta, wszystkie odnoszą się do obecności Żydów oraz getta (łącznie 2%). Inne sporadyczne skojarzenia, które nie należą do ww. grup tematycznych to wyższe uczelnie oraz były premier – Leszek Miller (po 1%).

Biorąc pod uwagę jedynie najczęściej wskazywane skojarzenia, można stwierdzić, że miasto Łódź przychodzi na myśl Polakom przede wszystkim:



Wyniki pochodzą z badania przeprowadzonego przez IMAS International jako część ankiety tematycznej. Badania zrealizowano metodą wywiadu kwestionariuszowego In home w marcu 2007 na reprezentatywnej kwotowej grupie Polaków w wieku 15 lat i więcej lat (n=1006).

W przypadku cytowania wyników badania, prosimy podać pełną nazwę firmy, wielkość próby oraz metodologię. Istnieje możliwość zakupu pełnych wyników badań wraz z tabelami.

Kontakt: Damian Michalski imas@imas.pl , tel: (071) 339 04 31

Sondaż jest częścią własnego projektu IMAS dotyczącego skojarzeń Polaków ze stolicami województw. Kolejne planowane miasta: Kraków, Wrocław, Warszawa, Trójmiasto, Katowice, Lublin. Wyniki poprzednich badań w ramach tego projektu oraz więcej informacji można uzyskać na stronie www.imas.pl zakładka Raporty IMAS.

O IMAS International

Nasza firma działa na rynku polskim od 1994 roku, w pierwszej 20 firm badawczych w kraju. Prowadzimy badania rynkowe i opinii społecznej zarówno w Polsce, jak też za granicą – w Europie, Azji, Ameryce, Afryce. Nasi klienci – producenci, sprzedawcy, instytuty badawcze, media, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe - doceniają w nas profesjonalizm, skuteczność i dopasowywanie oferty do ich możliwości i potrzeb. Oferujemy pełen zakres metod i technik, prowadzimy badania face to face, CATI, CAPI, CAWI, zarówno jakościowe jak ilościowe. Więcej informacji można uzyskać na: www.imas.pl

IMAS International sp. z o.o. 5/2007