

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 Poznań się kojarzy?

Wrocław, listopad 2006

Sprawdziliśmy, z czym Polakom kojarzy się nazwa „Poznań”. Wyniki badania mogą posłużyć osobom zajmującym się promocją i wizerunkiem miasta, przedstawicielom władz w ocenie efektywności dotychczasowych akcji promocyjnych Poznania 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 Poznaniem i Wielkopolską.

Badania IMAS International prowadzone w listopadzie 2006 na reprezentatywnej próbie Polaków w wieku 15 lat i powyżej mogą pomóc osobom zajmującym się tworzeniem oraz korzystaniem z wizerunku miasta Poznania. Wyniki pozwalają odpowiedzieć na pytania - jakie spontaniczne skojarzenia wywołuje nazwa „Poznań”, w jakim stopniu są one zróżnicowane, jakich obszarów tematycznych dotyczą oraz które skojarzenia dominują. 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.

Brak jednego, silnego skojarzenia z Poznaniem.

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

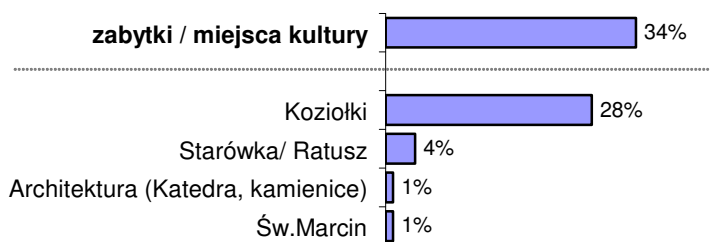
Poznań przychodzi na myśl wiele zróżnicowanych skojarzeń (aż 11% wypowiedzi była zbyt zróżnicowana, by dało się je skategoryzować w większe grupy). W ogólnopolskim wizerunku Poznania brak jednoznacznego symbolu / skojarzenia, pojawia się natomiast kilka dość silnych obszarów, budujących lub odzwierciedlających obraz miasta.

Co siódmemu Polakowi (14%) nazwa „Poznań” nie nasuwa obecnie żadnego konkretnego skojarzenia, przy czym jest to znacznie częstsze w północno-wschodnich regionach i centrum (np. Mazury – 22% nie ma skojarzeń), niż w pozostałych częściach kraju.

Spośród pozostałych - zdecydowana większość kojarzy z Poznaniem coś specyficznego dla tego miasta (np. konkretne miejsca, zabytki), tylko niewielki odsetek odpowiedzi mógłby odnosić się do każdego miejsca w Polsce (np. rodzina, znajomi, „moje miejsce urodzenia” – łącznie tylko 3%). Skojarzenia zawierające oceny są najczęściej pozytywne. Oceny pozytywne dotyczą zarówno samego miasta (np. dobrobyt, porządek) jak i jego mieszkańców (gospodarność), natomiast oceny negatywne odnoszą się tylko do jego mieszkańców – skąpstwo, sknerstwo – i wymienia je zaledwie 1% respondentów. Brak jest negatywnych ocen związanych z życiem w dużym mieście takich jak utrudnienia w ruchu drogowym, hałas, tłok.

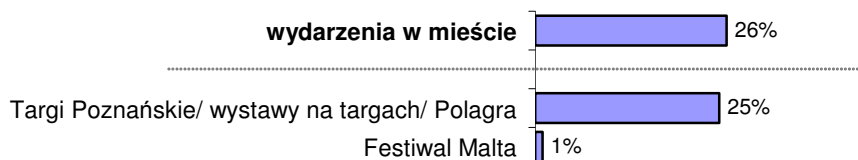
Dla ponad 1/3 Polaków Poznań to miasto zabytków i miejsce kultury. Najlepiej kojarzony obiekt to Koziółki.

Najsilniejsza grupa skojarzeń wyodrębniona w trakcie analizy to zabytki lub kultura, wymienia je co trzeci badany (34%) Zdecydowanym liderem w tej grupie oraz wśród wszystkich skojarzeń są Koziółki – dekoracja poznańskiego Ratusza, przywoływane z pamięci przez aż 28% Polaków. Inne konkretne obiekty z tej grupy przychodzą na myśl znacznie rzadziej, np. Starówka / Ratusz (4%), czy Katedra / kamienice (1%).



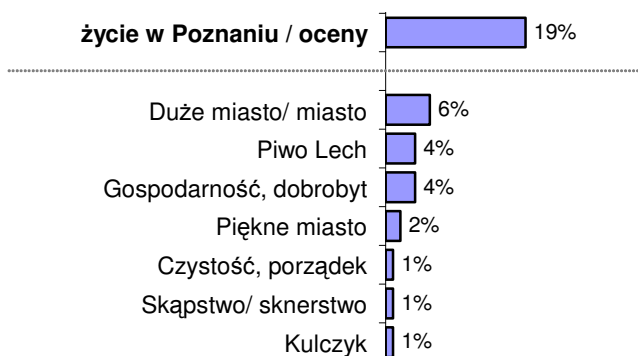
Poznań to również wydarzenia organizowane w tym mieście. Co czwarty Polak kojarzy go z Targami Poznańskimi.

Poznań kojarzony jest silnie z Targami Poznańskimi – wymienia je spontanicznie aż jedna czwarta Polaków i jest to drugie najczęściej przywoływane skojarzenie. Poza Targami, drugą imprezą kojarzoną z miastem jest międzynarodowy festiwal teatralny Malta. Przywołuje go jednak zaledwie 1% respondentów.



Polacy kojarzą się też z dużym miastem, gospodarnością oraz piwem Lech.

Relatywnie częste skojarzenia dotyczą samego miasta i życia w nim, w tym miejsc i obiektów dnia codziennego (łącznie wymieniane przez ok. 19% Polaków). 6% Polaków słysząc Poznań myśli „duże miasto” lub po prostu „miasto”. Zaledwie 2% Polaków spontanicznie ocenia Poznań jako ładne miasto. Poznań i Poznaniacy kojarzą się Polakom z gospodarnością, dobrobytem (4%), czystością i porządkiem (1%), ale też, choć rzadziej, ze skąpstwem / sknerstwem (1%). Słysząc „Poznań” co dwudziesty Polak wymienia piwo Lech, a co setny – nazwisko Kulczyk.



Relatywnie niewiele skojarzeń odnosi się do geograficznego położenia miasta oraz jego roli administracyjnej (stolica województwa – 6%, polskie miasto i miasto w pobliży granicy niemieckiej - po 1%).

Podobnie niewiele skojarzeń (6%) odnosi się do jego historii, a pojawiające się dotyczą głównie strajku robotników w 1956r. (4%) oraz skojarzeń z miastem niemieckim (2%).

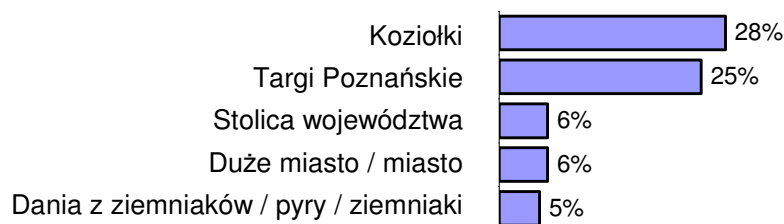
Polacy przypominają sobie o wielkopolskiej kuchni oraz regionalnych określeniach gastronomicznych, choć skojarzenia z tej kategorii nie pojawiają się często (7%). Najczęściej dotyczą one potraw z ziemniaków / pyr (5%), rzadziej rogali świętomarcińskich / Marcinków oraz pyz / klusek na parze (po 1%).

Konkretne miejsca Poznania nie będące zabytkami a kojarzone przez Polaków to Zakłady Cegielskiego (4%) oraz rzadziej - jezioro / ośrodek sportu Malta (1%).

Poznań jest też kojarzony ze sportem – spontanicznie wymienia coś z tego obszaru jedynie 4% Polaków - wszystkie skojarzenia dotyczą pierwszoligowego klubu piłki nożnej – Lecha Poznań.

Jeszcze słabiej przedstawia się skojarzenie Poznania z uczelniami / studentami. Tylko 3% respondentów ma jakieś skojarzenie z tego obszaru.

Biorąc pod uwagę jedynie najczęściej wskazywane skojarzenia można powiedzieć, że nazwa Poznań przychodzi Polakom na myśl przede wszystkim:



Wyniki pochodzą z badania prowadzonego przez IMAS International jako część ankiety wielotematycznej. Badania zrealizowano metodą wywiadu kwestionariuszowego in home w listopadzie 2006 na reprezentatywnej kwotowej próbie Polaków w wieku 15 i więcej lat. (n=500).

W przypadku cytowania wyników badania prosimy podać pełną nazwę firmy oraz metodologię. 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: Łódź, Kraków, Wrocław, Warszawa, Trójmiasto, Katowice, Lublin. Więcej informacji można uzyskać na www.imas.pl zakładka Raporty IMAS.

O IMAS International

Nasza firma działa na rynku polskim od 1994 roku, obecnie w pierwszej 15 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. 1/2007