

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 Wrocław?

Wrocław, luty 2009

Sprawdziliśmy, z czym Polakom kojarzy się nazwa „Wrocław”. Wyniki badania mogą posłużyć osobom zajmującym się promocją i wizerunkiem miasta, przedstawicielom władz i mediów oraz innym osobom związanym z miastem i Dolnym Śląskiem. Raport może być przydatny w ocenie efektywności dotychczasowych akcji promocyjnych Wrocławia oraz stanowić pomoc w planowaniu i ukierunkowaniu przyszłych działań związanych z budową obrazu miasta. Aktualne wyniki porównaliśmy z wynikami z 2006 roku.

Badania IMAS International prowadzone w październiku 2008 na reprezentatywnej próbie Polaków w wieku 15 lat i powyżej mogą pomóc osobom zajmującym się tworzeniem oraz korzystaniem z wizerunku miasta Wrocławia. Wyniki pozwalają odpowiedzieć na pytania - jakie spontaniczne skojarzenia wywołuje nazwa „Wrocław”, w jakim stopniu są one zróżnicowane, jakich obszarów tematycznych dotyczą oraz które skojarzenia dominują. Aktualne wyniki porównaliśmy z wynikami z 2006 roku.

Wrocław wywołuje skojarzenia z kilku obszarów o różnej sile występowania. Miasto nie ma jednego, wyrazistego skojarzenia, które mogłoby służyć jako jego symbol. Najsilniejsza grupa skojarzeń obnosi się do zabytków i atrakcji turystycznych.

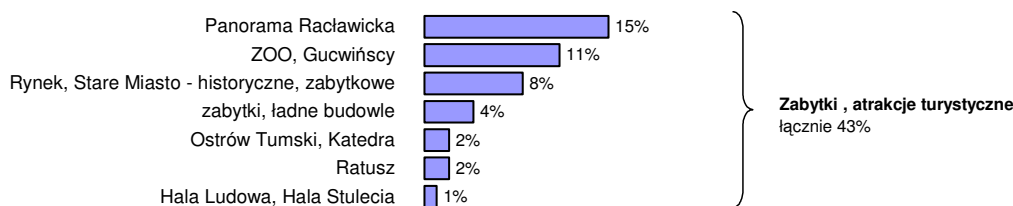
W omawianym badaniu sprawdzono jedynie spontaniczne skojarzenia, świadczące zazwyczaj o sile obrazu danego obiektu w umysłach badanych osób.

Wrocław przywodzi na myśl skojarzenia dotyczące ok. 7 odrębnych tematów. Żaden z nich nie jest wymieniony przez większość Polaków. Najsilniejszy związany jest z zabytkami i atrakcjami turystycznymi. Aż 9% skojarzeń jest tak zróżnicowanych, że nie dało się wyodrębnić z nich żadnej większej grupy tematycznej.

Co piątemu Polakowi (19%) Wrocław nie kojarzy się z niczym konkretnym. Wśród pozostałych – przeważająca większość ma skojarzenia związane z czymś charakterystycznym dla Wrocławia np. konkretnym miejscem, wydarzeniem. Część skojarzeń nie odwołuje się bezpośrednio do Wrocławia i mogłaby odnosić się również do innych miast (np. miasto rodzinne, znajomi itp. – łącznie 10%).

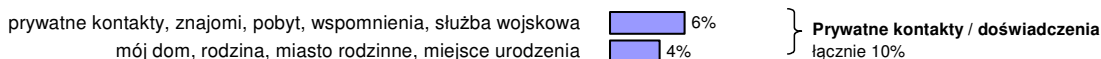
Najwięcej Polaków kojarzy Wrocław z konkretnym zabytkiem lub atrakcją turystyczną tego miasta; głównie z Panoramą Raławicką i Ogrodem Zoologicznym.

Najliczniejsza grupa skojarzeń dotyczy zabytków i atrakcji turystycznych - 43% Polaków ma skojarzenia z tej kategorii. Najsilniejsze skojarzenie z tej grupy, a także wśród wszystkich wymienianych w ogóle, to Panorama Raławicka wymieniana spontanicznie przez co siódмого (15%) Polaka. Kolejne silne skojarzenia z tej grupy to Ogród Zoologiczny (10%) i p.Gucwińscy (1%), łącznie 11% oraz Rynek / Stare Miasto (8%). Pozostałe miejsca to Ostrów Tumski, Katedra (łącznie 2%), Ratusz (2%), Hala Stulecia / Hala Ludowa (1%). Pojawiają się także ogólne określenia typu „zabytki, ładne budowle” (4%).

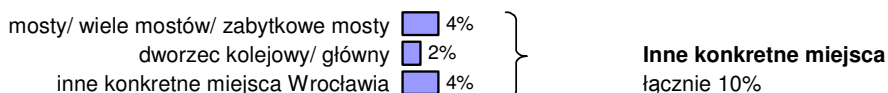


Wrocław to miasto prywatnych kontaktów oraz wspomnień. To miasto, w którym mieszkają krewni, znajomi.

Wrocław przywodzi na myśl także prywatne kontakty, wspomnienia. To miasto, gdzie mieszkają krewni, znajomi. Łącznie, co dziesiąty (10%) Polak ma skojarzenia z tej grupy tematycznej.

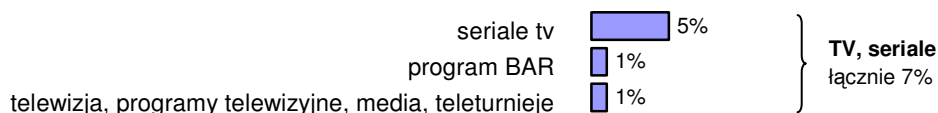


Poza zabytkami, Polacy kojarzą inne obiekty, miejsca. W szczególności – Wrocław to miasto z dużą liczbą mostów. Popularny jest również Dworzec Główny PKP.



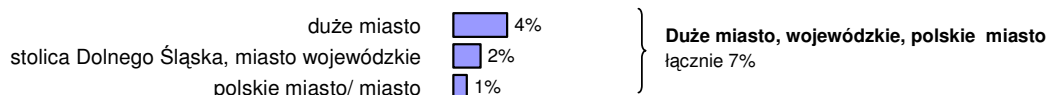
We Wrocławiu kręci się seriale i programy telewizyjne.

Inne skojarzenia, jakie wywołuje Wrocław to produkcje TV Polsat - seriale telewizyjne („Pierwsza miłość”, „Fala zbrodni”), telewizyjny program BAR, oraz ogólnie – programy telewizyjne. Suma skojarzeń z tej kategorii wynosi 7%.



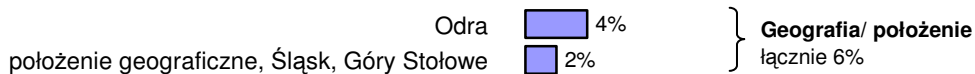
Polacy opisują Wrocław jako duże miasto, stolicę województwa, polskie miasto.

Część skojarzeń dotyczy po prostu dużego, wojewódzkiego miasta. Skojarzenia z tej grupy mogłyby odnosić się do większości miast wojewódzkich. Łącznie skojarzenia z tej kategorii ma ok. 7% Polaków.



Wrocław to miasto nad Odrą, na zachodzie Polski, blisko gór.

Wśród spontanicznych skojarzeń związanych z Wrocławiem, okazjonalnie pojawiały się odpowiedzi dotyczące geografii, położenia miasta na mapie Polski, w szczególności skojarzenia z rzeką Odrą (4%).



Wrocław wywołuje pozytywne skojarzenia.

Sporadycznie, na hasło „Wrocław” Polacy wymieniają pozytywne opinie: „ładne, piękne miasto”, „nowoczesne” oraz restauracje, życie nocne. Suma skojarzeń z tej kategorii wynosi 5%.

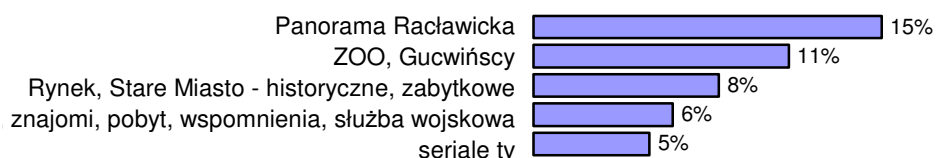


Wrocław wywołuje też wiele innych, słabych skojarzeń.

Inne, sporadyczne skojarzenia to:

- Gospodarka - miejsca pracy, firmy wrocławskie (2%), hipermarkety, zakupy (1%)
- Uczelnie - uczelnie (3%), miasto studenckie (1%),
- Narodowości - Niemcy (2%),
- Sport - kluby sportowe, klub Śląsk Wrocław, wydarzenia sportowe (łącznie 3%) oraz Mistrzostwa Europy w piłce nożnej Euro 2012 (1%),
- Wydarzenia - powódź (2%)
- Kultura - życie kulturalne, teatr, opera, operetka, kina, festiwale (łącznie 2%).
- Opinie negatywne - utrudnienia w ruchu drogowym, duży ruch (1%).

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



Porównanie skojarzeń z 2008 roku ze skojarzeniami z 2006 roku.

Ogólnie, Polacy badani w 2008 mają takie same skojarzenia z Wrocławiem, jakie mieli dwa lata wcześniej. Nieznacznie zmieniła się siła niektórych skojarzeń.

Wrocław silniej kojarzy się z serialami tv produkowanymi w tym mieście (wzrost z 2% do 5%).

W 2008 roku słabiej niż w 2006 Wrocław kojarzy się z zabytkami i atrakcjami turystycznymi (spadek z 54% w 2006r do 44% w 2008r). Szczególnie dotyczy to najlepiej kojarzonych obiektów Wrocławia – Panoramy Raławickiej (spadek z 18% do 15%) oraz wrocławskiego ZOO (spadek z 15% do 11%).

Obecnie słabiej niż przed dwoma laty Wrocław kojarzy się z pięknym, ładnym miastem oraz z miłą atmosferą (spadek z 6% do 2%).

Nowe skojarzenie, nie odnotowane z 2006 roku to Mistrzostwa Europy w piłce nożnej Euro 2012 (2008r- 1%, 2006r. – nie odnotowano).

Nieznacznie wzrosła liczba Polaków, którzy nie mają żadnych skojarzeń z Wrocławiem (z 16% do 19%).

Wyniki pochodzą z badań prowadzonych przez IMAS International jako część ankiety wielotematycznej. Badania zrealizowano metodą wywiadu kwestionariuszowego in home we wrześniu 2006 (n=1008) oraz w październiku 2008 (n=1003). Badania zostały przeprowadzone na reprezentatywnej kwotowej próbie Polaków w wieku 15 lat lub powyżej.

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

*W przypadku cytowania wyników badania, prosimy podać nazwę firmy oraz metodologię.
Kontakt: Damian Michalski, imas@imas.pl, tel: (071) 78 27 900*