

**DOCUMENTO RISERVATO**

Ipsos Public Affairs

**Per Comitato Brand Milano**

**SOTTO EMBARGO  
FINO ALLE ORE 15:00  
DEL 17 NOVEMBRE 2015**

# **BRAND MILANO**

## **Il patrimonio simbolico della Città**

**DOPO EXPO2015**

**Aggiornamento dell'indagine quantitativa in Italia e all'estero**



# Milano che deve presentarsi all'estero con un biglietto da visita ricco e articolato

## Deve essere



Accogliente con i turisti



Sicura



Esprime l'italianità

## Deve offrire



Moda



Cultura: teatri, mostre, eventi



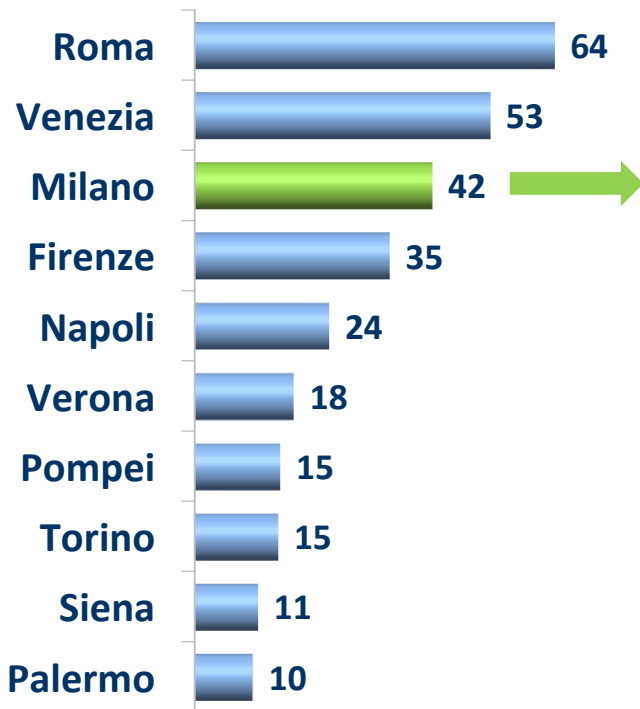
Arte e Monumenti

# Milano creativa, accogliente, ricca di cultura per gli stranieri

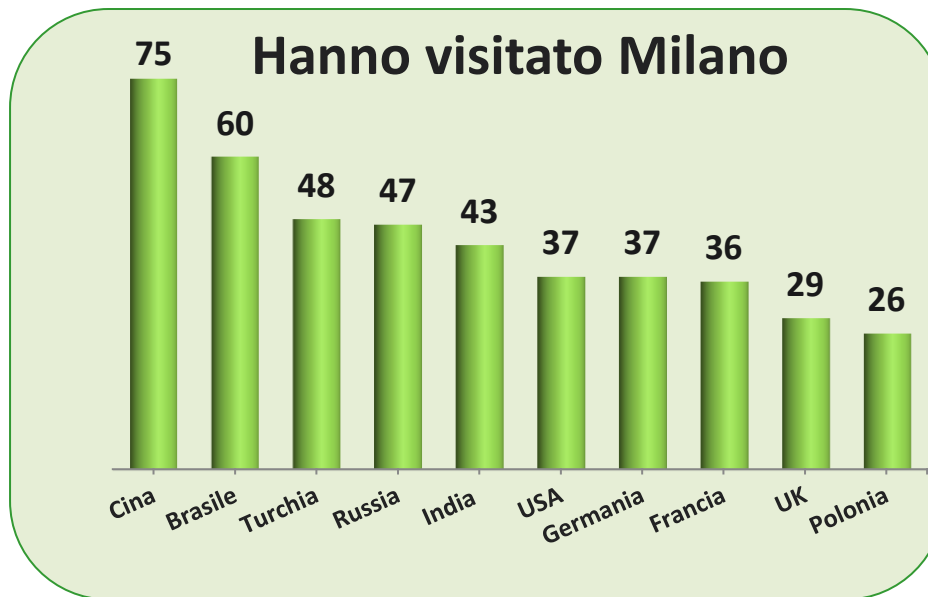


3 Base: totale stranieri intervistati (4.013)

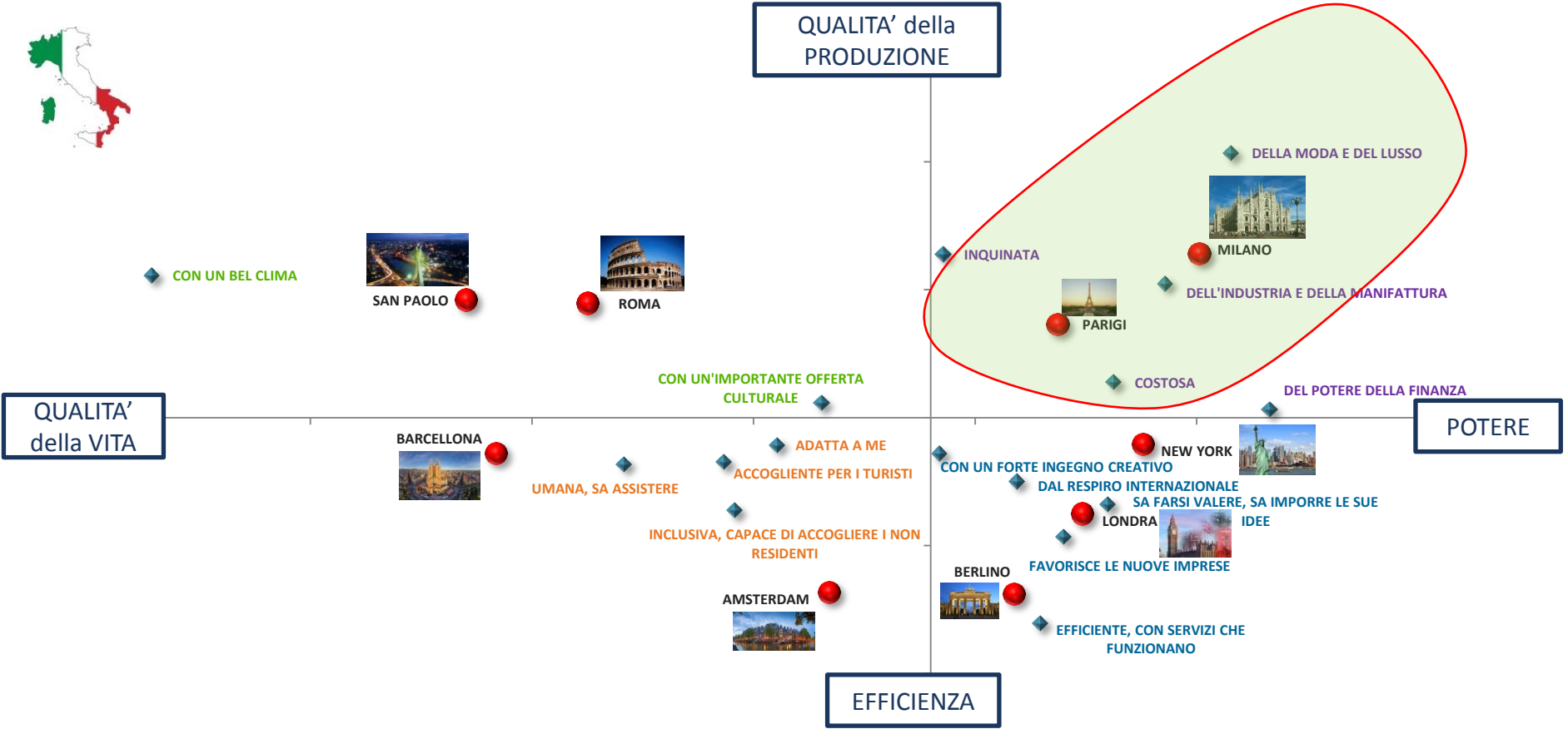
# Milano, terza meta per gli stranieri dopo Roma e Venezia



Valori %



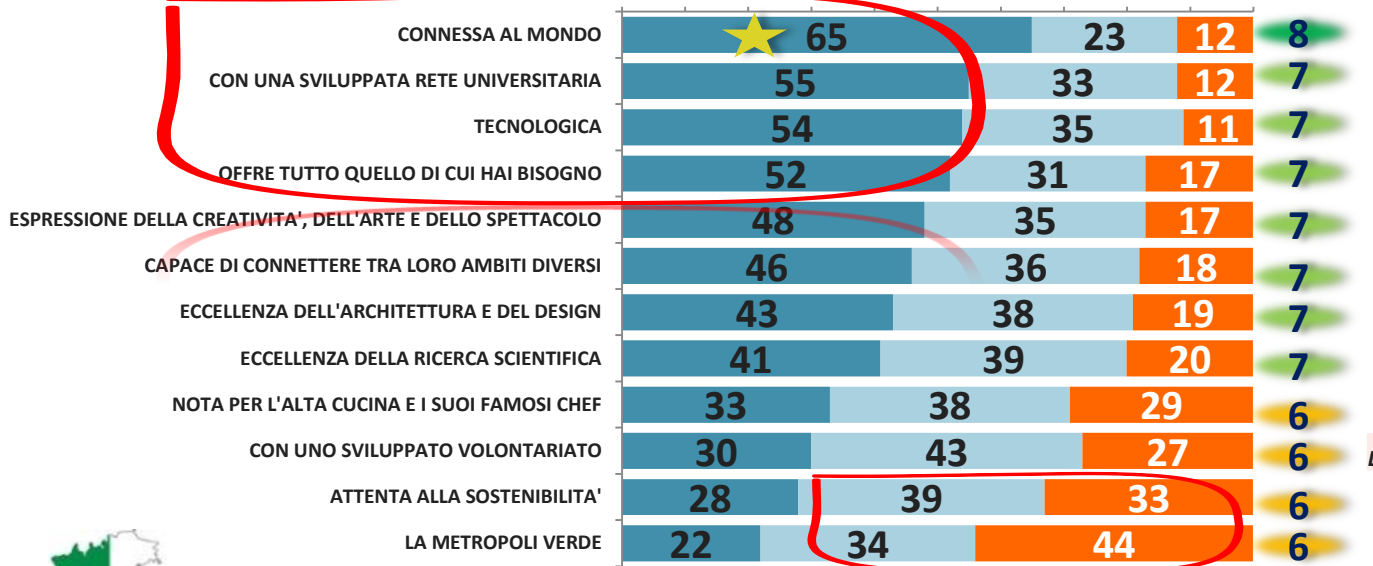
# Milano operosa, creativa, ma anche costosa per gli italiani



5 Base: totale italiani intervistati (1.001)

# Milano connessa, dinamica, internazionale per gli italiani

■ Voti 8-10 ■ Voti 6-7 ■ Voti 1-5



## Milano in una parola

	Totale Italia
Del lavoro	23
Internazionale	22
Delle opportunità	21
Arrogante	10
Dell'efficienza	9
Dell'ingegno creativo	7
Connessa	5
Dell'integrazione	2
Della solidarietà	1

D8Bis. E tra queste? Milano città...

	Totale Italia
Dell'impresa	37
Della finanza	31
D'arte e cultura	10
Della tecnologica	9
Dell'editoria	5
Dello sport	4
Della sanità	3
Dell'alta gastronomia	1



Al 72% degli italiani  
Milano piace

# Milano ricca di luoghi simbolici, non solo Duomo e Scala

**Citazioni corrette**  
81%  
96%



**Citazioni scorrette**  
51%  
11%

7 Base: totale stranieri intervistati (4.013)  
Base: totale italiani intervistati (1.001)

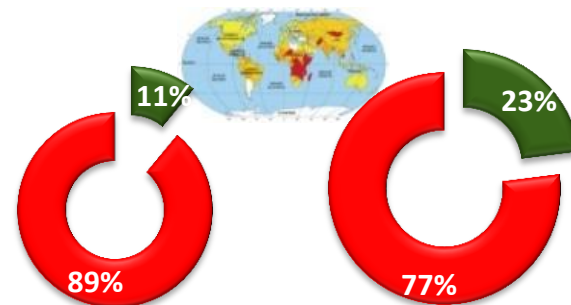
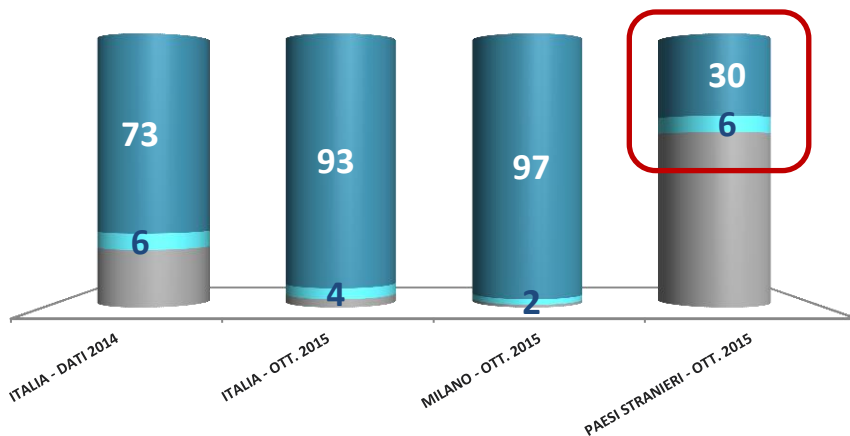


# L'eredità di EXPO



# EXPO un evento noto a uno straniero su tre

■ Non sanno    ■ Conoscono ma non sanno dove    ■ Sanno di EXPO a Milano

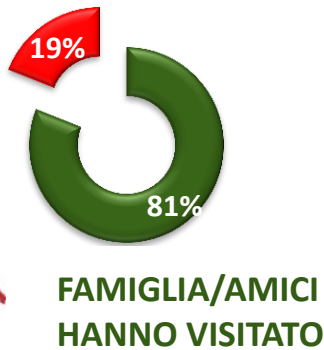


VISITATA DI PERSONA

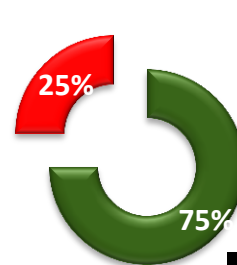
FAMIGLIA/AMICI HANNO VISITATO



VISITATA DI PERSONA



FAMIGLIA/AMICI HANNO VISITATO



VISITATA DI PERSONA

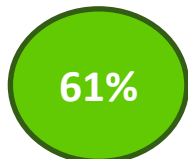
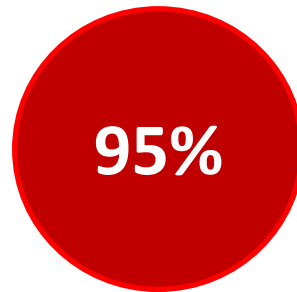


FAMIGLIA/AMICI HANNO VISITATO

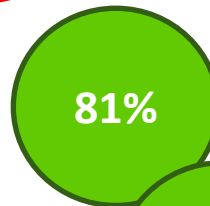
# EXPO un evento unanimemente riconosciuto: Milano ha un lascito da gestire



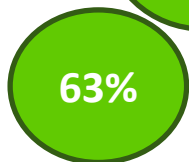
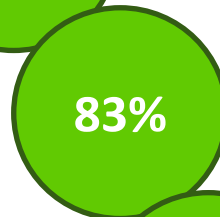
EXPO è stata ... **«un successo»**



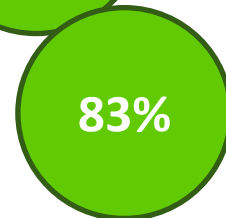
«Milano è diventata una città più interessante»



«Milano ha migliorato la sua immagine nel mondo»



«Milano ha migliorato la sua capacità di accogliere i visitatori»



# Le attese dei cittadini prima di EXPO: attese temperate da una dose di distacco, tutta milanese

EXPO sarà ...

56%

«un successo!»

«nulla di straordinario»

33%

I milanesi saranno...

55%

«ospitali e accoglienti!»

«indifferenti»

23%

«anche un tantino infastiditi dalla folla»

17%

# Ma anche i milanesi ne riconoscono la riuscita e il lascito alla città

EXPO è stata ... **«un successo»**

89%



72%

«PIU' BENEFICI E VANTAGGI CHE PROBLEMI PER LA CITTA'»

«UN'AREA RIQUALIFICATA E UTILE PER USI FUTURI»

61%

«VANTAGGI PER TUTTA L'ITALIA»

35%

26%

«UNA RIPRESA ECONOMICA DURATURA»

# Ma anche i milanesi ne riconoscono la riuscita e il lascito alla città

EXPO è stata ... **«un successo»**

89%



57%

«Milano migliora il suo ruolo tra le grandi città del mondo»

«Milano migliora la sua immagine nel mondo»

67%

63%

«Milano migliora sua capacità di rappresentare l'Italia nel mondo»

«Milano migliora la sua capacità di attrarre i turisti»

66%

EXPO è stata ... **«un successo»**



«Milano migliora l'organizzazione dei trasporti »



«Milano migliora la qualità della vita»



«Milano migliora sotto il profilo del traffico»

MILANO  
CITTÀ  
METROPOLITANA

The logo graphic for Milano Città Metropolitana consists of four overlapping circles in shades of purple, blue, and grey, arranged in a cluster.A large decorative graphic on the right side of the slide, featuring a light blue triangle at the top with two dark teal circles inside, and two overlapping circles below it, one orange and one yellow.

**MILANO**  
**Città Metropolitana**

# CITTÀ METROPOLITANA : bisogna informare di più

Ipsos Public Affairs

Una città con molti milioni di abitanti ?

*La voce della città*

**43%**

*La voce della provincia*

**41%**



Una città che ingloba paesi e città vicine e diventa tutt'uno?

**55%**

**57%**





# CITTÀ METROPOLITANA : un futuro su cui poggiano ancora timide speranze

*Con Milano città metropolitana, le cose potranno andare*



... ma sul quale permangono ancora dubbi

*Con Milano città metropolitana, le cose potranno andare*





# SCHEDA TECNICA

# NOTA METODOLOGICA



<b>Universo di riferimento:</b>	Popolazione 18-64 residente a Milano e provincia, e in Italia Popolazione 18-60 residente in Brasile, Cina, Francia, Germania, India, Polonia, Russia, Turchia, UK, USA
<b>Campione:</b>	Stratificato e casuale, selezionato in base a quote per sesso, età, area geografica.
<b>Metodologia:</b>	Interviste online tramite tecnica <b>CAWI</b>
<b>Numero di interviste eseguite:</b>	<b>6.014 interviste</b> così suddivise: 4.013 nei Paesi esteri 1.001 in Italia 500 a Milano città + 500 in provincia di Milano
<b>Periodo di rilevazione:</b>	<i>21 ottobre – 3 novembre 2015</i>

20 **NOTA:** tutti i valori percentuali riportati nel presente report si riferiscono al **dato ponderato**, mentre le numerosità indicate (basi), corrispondono al dato **NON ponderato**, che rappresenta l'effettiva numerosità dei rispondenti.

# I CAMPIONI



## In Italia

**1.001 interviste** online  
a residenti di 18-64 anni,  
rispettando quote di:

- ✓ Genere
- ✓ Età
- ✓ Area geografica

## A Milano

**500 interviste** online  
a residenti di 18-64 anni,

rispettando quote di:

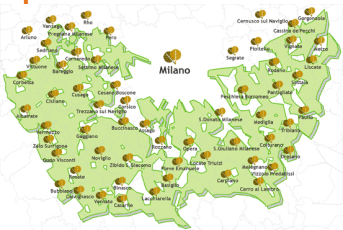
- ✓ Genere
- ✓ Età

✓ *150 interviste a residenti  
nel centro di Milano*

## In provincia di Milano,

**500 interviste** online  
a residenti di 18-64 anni,

- ✓ *125 residenti a Nord,*
- ✓ *125 a Sud*
- ✓ *125 a Ovest*
- ✓ *125 a Est di Milano*



❖ 402 interviste in Francia



❖ 401 interviste in Germania



❖ 403 interviste in Polonia



❖ 402 interviste in Turchia



❖ 402 interviste in Gran Bretagna



❖ 400 interviste in Usa



❖ 402 interviste in Russia



❖ 400 interviste in India



❖ 400 interviste in Cina



❖ 401 interviste in Brasile

Ipsos Public Affairs

## Per ogni Paese

**circa 400 interviste** online  
a residenti di 18-60 anni

