

Questo studio rivela il valore percepito dei territori italiani: Bologna emerge per qualità della vita e produttività

2025-06-25 15:56:30 di Forbes.it

URL:<https://redazione.forbes.it/2025/06/25/questo-studio-rivela-il-valore-percepito-dei-territori-italiani-bologna-emerge-per-qualita-della-vita-e-produttivita/>

In che modo le città italiane contribuiscono alla reputazione complessiva del Paese? Quali fattori influenzano la percezione di un territorio e quanto incidono su attrattività economica, turistica e culturale? A queste domande cerca di rispondere la ricerca *L'Italia e la sua reputazione – Le città*, promossa da **italiadecide** in collaborazione con **Intesa Sanpaolo**, che esplora in profondità la dimensione reputazionale urbana, proponendo un approccio originale e multidisciplinare.

Lo studio, realizzato con il supporto di **Makno**, si inserisce all'interno di un progetto pluriennale dedicato alla reputazione internazionale dell'Italia nei settori chiave della competitività, come università, turismo e giustizia civile. Ma rispetto alle tradizionali indagini comparative, l'analisi non si limita a stilare una classifica: punta a **misurare il valore sociale percepito delle città italiane**, mettendolo in relazione con gli elementi che rendono un luogo attraente per vivere, lavorare, investire o visitare.

Oltre i ranking: una lettura critica delle classifiche internazionali

La prima parte della ricerca mette sotto la lente i principali ranking internazionali, mettendone in evidenza limiti e contraddizioni. Secondo gli autori, molte classifiche presentano approcci poco trasparenti, indicatori non omogenei e una forte dipendenza dalla notorietà delle città, che può facilmente sfociare nello stereotipo. In altre parole: non sempre ciò che appare meglio posizionato è anche ciò che funziona meglio nella vita reale.

La seconda parte del lavoro si concentra su una survey nazionale condotta su un campione di 1.200 cittadini distribuiti in dieci città: Bari, Bergamo, Bologna, Genova, Milano, Napoli, Palermo, Roma, Torino e Verona. Obiettivo: esplorare il valore percepito di chi vive quotidianamente nelle città italiane, rilevando le emozioni, i giudizi e le priorità che compongono la reputazione “dal basso”.

Le città di medie dimensioni risultano le più apprezzate: Bologna emerge come simbolo dell'equilibrio tra qualità della vita e produttività, seguita da Verona e Bergamo, premiate per sicurezza, sostenibilità ambientale e qualità dei servizi.

Milano si conferma locomotiva economica e culturale, grazie al dinamismo del mercato del lavoro, alla vivacità tecnologica e all'offerta culturale, ma paga un prezzo in termini di vivibilità e costi percepiti. Roma, Napoli e Palermo, invece, scontano una reputazione più fragile, penalizzata da valutazioni negative su trasporti, sicurezza e servizi pubblici, nonostante ottengano punteggi elevati su relazioni sociali, accoglienza e patrimonio culturale.

Donne più attente a sicurezza, salute e ambiente: i fattori che determinano il valore percepito

Interessante anche la lettura di genere dei dati. Le donne del campione mostrano una sensibilità più accentuata – e più critica – verso ambiti concreti della vita urbana: sicurezza, salute e ambiente sono percepiti come elementi centrali per la sostenibilità quotidiana. Un segnale importante per amministratori e progettisti urbani, chiamati a rispondere a bisogni sempre più specifici e differenziati.

Il modello reputazionale elaborato dallo studio si articola su 15 fattori, raggruppati in cinque grandi ambiti: sicurezza, qualità ambientale, infrastrutture e servizi, valori economici e vivacità sociale. Tra gli indicatori più critici spiccano la salute pubblica e la sicurezza urbana, spesso al di sotto della sufficienza nelle grandi città; ma anche la pulizia, in particolare nelle aree meridionali, e l'accessibilità delle infrastrutture, considerate inadeguate da molte persone.

Strategie per il futuro: città più vivibili e narrazioni più autentiche

Oltre alla fotografia dell'esistente, lo studio propone linee guida per il miglioramento della reputazione urbana, rivolte sia agli attori pubblici che privati. Tra le raccomandazioni principali: integrare obiettivi di sostenibilità e inclusione sociale con politiche economiche e infrastrutturali, colmare il divario tra la percezione interna e l'immagine esterna delle città, e investire in narrazioni territoriali differenziate, capaci di valorizzare le unicità locali senza cadere nella trappola dell'omologazione.

Nel solco del progetto avviato nel 2018, italiadecide e Intesa Sanpaolo confermano così una visione strategica della reputazione come risorsa intangibile, ma cruciale per il futuro del Paese: una leva capace di attrarre investimenti, trattenere talenti e costruire un'immagine dell'Italia più coerente, moderna e competitiva. A partire dalle sue città.