

Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

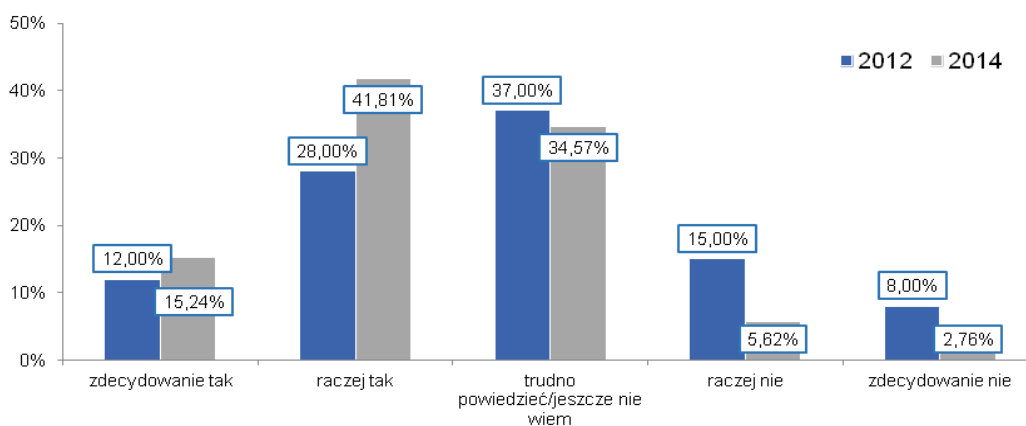
MATERIAŁ PRASOWY

Podsumowanie badania ewaluacyjnego projektu **„Młodzi w Łodzi – kampania zachęcająca do studiowania w Łodzi”** *Konferencja prasowa 26 stycznia 2015 r.*

W listopadzie 2014 r. firma badawcza Instytut Nauk Społeczno-Ekonomicznych zrealizowała na zlecenie Miasta **badanie postrzegania marki Młodzi w Łodzi**, którego celem było zdiagnozowanie opinii studentów na temat Miasta oraz prowadzonych przez nie działań skierowanych do studentów.

Badanie przeprowadzono na **reprezentatywnej grupie ponad 1000 studentów łódzkich uczelni**.

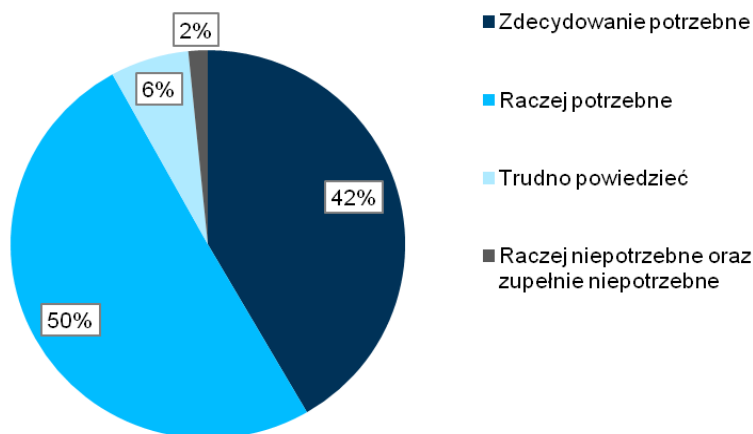
Wyniki badania są bardzo pozytywne. Studenci zostali zapytani m.in. o plany na przyszłość: „Czy po ukończeniu studiów planuje Pan/ Pani pozostać w Łodzi?”. Z przebadanej grupy blisko **60% osób chce pozostać w Łodzi po ukończeniu studiów**, a tylko nieco ponad 8% respondentów zdecydowanie chce opuścić nasze miasto. To bardzo istotna zmiana w porównaniu z wynikami badań z 2012 roku gdzie wskaźnik ten wynosił odpowiednio 40% i 23%.



Aż **98%** spośród osób, które słyszały o jakiegokolwiek akcji skierowanej do młodych ludzi **spontanicznie wskazuje program „Młodzi w Łodzi”** jako przykład tego typu działań. To znaczący wzrost od badania przeprowadzonego w listopadzie 2012 roku, kiedy wskaźnik ten wynosił 77%. Dodatkowo **92% ankietowanych ocenia, iż realizacja programu Młodzi w Łodzi jest potrzebna**, a **80% uważa, iż program wpływa pozytywnie na promocję Łodzi wśród mieszkańców Polski**.

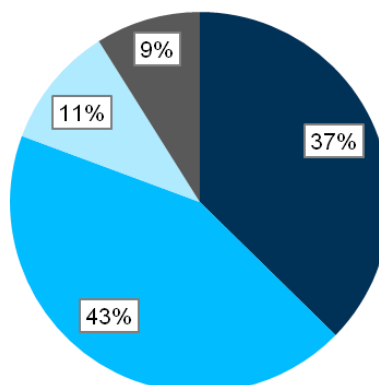
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

Czy uważa Pan/ Pani, że programy w rodzaju Młodzi dla Łodzi wraz ze wszystkimi jego inicjatywami są potrzebne w Łodzi? (N=884)



Czy uważa Pan/ Pani, że program Młodzi w Łodzi wpływa na promocję Łodzi wśród mieszkańców Polski? (N=884)

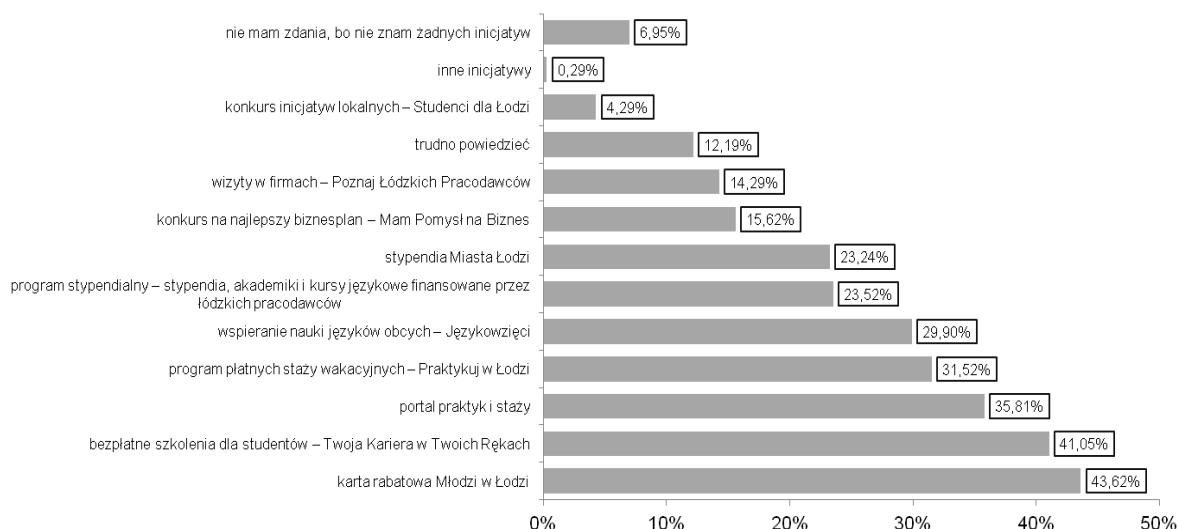
- Wpływa zdecydowanie pozytywnie na promocję miasta
- Wpływa raczej pozytywnie na promocję miasta
- Wywiera niewielki wpływ na promocję miasta oraz program w ogóle nie wpływa na promocję Łodzi
- Trudno powiedzieć



Najatrakcyjniejszymi inicjatywami programu według respondentów są: **karta rabatowa, bezpłatne szkolenia dla studentów oraz portal praktyk i staży.**

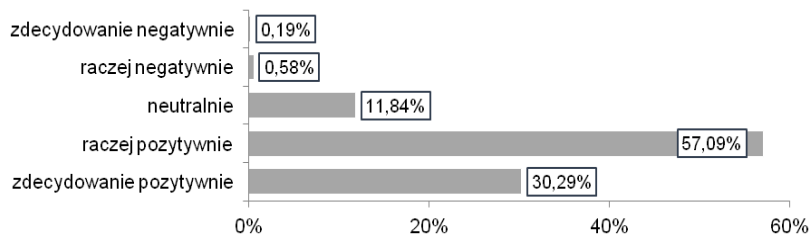
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

Najatrakcyjniejsze inicjatywy w opinii respondentów

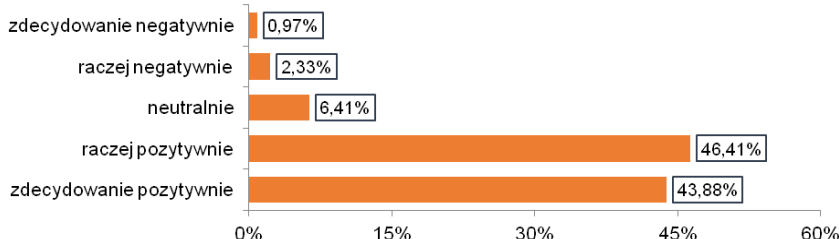


W trakcie realizacji badania, studentów pierwszego roku studiów pierwszego stopnia poproszono o **ocenę majowej kampanii zachęcającej do studiowania w Łodzi, odbywającej się pod hasłem: *Studenci z Łodzi pozdrawiają maturzystów z całej Polski***. Działania związane z kampanią (plakat, spot reklamowy) zostały ocenione przez prawie **90% badanych zdecydowanie pozytywnie lub raczej pozytywnie**.

Ocena plakatu kampanii



Ocena spotu promocyjnego



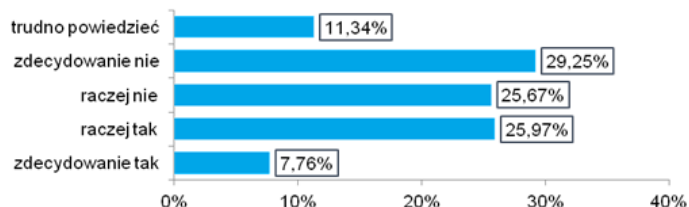
Co warto podkreślić, dla **blisko 1/3 badanych** prowadzona kampania miała wpływ na **wyбір Łodzi jako miasta, w którym zdecydowali się studiować**.

Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

Kampania promocyjna *Studenci z Łodzi pozdrawiają maturzystów z całej Polski*



Czy wskazana kampania promocyjna i jej inicjatywy miały wpływ na wybór Łodzi i łódzkiej uczelni jako miejsca studiowania? (N=334)



Badanie jest jednym z elementów projektu „Młodzi w Łodzi – kampania zachęcająca do studiowania w Łodzi” współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2007-2013. Całkowita wartość projektu: 919 880,00 PLN. Wartość dofinansowania z UE: 781 898,00 PLN. (85%). Wkład własny UMŁ: 137 982,00 PLN (15%). W ramach projektu, zrealizowano już: aplikację internetową – Kompetencjometr – Test Predyspozycji Zawodowych, wskazujący łódzkie uczelnie jako najlepsze miejsce do studiowania, łódzką grę komputerową Łódź Czelendź oraz outdoorową i internetową kampanię zachęcającą do studiowania w Łodzi (maj 2014) a także kampanię eventową (wrzesień/październik 2014).

Bliższych informacji udziela: Biuro Obsługi Inwestora, Departament Architektury i Rozwoju Urzędu Miasta Łodzi, tel. (042) 638-43-27, 638-59-28, e-mail: mlodziwlozdi@mlodziwlozdi.pl.

Zapraszamy także do odwiedzania strony internetowej www.mlodziwlozdi.pl, gdzie publikujemy raport z badania.