

The background of the page is a solid blue color. Overlaid on this are several large, white, organic, and flowing shapes that resemble stylized waves or abstract landforms. These shapes are positioned primarily on the left and bottom-left sides, creating a sense of movement and depth. The overall aesthetic is clean, modern, and minimalist.

**PIANO STRATEGICO TERRITORIALE
DI CAMPOBASSO
E DELLA RETE URBANA DEL MOLISE CENTRALE**

settembre, 2007

PIANO STRATEGICO TERRITORIALE
DI CAMPOBASSO

**I PUNTI DI FORZA DEL TERRITORIO
E GLI OBIETTIVI DEL PST:
LA PAROLA AI CITTADINI**

**I RISULTATI DEL QUESTIONARIO
SOMMINISTRATO AI CITTADINI**

settembre, 2007



Comune di Campobasso insieme ai comuni di Baranello, Busso, Campodipietra, Campolieto, Castellino del Biferno, Castropignano, Cercemaggiore, Cercepiccola, Ferrazzano, Gildone, Jelsi, Matrice, Mirabello, Montagano, Oratino, Petrella Tifernina, Ripalimosani, San Giovanni in Galdo, San Giuliano del Sannio, Toro, Vinchiaturò



Indice

Premessa	3
Nota metodologica	3
Il profilo dei partecipanti all'indagine	6
I risultati dell'indagine	8
I punti di forza del territorio.....	9
Gli obiettivi da perseguire.....	12
Il progetto in grado di accelerare lo sviluppo del territorio	14
<i>Allegato n° 1 – Le modalità di decodifica dei questionari</i>	<i>16</i>
<i>La modalità di decodifica delle domande aperte sui punti di forza del territorio...</i>	<i>16</i>
<i>La modalità di decodifica delle domande aperte sugli obiettivi da perseguire.....</i>	<i>17</i>

I PUNTI DI FORZA DEL TERRITORIO E GLI OBIETTIVI DEL PST: LA PAROLA AI CITTADINI

I RISULTATI DEL QUESTIONARIO
SOMMINISTRATO AI CITTADINI

Premessa

Un processo di pianificazione strategica che voglia distinguersi per il suo approccio democratico nella stesura di un documento da condividere con gli attori sociali, deve necessariamente basarsi su un dialogo aperto e bilaterale con gli stessi.

Deve cioè partire innanzitutto dalla percezione che tutti hanno, in primis i singoli cittadini, riguardo alcuni punti considerati chiave per lo sviluppo della propria città.

Nella stesura del documento preliminare pertanto, diventa fondamentale non soltanto la discussione dei temi principali in incontri pubblici, seminari, forum tematici aperti alla cittadinanza, ma anche e soprattutto una valutazione fatta ex-ante della percezione dei vari attori che sono parte integrante della città, circa gli obiettivi prioritari, punti di forza/debolezza, progetti strategici.

In definitiva, occorre un modo per interpretare la percezione di partenza dei cittadini attraverso poche e semplici domande in grado di catturare gli aspetti salienti di chi vive e lavora nella città.

A tal scopo è stato realizzato un breve questionario che riassume quanto fin qui affermato, da sottoporre a chi è interessato al processo di pianificazione strategica.

Ovviamente, senza la pretesa di ricostruire in maniera puntuale campioni rappresentativi della popolazione oppure di somministrare domande eccessivamente tecniche a cui i cittadini difficilmente riuscirebbero a dare risposte utili.

Si è trattato sostanzialmente di una richiesta di mettersi in gioco esplicitando la propria opinione su concetti cardine del Piano Strategico Territoriale.

Nota metodologica

Per la realizzazione dell'indagine è stato utilizzato un questionario strutturato caratterizzato da due tipologie di domande:

- domande qualitative "aperte" finalizzate a raccogliere dagli intervistati percezioni e informazioni non pre-codificate al fine di lasciare la più ampia libertà a chi ha partecipato all'indagine;
- domande chiuse per raccogliere indicazioni ed informazioni sulle caratteristiche anagrafiche e professionali degli intervistati.

Il questionario somministrato è il seguente indicato in Tabella 1.

Tabella 1: La struttura del questionario somministrato

Questionario	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3
1. Quali sono i principali punti di forza della nostra città?	[Domanda aperta]	[Domanda aperta]	[Domanda aperta]
2. Quali sono i tre più importanti obiettivi per migliorare la nostra città?	[Domanda aperta]	[Domanda aperta]	[Domanda aperta]
3. Quale potrebbe essere il progetto prioritario da avviare per accelerare lo sviluppo della nostra città?	[Domanda aperta]	[Domanda aperta]	[Domanda aperta]
4. La partecipazione dei cittadini migliora il buon governo urbano?	SI	NO	NON SO
5. Sesso	UOMO	DONNA	
6. Età	16-24 45-54	25-34 55-64	35-44 oltre 64
7. Professione	STUDENTE DISOCCUPATO ALTRO	LAV. AUTONOMO LAV. DIPENDENTE	CASALINGA PENSIONATO

Gli intervistati sono stati in totale 88, auto-selezionatisi in base ad un processo di partecipazione volontaria, cercato e voluto dalla metodologia adottata, in modo da vedere rispondere esclusivamente i cittadini realmente interessati al tema in esame.

Tale metodologia, sebbene non risulti rappresentativa della popolazione di riferimento totale (Campobasso più i 21 comuni limitrofi partner dell'iniziativa), ha permesso una valutazione dei risultati basata su chi volontariamente ha voluto dire la sua opinione sul tema della Pianificazione Strategica.

Ha reso possibile pertanto l'identificazione di un profilo puntuale di chi è più informato ed interessato a discutere di uno sviluppo a medio-lungo termine della propria città.

Per quanto riguarda la diffusione del questionario, sono stati seguiti tre canali distinti, a disposizione del progetto e dell'amministrazione comunale:

1. **Sito internet del piano strategico territoriale:** sul sito web www.pianostrategicocampobasso.it il questionario è stato reso accessibile agli utenti attraverso un apposito modulo da compilare direttamente on-line, oltre che scaricando la brochure del Piano Strategico Territoriale, riportata di seguito, contenente il questionario utilizzato per i due punti successivi.
2. **Le piazze telematiche dislocate sul territorio comunale** (Via Gramsci, Via Alfieri, Piazza Municipio, Via Emilia Romagna). In questi uffici i cittadini hanno avuto la possibilità di reperire il materiale informativo del PST e di compilare il questionario.
3. **Gli incontri pubblici** effettuati per illustrare e spiegare i contenuti e le finalità del PST. Tali incontri hanno visto la partecipazione dei cittadini, singoli ed in gruppo, i sindacati, le Associazioni di Categoria, le Associazioni culturali, ambientali, di volontariato, di promozione sociale, l'Università, le scuole, le fondazioni, gli enti, le imprese, le banche, ecc.

Il profilo dei partecipanti all'indagine

Il processo di partecipazione democratico, filosofia di base di costruzione dell'intero PST, è stato esplicitato sin dall'inizio delle attività in programma ed ha pertanto permeato anche la ricerca delle informazioni di partenza avvenute attraverso le interviste effettuate.

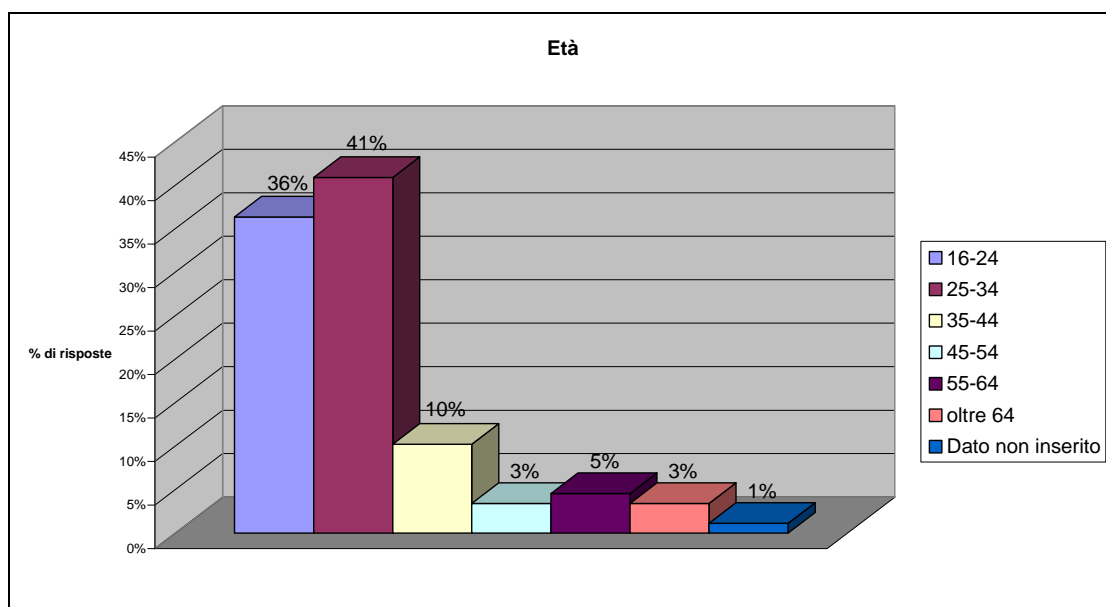
Prendendo in analisi i dati anagrafici delle persone a cui è stato somministrato il questionario, e consapevoli che si è scelto di perseguire questa logica di base della partecipazione volontaria dei cittadini, si può facilmente arrivare a tracciare un profilo chiaro di chi risulta essere maggiormente informato e sensibile al tema della pianificazione strategica della propria città.

Inoltre, incrociando tale dato con la domanda circa la necessità di processi di partecipazione al governo urbano che vedano i cittadini direttamente coinvolti, si può comprendere quanto stia effettivamente a cuore a questi ultimi il coinvolgimento diretto nei processi decisionali riguardanti la propria realtà, intesa nell'accezione più ampia del termine.

Dall'analisi dei dati anagrafici, Figura 2, emerge in modo molto netto che i soggetti che hanno partecipato all'indagine sono in larga maggioranza giovani: il 41% è infatti composto da persone tra i 25 ed i 34 anni, mentre il 36% è rappresentato da persone tra i 16 ed i 24 anni. Complessivamente emerge che l'88% dei partecipanti ha meno di 45 anni ed il 77% meno di 35.

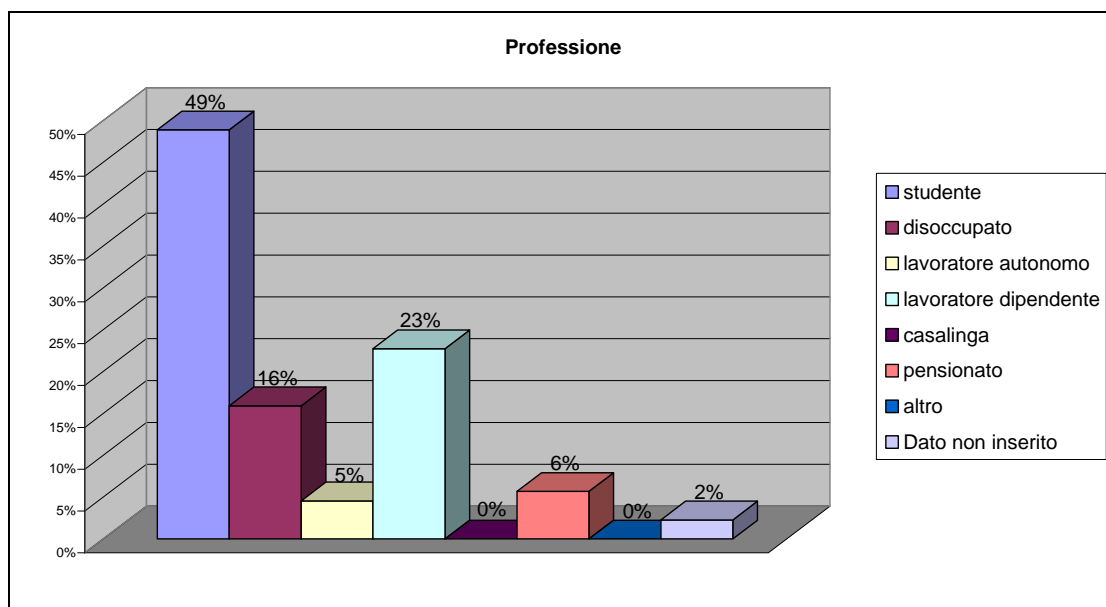
I risultati dell'indagine permettono, quindi, di comprendere le percezioni e le opinioni di un segmento di popolazione non sempre ascoltato nei processi decisionali di un territorio. Da questo punto di vista l'indagine ha rappresentato un utile strumento per "ascoltare" una parte di popolazione molto sensibile al futuro del proprio territorio.

Figura 2: Distribuzione degli intervistati in base all'età.



La presenza schiacciante dei giovani all'interno dell'universo analizzato viene ulteriormente avvalorata se si guarda il dato relativo alla professione: il 49% degli intervistati dichiarano, infatti, di essere studenti, mentre il 16% di essere disoccupati – e qui non andrebbe trascurato l'impatto della disoccupazione giovanile sul totale delle persone in cerca di occupazione in Molise che si attesta oltre il 40%¹. Il resto della popolazione intervistata invece si divide, in ordine decrescente, tra lavoratori dipendenti (23%), lavoratori autonomi (5%) e pensionati (6%).

Figura 3: Distribuzione degli intervistati in base alla professione.



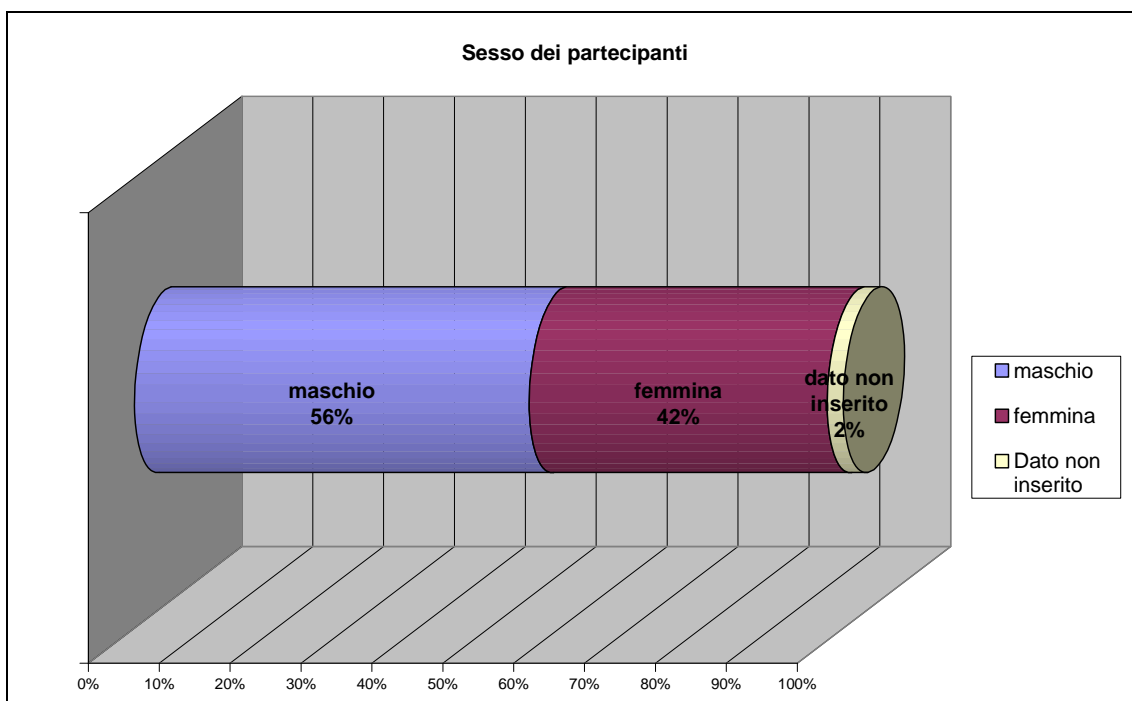
¹ Dati ISTAT del 2003, così come riportato dalla pubblicazione dal titolo "Il mercato del lavoro nel Molise - 2004" dall'Agenzia Regionale Molise Lavoro.

Il dato riguardante il genere di chi ha partecipato all'indagine, invece, denota come non vi sia una forte discrepanza tra uomini e donne interessati a fornire un proprio contributo.

Evidentemente tale dato è in linea con i cambiamenti che ormai da anni stiamo osservando in tutti i settori lavorativi, mostrando delle differenze fisiologiche e legate ad un retaggio culturale forte (56% di uomini contro il 42% di donne, con uno scarto pari al 14% tra i due valori). Il dato però va letto necessariamente anche in chiave diversa, ponendo l'accento sul campione di riferimento analizzato.

In effetti, come evidenziato in precedenza, quest'ultimo risulta composto prevalentemente di studenti e lavoratori di età compresa tra i 15 ed i 40 anni di età, un classe generazionale ampia per la quale certe differenze tra i sessi, soprattutto in termini di ruoli da assumere nella società, appaiono in larga parte superate.

Figura 4: Distribuzione degli intervistati in base al sesso.



I risultati dell'indagine

Uno dei temi più importanti per l'amministrazione comunale, sul quale si è deciso di basare tutti i ragionamenti a fondamento del Piano Strategico Territoriale, è stato il coinvolgimento diretto dei cittadini. Da un lato per attivare un processo decisionale democratico e che partisse dal basso, non imposto quindi dai vertici dell'amministrazione comunale, dall'altro perché vi è la ferma convinzione che un processo democratico, aperto alla partecipazione ed alle idee di tutti, non possa che migliorare le scelte strategiche verso cui indirizzare gli interventi riguardanti il territorio.

In questo senso quindi, si è deciso di aprire il dialogo alle associazioni di categoria, agli altri enti pubblici e privati, agli attori collettivi in generale. A tutti quelli che

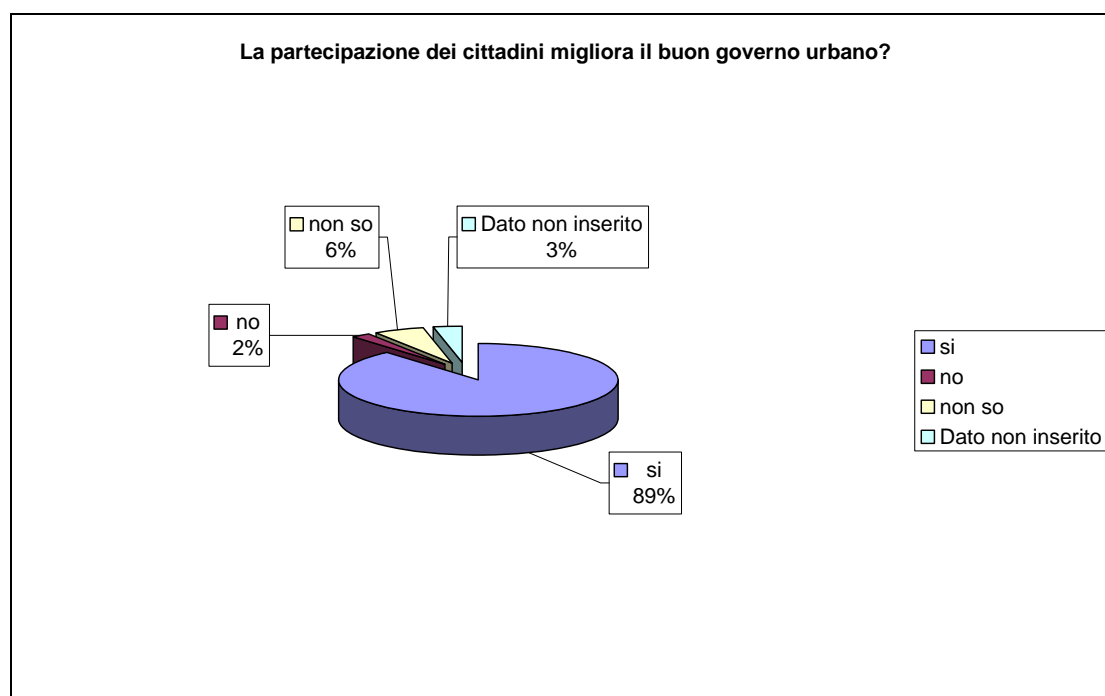
quindi formano i vari *stakeholders*, ossia i portatori di interessi all'interno della comunità territoriale di riferimento.

Questa scelta però non è stata rivolta solo a loro, ma anche a tutti i cittadini che singolarmente hanno voluto aderire con una propria idea, con un progetto, un consiglio, o altro, dando loro così la possibilità di partecipare al governo della propria città pur non avendo quella “forza” contrattuale che solo determinati soggetti istituzionali riescono a mettere in campo.

Tale scelta sembra essere stata pienamente condivisa dagli intervistati, tanto che l'89% di essi si è dichiarato convinto che la partecipazione dei cittadini riesca a migliorare il buon governo urbano.

La fascia degli indecisi ricopre appena il 6%. Restano marginali, invece, le quote rispettivamente di chi crede che tale partecipazione non aiuti a migliorare il governo urbano (2%), e di chi preferisce non rispondere (3%).

Figura 5: L'importanza della partecipazione ai processi di governo urbano.



I punti di forza del territorio²

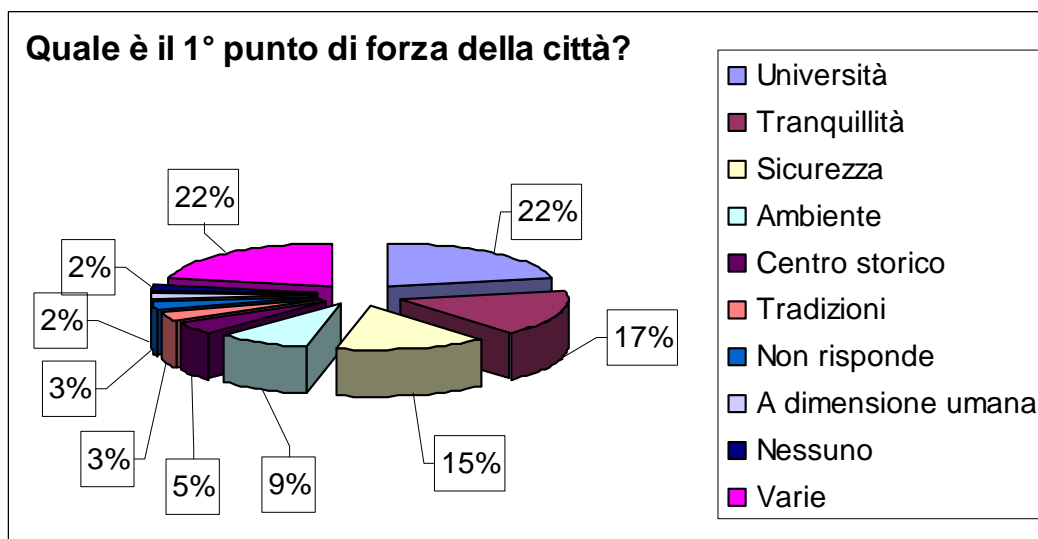
L'Università è considerato il principale punto di forza del territorio dal 22% dei partecipanti.

Segue subito dietro la “tranquillità” con il 17%, legata anche al dato successivo, la “sicurezza” che registra il 15% delle preferenze. Insieme, infatti, tranquillità e sicurezza, si attestano su una percentuale del 32% (34% se si aggiunge anche la voce “A dimensione umana”) a testimoniare quanto, per gli intervistati, vadano ad incidere su di una qualità della vita alta indici quali la bassa criminalità, la mancanza di delinquenza, la sicurezza, la tranquillità e le dimensioni a misura di uomo.

² Sulle modalità utilizzate per decodificare le risposte dei questionari si rimanda all'allegato n°1.

Altro fattore determinante, con un 9%, risulta essere l'Ambiente, la cura del verde cittadino e l'importanza e la bellezza del "centro storico", al 5%.

Figura 6. Il primo punto di forza della città.

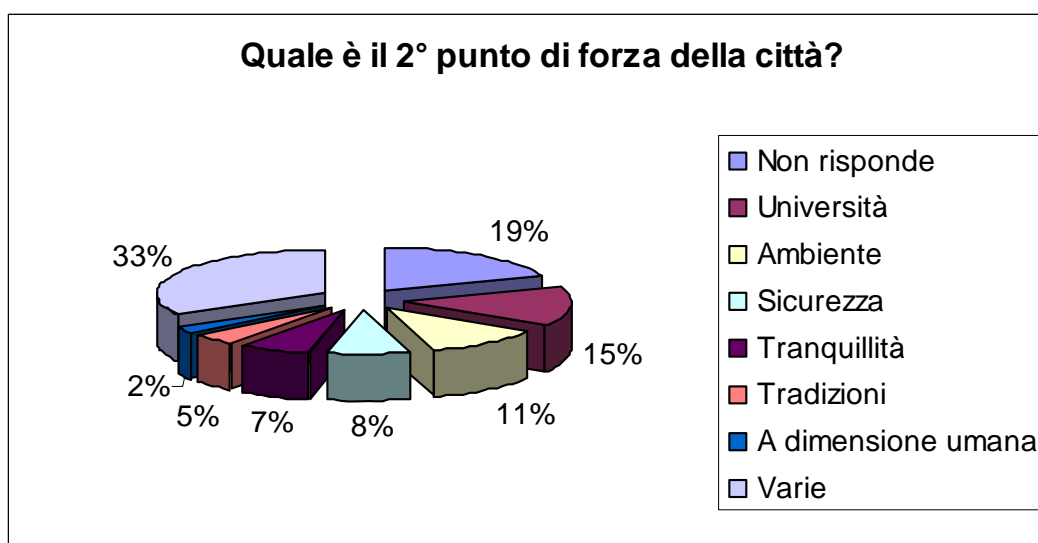


A seguire, le "tradizioni" sono importanti per il 3% degli intervistati e la stessa percentuale preferisce non rispondere.

Resta però un dato importante da commentare ossia le numerose risposte isolate raggruppate nella categoria "varie".

La prima spiegazione del peso significativo assunto da tale voce è legata alla scelta di aver lasciato totale libertà di risposta ai partecipanti piuttosto che "guidarli" su risposte chiuse. La seconda spiegazione è legata, invece, al fatto che non esiste tra i partecipanti un punto di forza che si impone agli altri e che le percezioni dei cittadini non sono omogenee.

Figura 7. il secondo punto di forza della città.



Le cose non cambiano di molto quando si passa ad analizzare i risultati riguardanti il secondo punto di forza della città.

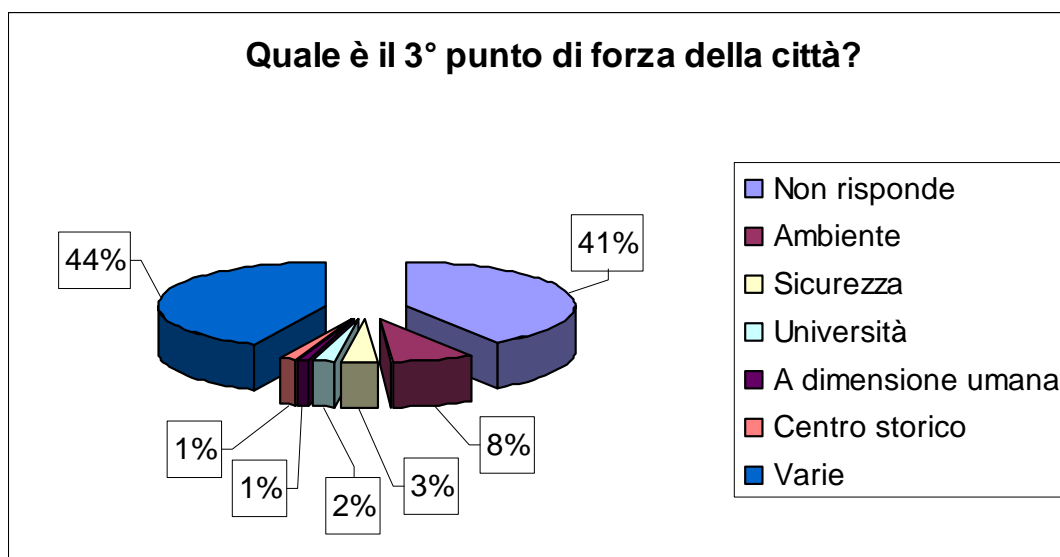
L'Università si conferma come il fattore più rilevante (15%), seguito dall'ambiente che invece aumenta all'11%. Sicurezza e tranquillità rispettivamente 8% e 7%. Il resto a seguire come indicato nella figura 7.

Quello che è importante notare è soprattutto che aumenta molto l'indecisione (52% tra risposte mancate e varie), e aumentano le preferenze per l'ambiente considerato uno dei punti di forza storici della città (qui emerge il concetto di *Campobasso città giardino*).

Tale tendenza generale viene ulteriormente rafforzata dall'elaborazione delle risposte sul terzo punto di forza della città, così come evidenziato nella figura 8.

Le risposte "varie" arrivano al 44%, il 41% preferisce non rispondere, solo l'8% punta sull'ambiente. Alle voci restanti restano invece solo percentuali marginali.

Figura 8. Il terzo punto di forza della città.

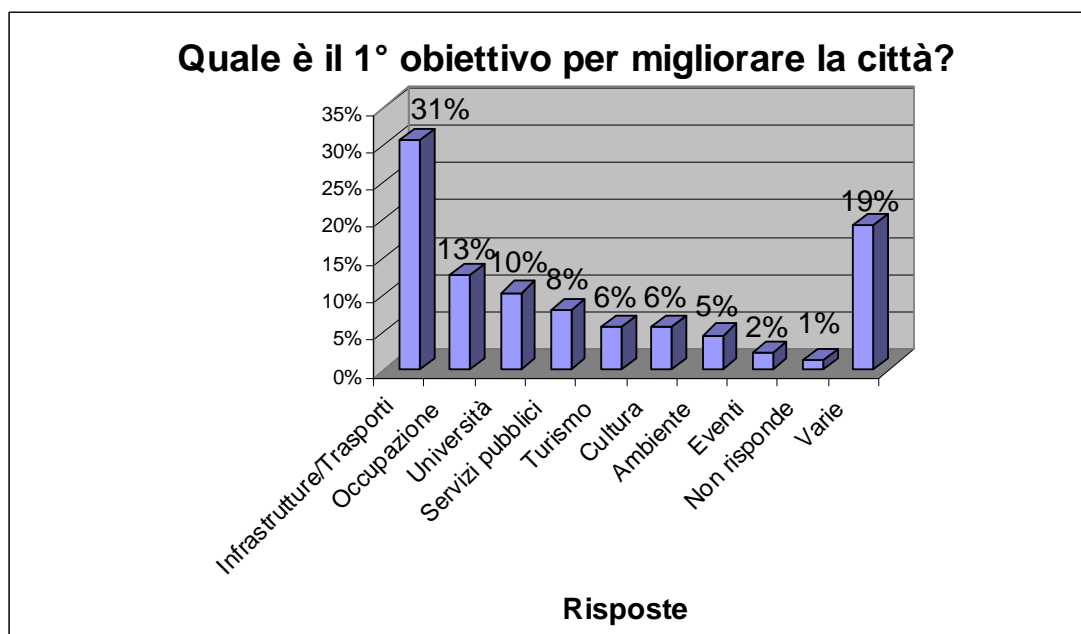


Nel complesso, quindi, quello che emerge dall'analisi complessiva dei tre punti di forza della città è il ruolo centrale assunto dall'Università, dall'ambiente, dalla tranquillità e dalla sicurezza che caratterizza il territorio. E' evidente come si tratti sempre di indici che stanno ad indicare che per Campobasso è fondamentale puntare sulla **qualità della vita**, intesa appunto come sommatoria delle voci indicate.

Una città sana, pulita e che guarda al futuro, senza problemi di criminalità e dove la sicurezza è la quotidianità. Questo risulta in definitiva il punto di forza inteso nel senso più ampio.

Gli obiettivi da perseguire

Figura 9. Il primo obiettivo per migliorare la città.



Il 31% dei partecipanti all'indagine affermano che il primo obiettivo per migliorare la situazione in città è di intervenire sulle infrastrutture e sui trasporti.

Viabilità, collegamenti ferroviari, stradali, aeroporti, traffico, parcheggi, trasporti e vie di comunicazione in genere risultano infatti essere l'elemento di maggior disagio per il territorio, tanto da venire percepito quale condizione necessaria per poter parlare di sviluppo del territorio.

Il 10% degli intervistati ritengono, invece, che si debba intervenire prioritariamente sul mercato del lavoro, cercando di incentivare l'occupazione, soprattutto quella giovanile, e interrompendo la "fuga di cervelli" verso altre regioni d'Italia.

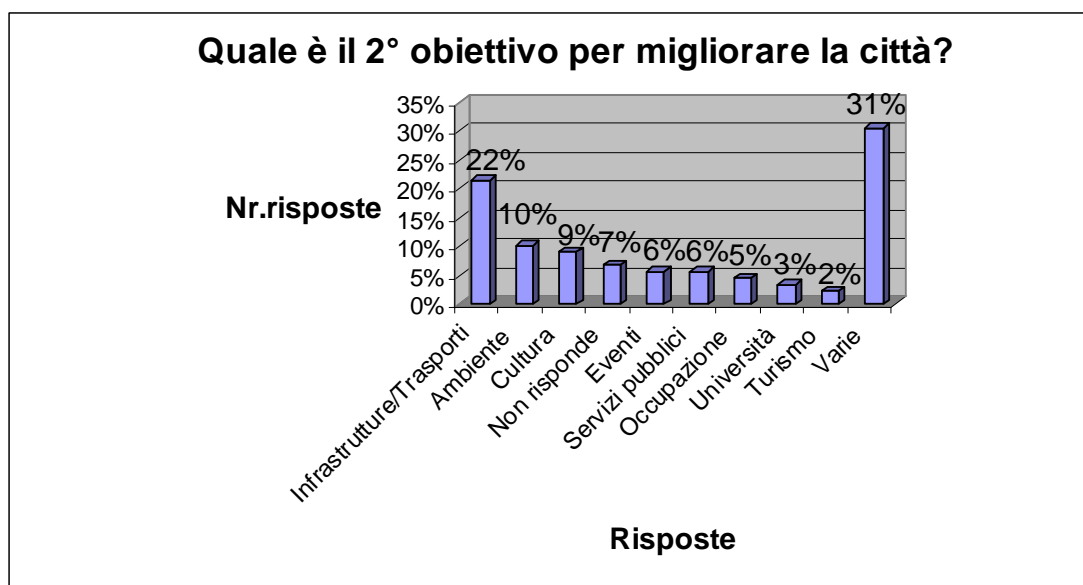
Segue lo sviluppo dell'Università (10%), la necessità di intervenire sul miglioramento dei servizi pubblici offerti ai cittadini (8%), concentrarsi sul turismo quale risorsa distintiva (6%) e intervenire in ambito culturale (6%) anche giovanile.

I valori residui vengono ripartiti tra la cura dell'ambiente, la necessità di vedere organizzare eventi e manifestazioni ed un solo caso in cui viene preferito non rispondere.

Anche in questo caso numerose sono risultate le risposte non aggregabili e collocate nella categoria varie (19%).

Tale valore inoltre, aumenta considerevolmente (31%) nella seconda domanda, diventando il più elevato in assoluto.

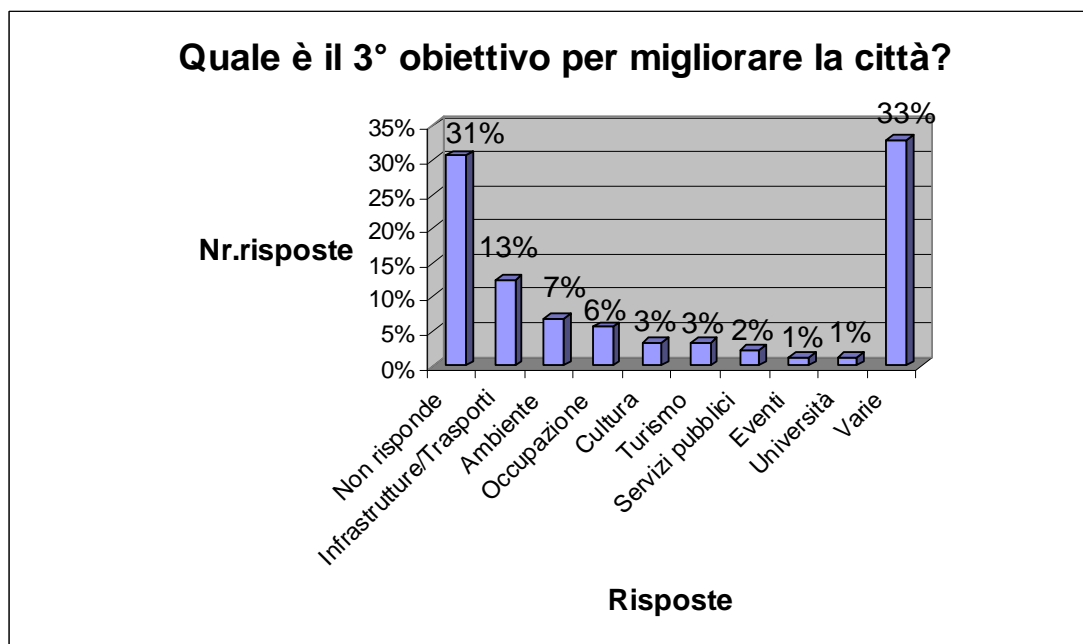
Figura 10. Il secondo obiettivo per migliorare la città.



Nei valori che seguono la tendenza invece viene fondamentale confermata, con la maggiore attenzione incentrata sullo sviluppo di infrastrutture e trasporti (22%), sull'ambiente (10%), sulla necessità di fare e creare spazi per la cultura (9%). Il 7% invece preferisce non rispondere.

Le preferenze restanti, in sequenza, sono divise tra eventi e manifestazioni, servizi pubblici, occupazione, università e turismo.

Figura 11. Il terzo obiettivo per migliorare la città.



Alla terza domanda sull'obiettivo da perseguire per migliorare la città, tornano in alto gli indecisi. Il 33% fornisce risposte varie ed il 31% non risponde, insieme circa il 64% delle risposte utili.

Per il resto invece, infrastrutture e trasporti restano l'argomento caldo della discussione con il 13% delle preferenze, l'ambiente segue con il 7%, occupazione 6%, cultura e turismo 3%, servizi pubblici 2%.

In definitiva, è inequivocabilmente la richiesta di miglioramento della situazione infrastrutturale e dei trasporti ad essere considerata la leva strategica dello sviluppo cittadino. Senza però dimenticare l'importanza data alla cura dell'ambiente e allo sviluppo dell'occupazione, temi costanti nella loro presenza tra le risposte date dagli intervistati. Seguono, ma non meno importanti, lo sviluppo della sfera culturale e la necessità di un miglioramento dei servizi pubblici.

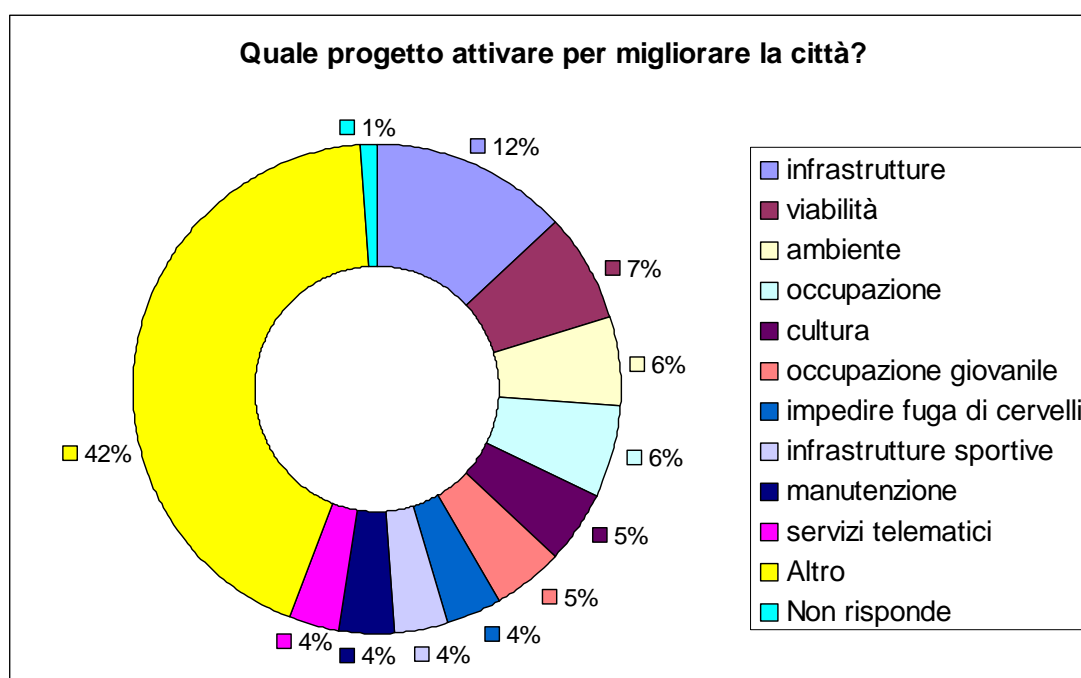
Se per i punti di forza emergeva chiara l'importanza della qualità della vita che la città riesce ad offrire, in futuro per migliorare la situazione pare si chieda di operare soprattutto su **fattori di contesto** (infrastrutture, viabilità, occupazione, ambiente), in grado di fungere cioè da volano per uno sviluppo più vasto della sfera dei servizi e dei contenuti che un territorio può offrire.

Il progetto in grado di accelerare lo sviluppo del territorio

“Quale potrebbe essere il progetto prioritario da avviare per accelerare lo sviluppo della nostra città?”

Con questa domanda si è voluto valutare quanto gli intervistati fossero in grado di tradurre in un progetto concreto le precedenti affermazioni sui punti di forza della città e sugli obiettivi strategici da perseguire, ed in tal senso i risultati sono stati certamente confortanti.

Figura 12. Il progetto prioritario da avviare.



Si nota, ad esempio, la richiesta forte di intervenire concretamente su infrastrutture e viabilità (rispettivamente 12% e 7%, che insieme arrivano quasi al 20%) attraverso progetti che puntino a creare e risolvere il problema delle vie di comunicazione. Creazione di strade, autostrade, collegamenti ferroviari, parcheggi sono tutti esempi di progetti indicati come prioritari per uno sviluppo a medio lungo termine del territorio cittadino.

Ancora grande risalto viene dato all'ambiente, con progetti che puntino a valorizzarlo, preservarlo ed a riportare ad un livello elevato la cura del verde cittadino, in passato elemento determinante per l'attribuzione dell'appellativo di "città giardino" alla città di Campobasso (6% dei consensi).

Sempre per il 6% degli intervistati bisogna invece operare su progetti in grado di favorire l'occupazione che, sommati a quanti ritengono prioritario intervenire sull'occupazione giovanile (5%) e sulla "fuga di cervelli" (4%), consuecono il risultato complessivo sul 15% dei consensi.

In effetti i tre temi citati risultano strettamente interdipendenti e complessivamente riflettono un disagio diffuso sul tema del lavoro che assume importanza non solo a livello locale, ma regionale e nazionale.

Dato molto importante, solo l'1% non risponde, il che dimostra chiaramente che, quando chiamati in causa, i cittadini hanno una forte motivazione che li spinge ad esprimere la propria opinione, sfruttando l'occasione loro data.

Allegato n° 1 – Le modalità di decodifica dei questionari

La modalità di decodifica delle domande aperte sui punti di forza del territorio

Per analizzare i risultati derivanti dalle domande aperte è stato elaborato un sistema di decodifica delle risposte fondato su alcuni concetti chiave di classificazione:

- qualunque voce si ripeta per almeno 3-4 volte diventa una voce delle risposte codificate. E' bene precisare sin da ora che, per effettuare tale selezione, si è preso come riferimento la prima domanda di riferimento, quella riguardante il “primo” punto di forza. In seguito, si è ricondotto a tale codifica le successive due domande riguardanti il “secondo” ed il “terzo” punto di forza della città.
- Si è cercato di ricondurre alla stessa codifica le risposte con significato simile, anche se esplicitate diversamente nel linguaggio (es. Università, nuove facoltà, maggiore ricerca universitaria, sono tutte risposte che fanno chiaramente riferimento allo sviluppo dell'Università e vanno pertanto riunite in una singola voce codificata).
- Le voci restanti dopo i precedenti due punti confluiscono nella codifica “Varie”.

Di seguito, per rendere più espliciti i concetti esposti, è riportata una tabella di corrispondenza tra le voci codificate e alcune voci espressamente indicate dagli intervistati³.

Tabella 2. Elenco delle risposte codificate.

RISP. CODIFICATA	RISPOSTE TIPO DATE DAGLI INTERVISTATI
A dimensione umana	A dimensione umana, a dimensione d'uomo.
Ambiente	Aria pulita, aria salubre, il verde, ambiente sano, il verde pubblico, ambiente
Centro storico	Centro storico, il centro storico
Nessuno	Nessuno
Non risponde	Dato non inserito, non so
Sicurezza	Sicurezza (delinquenza), non c'è criminalità, assenza di criminalità, sicurezza, bassa criminalità, assenze di criminalità, ordine, ordine pubblico
Tradizioni	Tradizioni
Tranquillità	Tranquillità, tranquillità sociale
Università	Università, avere la cattolica, sviluppo dell'università, presenza del polo universitario, università cattolica
Varie	Pulizia, cittadini di qualità e volontà, centralità geografica, i giovani, prodotti tipici molisani, sanità, vivibilità, cultura, piazza municipio, il lavoro, non caotica, qualità della vita, innovazione, organizzazione, molto funzionale il portale del comune, criminalità, calcio, comune

³ Le risposte date dagli intervistati fanno riferimento ai risultati relativi alla prima domanda; “qual è il primo punto di forza della città”. Tale classificazione poi, è stata estesa alle altre due domande su secondo e terzo punto di forza della città.

La modalità di decodifica delle domande aperte sugli obiettivi da perseguire

Come avvenuto per l’analisi dei punti di forza, anche per le risposte ricevute riguardo i 3 obiettivi prioritari per migliorare la città sono state decodificate. Trattandosi di risposte aperte, gli intervistati hanno ovviamente fornito argomentazioni non facilmente commentabili se non ricongiunte per lo meno ad alcune voci tipo.

Il criterio di decodifica seguito resta quello usato in precedenza, ossia si è cercato di dare il maggior risalto possibile alle risposte degli utenti, cercando di raggruppare quelle molto simili tra loro e garantendo la visibilità a tutte quelle voci che, per ogni domanda posta, abbiano ricevuto almeno 3-4 preferenze.

Tutte le altre risposte (quelle con meno di 3 preferenze) sono state invece ricongiunte nella voce “Varie”. Per una maggiore chiarezza viene riportata una classificazione di massima delle voci raggruppate, in modo che sia sempre chiaro per il lettore identificare, per le singole voci indicate nei grafici a seguire, la rispondenza con le reali risposte date dagli intervistati⁴.

Tabella 3. Elenco delle risposte codificate.

RISP. CODIFICATA	RISPOSTE TIPO DATE DAGLI INTERVISTATI
Ambiente	Spazi verdi, ambiente, aree rurali.
Cultura	Cultura, attività ricreative, spazi a giovani e musica, interesse per l’arte
Eventi	Manifestazioni, eventi di tipo culturale
Infrastrutture/Trasporti	Trasporti, viabilità, collegamenti ferroviari, stradali, aeroporti, traffico, parcheggi, vie di comunicazione in genere.
Non risponde	Dato non inserito
Occupazione	Lavoro, occupazione, occupazione giovanile, incentivi all’occupazione, espansione dei posti di lavoro
Servizi pubblici	Ampliamento e miglioramento servizi PA, servizi a disposizione dei cittadini, illuminazione pubblica, servizi informatici
Turismo	Turismo, caratterizzazione turistica, stimolare il turismo
Università	Creare un polo universitario di ricerca, inserire altre facoltà universitarie, migliorare le scuole, università, potenziare le facoltà universitarie, maggiori infrastrutture per la scuola, investire sempre più per l’università, incrementare la ricerca, ampliamento offerta formativa universitaria
Varie	Sprechi per rotture acquedotti, internazionalizzazione, sviluppo economico, valorizzazione dei giovani, più zone riservate ai ragazzi, impianti sportivi, più centri commerciali, eliminare i piccioni dal centro storico, qualità informativa (generale), più ascolto al cittadino, sensibilizzare il cittadino ai problemi urbani, tagli agli sprechi dei politici, pochi servizi, Campobasso Calcio, calcio, valorizzare le tradizioni, centro storico.

⁴ Nel riportate le risposte effettivamente date dagli intervistati, nella tabella è riportato solo un esempio non esaustivo delle risposte, basato sulla prima domanda (“Qual è il primo obiettivo per migliorare la città?”), e sulla base della quale è stata basata la decodifica delle risposte per le due domande successive.

