

Assirm: il 60% delle PMI italiane, investe in ricerche di mercato

Presentati all'Assirm Forum 2017 i risultati del nuovo rapporto del Centro Studi

Milano, 24 Ottobre 2017 – Il **60%** delle **piccole e medie imprese italiane** intervistate dichiara di aver effettuato e/o commissionato ricerche di mercato o di opinione. Questa la prima evidenza dello studio condotto dal Centro Studi Assirm su un campione di 86 aziende italiane: il **95%** ritiene infatti che la **conoscenza dei propri clienti**, ottenuta attraverso il marketing intelligence, sia fondamentale. Risultano altrettanto strategiche le **informazioni sul trend di riferimento** per il **95%** dei rispondenti, l'**anticipazione delle mode (93%)** e la **conoscenza dei propri competitor (91%)**.

Lo studio *“Il valore delle ricerche di mercato: la prospettiva delle PMI”* condotto dal **Centro Studi di Assirm**, l'Associazione delle aziende di ricerche di mercato, di sondaggi di opinione e ricerca sociale e presentato oggi in occasione dell'**Assirm Marketing Research Forum 2017** durante la tavola rotonda che ha visto la partecipazione di **Rita Cantarini** (Fater), **Paolo Mariani** (Università Bicocca), **Emanuele Nenna** (ASSOCOM e The Big NoW), **Alberto Raselli** (Bauli) e **Michele Spinetta** (Menarini).

Secondo lo studio, il 77 % delle piccole e medie imprese si ritiene soddisfatto dei dati forniti dalla ricerca di mercato a tal punto che il 52% di queste prevede, nei prossimi 5 anni, un aumento dei fondi a essa destinati. Tra le **PMI** che scelgono la ricerca di mercato il **77%** si dichiara inoltre **soddisfatto dei provider** in particolare per quanto riguarda **l'utilità dei risultati** nelle decision making aziendali e nella chiarezza dell'esposizione degli stessi.

Il mondo della ricerca di mercato gode oggi di una reputazione positiva costruita grazie a cambiamenti costanti nel tempo che sono stati in grado di incontrare le necessità delle aziende, da un lato, e le preferenze degli intervistati dall'altro. Secondo l'analisi congiunturale interna all'Associazione, condotta sulla base di 46 associati, si registra infatti nel passaggio dal 2016 al 2017 una **forte diminuzione** dei **metodi tradizionali basati su interviste telefoniche (-15,2%** telefoniche CATI), **personali carta e penna (-16%)** e **personale CAPI (-13,4%)** a fronte di un **aumento** degli strumenti **on-line (+7,8%)**.

Nonostante l'importanza riconosciuta alle ricerche di mercato esiste però un **40%** tra le **PMI** analizzate che **non se ne avvale**. I motivi che spingono le aziende a non investire in marketing intelligence sono in larga parte dovuti ai costi. Secondo il **42%** delle imprese intervistate infatti **solo le grandi aziende** e le multinazionali **posso permettersi** di commissionare **ricerche di**

mercato, e ancora, il 47% è convinto che la forza derivante dalla vendita e dal trade, unita alla conoscenza del mercato e dei clienti, non possa essere sostituita dalla ricerca di mercato.

Minoritaria, seppur ancora presente, la credenza secondo la quale **internet** possa ormai soppiantare il “vecchio” istituto di ricerca di mercato (**27%** dei rispondenti), oppure che bastino **buon fiuto** e **intuito** per avere **successo** (**17%**), o ancora che per farsi un’idea dell’andamento dell’azienda e di ciò che pensano i propri clienti, sia sufficiente **monitorare i social media** (**14%**).

*“La ricerca condotta dal Centro Studi – ha dichiarato **Andrea Giovenali**, Vicepresidente Assirm – mette in evidenza gli stereotipi che persistono nelle PMI quando si parla di ricerca di mercato. Questo tipo d’investimento è ancora oggi motivo di conflittualità tra le esigenze dei quadri e il punto di vista, spesso legato al passato, della proprietà. Confrontarsi sulla ricerca di mercato e sul valore che crea, anche nella piccola e media impresa, rimane un passo fondamentale per incentivare la crescita del Paese”.*

Gli Associati ad Assirm sono società private, indipendenti, senza sovvenzioni pubbliche, dotate di organizzazione e tecnologie adeguate, in possesso di conoscenze tecniche e metodologiche collaudate e, soprattutto, di risorse umane di alto livello. Gli Associati sono impegnati al rispetto di un codice di etica professionale molto articolato e di standard di qualità certificati e formalizzati sulla base di standard minimi di qualità condivisi. Presidente di Assirm è Umberto Ripamonti.

Per informazioni:

Ufficio stampa Assirm:

eos comunica

Daniela Mase - Paolo Monti – Elisa Tarrini

daniela.mase@eoscomunica.it - paolo.monti@eoscomunica.it - elisa.tarrini@eoscomunica.it

T. 02 870 71 750