

Comunicato Stampa

Ricerche di mercato: positivi i primi sei mesi dell'anno

I risultati dell'analisi congiunturale ASSIRM relativa al I semestre 2010 fanno sperare nella ripresa. Il settore alimenta un giro d'affari di quasi 183 milioni di euro

Milano, 16 dicembre 2010. Nei primi sei mesi dell'anno l'Assirm, l'Associazione di Istituti di Ricerche di Mercato, Sociali e di Opinione, registra una decisa ripresa del settore delle ricerche. Tradotto in cifre si parla di 183 milioni di euro circa di fatturato, per un tasso di crescita complessivo del 17,6%, e di un giro d'acquisizioni del valore di 226 milioni di euro, pari al 17% circa di commesse in più rispetto allo stesso periodo di riferimento dell'anno precedente.

È quanto emerge dell'indagine congiunturale interna ad Assirm, presentata oggi a Milano, svolta su un campione di 36 fra i 45 Istituti aderenti all'Associazione. Il rapporto Assirm fa il punto sull'andamento del settore delle ricerche, sulle sue prospettive e sugli sviluppi futuri in rapporto all'evoluzione tecnologica, web in particolare.

Il costante sviluppo del **fenomeno internet**, infatti, trova riscontro sia nel mondo delle ricerche di mercato sia in quello della pubblicità.

Si registra un forte incremento nell'utilizzo delle **ricerche online** che crescono del 46% per un valore di oltre 15 milioni di euro. Tra i mezzi pubblicitari, inoltre, cresce quasi del 21% l'uso del web e si ritaglia così una quota dell' 8,2% come media pubblicitario. In questo settore internet sembra destinato ad occupare la seconda posizione, dopo la televisione, per la sua capacità di innovarsi e attrarre budget pubblicitari.

Per quanto riguarda i metodi di ricerca, le tradizionali ricerche via telefono aumentano del 3,6% (per un valore di oltre 42 milioni di euro). In aumento anche le interviste personali, svolte sia con il sistema "carta e penna" (+43%) sia assistite da computer (oltre il 37%), che mobilitano oltre 57 milioni di fatturato di cui la maggior parte effettuata con computer. In calo invece le ricerche condotte via posta per mezzo di moduli autocompilati.

Per quanto riguarda la **tipologia della ricerca**, i dati raccolti mostrano che nell'ambito delle ricerche quantitative, nel primo semestre 2010, si registra una preferenza per le ricerche *'spot'* (+29%), e per le indagini continuative, che rilevano dati con frequenza periodica (+23%). Per contro si attestano su valori percentuali negativi i sondaggi elettorali o di opinione e le indagini omnibus, che si rivolgono a campioni rappresentativi della popolazione italiana: rispettivamente -9,6% e -17,3% .

Nel confronto fra il primo semestre 2009 e il primo semestre 2010, le ricerche qualitative vedono la diminuzione della sole indagini motivazionali/individuali in profondità (-18%) mentre crescono i focus group (+12,2%), i focus e le individuali online (+2,3%). Va rilevato il dato relativo ad altre forme di indagine qualitativa (semiologia, etnografia, tecniche di osservazione varie etc), che crescono del 49,3%.

Secondo l'indagine Assirm il quadro complessivo del mercato delle ricerche è positivo, così come quello della pubblicità anche se in misura minore, e dovrà assestarsi nella seconda metà dell'anno.

*"L'indagine congiunturale interna ad Assirm ha evidenziato che per il settore delle ricerche di mercato sembrano ormai alle spalle gli effetti negativi del 2009" ha dichiarato il **Direttore Generale Cecilia Gobbi**. "I dati del primo semestre 2010 mostrano infatti una rilevante ripresa e la fine della fase flessiva, che nel primo semestre 2009 era in caduta libera, anche se dovremo attendere la chiusura dell'anno per stabilire l'effettiva entità della ripresa. L'Italia negli ultimi cinque anni si è classificata al penultimo posto per investimenti nel settore delle ricerche di mercato fra Gran Bretagna, che detiene il primato, Germania, Francia e Spagna." "La ricerca" ha continuato Cecilia Gobbi "è un settore che non deve essere trascurato, soprattutto in un periodo delicato come quello che stiamo attraversando. L'Associazione continua a diffondere la cultura di fare ricerca quale strumento di potenziale sviluppo, promuovendo periodicamente momenti di confronto e riflessione. Solo interrogandosi su cosa può fare la ricerca e in quale direzione si sta orientando si potranno affrontare al meglio le sfide future e le nuove domande che il consumatore, le aziende e il sociale si pongono."*

Gli istituti 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 Silvestre Bertolini.

Per informazioni:

Ufficio stampa ASSIRM

Close to Media: Paolo Monti – Stefania Canzano

Tel 02 70006237 Mob. 334 6033756

E mail paolo.monti@closetomedia.it; stefania.canzano@closetomedia.it