

Milano, 29/10/2019

COMUNICATO STAMPA**AL VIA L'ASSIRM MARKETING RESEARCH FORUM 2019****Design the future – la ricerca per progettare il futuro dell'Italia**

Apri oggi l'**Assirm Marketing Research Forum** all'interno di una location di eccezione come Palazzo Mezzanotte a Milano. Il Forum è l'appuntamento irrinunciabile per l'intero **settore della ricerca che in Italia chiude il 2018 con una crescita pari al +4%** e circa **690 milioni di dollari di acquisito**. Un risultato che la colloca al **quarto posto in Europa**, dove il mercato complessivo delle ricerche vale circa **15 miliardi di dollari** (dati Esomar), dopo Regno Unito, Germania e Francia.

“Buon risultato per l'Italia ma si potrebbe fare di più – sostiene Matteo Lucchi, Presidente Assirm -. Analizzando il rapporto fra investimenti in ricerca di mercato e PIL, si rileva che le imprese italiane avrebbero le risorse per investire di più in ricerca ma scelgono di indirizzarle altrove. Le ricerche di mercato sono, invece, fondamentali per la loro crescita e rappresentano un supporto fondamentale per il management”.

Analizzando il rapporto fra investimento in ricerca di mercato e PIL si evidenzia che Paesi come Gran Bretagna, Germania e Francia, dove gli investimenti in ricerca sono di molto superiori, sono anche realtà con una crescita economica maggiore della nostra.

“È necessario – continua Lucchi - valorizzare l'utilità delle ricerche di mercato anche come uno dei possibili ingredienti di una ricetta di sviluppo delle nostre imprese, migliorandone le performance, e quindi indirettamente del nostro Paese, in termini di PIL e nuova occupazione”.

L'edizione di quest'anno dell'**Assirm Marketing Research Forum** affronta il tema **“Design the future. Ricerca, Strategia, Insight e Data Intelligence per la crescita delle imprese”**: i numerosi interventi e occasioni di dibattito si concentrano sui cambiamenti del panorama delle ricerche di mercato, avvenuti negli ultimi anni a seguito della digitalizzazione. Mutamenti che hanno portato ad un sostanziale cambio di paradigma, dovuto alla maggiore mole di dati oggi disponibili rispetto al passato e alla conseguente necessità di avere le tecnologie e le competenze più adatte ad analizzarli e decifrarli in un'ottica di business strategico.

SESSIONE PLENARIA

Primo momento della giornata è rappresentato dalla plenaria, aperta dal **Presidente Assirm Matteo Lucchi** e moderata da **Pepe Moder, Radio24**, con la partecipazione di relatori d'eccezione del panorama italiano tra cui **Vincenzo Boccia, Presidente Confindustria**, che commenterà l'evento con un video messaggio.

Interviene **Roberto Monducci, Direttore Dipartimento Produzione Statistica di ISTAT** sulle nuove opportunità informative offerte dallo sviluppo delle fonti amministrative e dei Big data, che hanno portato ad una nuova generazione di dati statistici. Uno scenario che prefigura una disseminazione di informazioni, utile sia a nuove statistiche ufficiali sia a fornire agli utilizzatori, anche specializzati, opportunità di analisi finora inesplorate.

È previsto, poi, l'intervento di **Joaquim Bretcha, Presidente Esomar**, l'European Society of Opinion Surveys and Market Research, che si soffermerà su come le professioni nel settore delle ricerche di mercato siano in costante trasformazione, soprattutto a seguito della digitalizzazione. Le nuove tecnologie, infatti, offrono nuove funzionalità nella raccolta dei dati e diverse modalità di trattamento e analisi, oltre che un'immediatezza nella ricezione delle informazioni mai immaginata prima.

In programma, inoltre, un intervento a cura di **Toluna**, che vedrà la presenza di **Valentina Holzner, Head of Market Researches di Nestlé**. Si discuterà di come, oggi, le sfide che le aziende sono costrette da affrontare si riferiscono soprattutto alla gran quantità di informazioni e messaggi con cui il nuovo consumatore viene letteralmente inondato ogni giorno. Essere rilevanti per un brand, quindi, vuol dire perseguire la conoscenza dei propri consumatori e la velocità del time to market, grazie al nuovo approccio dell'Agile Research.

TAVOLA ROTONDA

Il secondo momento della giornata prevede una **tavola rotonda** dal titolo *“La centralità del cliente e la creazione di una cultura aziendale data – first”*, moderata da **Pepe Moder, Radio24** e in cui intervorranno **Mariano Di Benedetto, Agencies Director di Facebook**, **Diego Morgandi, Head of -commerce di Kiko** e **Cristiano Grassini, Global Digital Transformation Director di Amplifon**.

SESSIONI WORKSHOP

Il terzo momento è rappresentato dai diversi **workshop curati dagli sponsor**, che presentano le principali case history del settore registrate nell'ultimo anno con insight sulle nuove tendenze del mercato, dei consumi e della ricerca.

SESSIONE PLENARIA

Infine, l'ultimo momento prevede una **sessione plenaria pomeridiana**, a cura del **Centro Studi di Assirm** e dal titolo *“L'Italia si confronta con la Sostenibilità. Assirm: un impegno comune”*. Saranno presentati i primi risultati del nuovo Osservatorio lanciato da Assirm con l'obiettivo di monitorare nel tempo l'attenzione e l'impegno che i cittadini e le imprese pongono sul nodo della sostenibilità ambientale, economica e sociale.

L'evento è organizzato da **ASSIRM**, l'Associazione che riunisce le maggiori aziende italiane che svolgono Ricerche di Mercato, Sondaggi di opinione e Ricerca Sociale, con il **patrocinio di Confindustria Intellect e Esomar**, nonché grazie al supporto di 20 aziende del settore italiane e internazionali: **Checker Soft, Cint, DataExpert Services, Demetra Opinioni.Net, Doxa, Dynata, Eumetra, GfK, Iff International, Netquest, Nielsen, Norstat Italia, Praxidia, Semrush, Statista, Swg, Toluna Italy, Via!**. Infine, **LeFac e Areastream** in qualità di sponsor tecnici.

Tutti gli aggiornamenti relativi all'evento sono disponibili sul sito dedicato www.assirmforum.it e sui canali social ufficiali: *Twitter* @AssirmRicerca, *LinkedIn*: Assirm, *Youtube*: Assirm Italia.