

Milano, 31/03/2021

COMUNICATO STAMPA

ASSIRM PUBBLICA IL VADEMECUM DELLE RICERCHE QUALITATIVE
Il volume guida gli investitori d'azienda alla comprensione e all'utilizzo
delle ricerche qualitative

[Assirm](#) ha presentato ufficialmente ad una platea di oltre 100 professionisti - appartenenti ad aziende spender di ricerca e di istituti – la nuova pubblicazione intitolata “[Vademecum Ricerche Qualitative](#)”. L'ultimo arrivato di una collana di testi che ha come obiettivo la promozione del valore della ricerca di mercato, sociale e d'opinione.

Dopo [Ricerche di Valore. Piccola guida all'acquisto consapevole di ricerche utili al decision making aziendale](#) (2016, N. ed. 2019) e [Conosci il tuo prossimo. Storia Semiseria delle Ricerche di Mercato](#) (2020, di Giorgio Visintini, uno dei padri della ricerca in Italia), Assirm pubblica così un volume, redatto in un linguaggio non tecnico, che guida il lettore, e specificamente gli investitori d'azienda, alla comprensione e all'utilizzo delle ricerche qualitative. Perché, quando, su cosa e con chi realizzare progetti di ricerca di questo tipo, questi i quesiti che troveranno risposta all'interno del Vademecum.

La pubblicazione si rivolge, quindi, sia al lettore esperto (che impiega ed investe in ricerca da diverso tempo) sia ai professionisti che si sono appena affacciati all'uso di approcci di stampo qualitativo, e può essere letta e consultata nelle sue diverse sezioni. Dopo la **definizione di ricerca qualitativa** (che gli autori individuano nell'atto di **scoprire**, cioè di **rilevare qualcosa di nuovo e significativo**) il testo affronta i diversi momenti del processo **dal punto di vista delle aziende investitrici**: a quali **bisogni** ed obiettivi risponde la ricerca qualitativa, quali **metodi** sono disponibili e più adeguati, quali **competenze** professionali entrano in gioco nel disegno e nella corretta esecuzione di una ricerca qualitativa, quali modi diversi esistono di **restituzione dei risultati**. Il volume non manca di toccare quegli approcci più moderni o che la tecnologia ha profondamente rinnovato come ad esempio gli ambienti digitali di discussione, il neuromarketing, l'analisi esperienziale, il design thinking o la social media intelligence.

*“Uno degli aspetti di cui vado più fiero - dichiara **Alberto Stracuzzi, curatore del volume**, durante la presentazione - è la generosità con cui colleghi di diversi istituti e di diversa estrazione hanno collaborato alla progettazione e alla stesura di questo volume. Questo è forse uno dei portati più belli di stare in un'associazione. E voglio pubblicamente qui ringraziarli: Giulia Bertini di Ipsos, Carmelo Carbone di Fieldgood, Cinzia Paterlini di Teleperformance Knowledge Services, Alessandra Scomparin di Blogmeter, Anna Tagliabue di Eumetra. Senza di loro e senza la loro passione non avreste questo libro per le mani.”*

*“Grazie a questo lavoro - afferma **Matteo Lucchi, Presidente di ASSIRM** - abbiamo voluto ribadire come il valore delle ricerche di mercato si fonda sulla capacità di rispondere alle domande delle aziende, di*

*supportare le decisioni, di ridurre l'incertezza. Assirm ha prodotto un importante corpus di norme di qualità e deontologia che impegnano i nostri Associati. Con queste pubblicazioni ci rivolgiamo, invece, alle aziende clienti che crediamo siano i primi ad essere interessati alla cultura della ricerca di mercato. Siamo tra le poche industry in Italia e nel mondo che sistematicamente condividono coi i clienti la propria competenza, la propria cultura e che trasparentemente spiegano cosa i clienti **possano e debbano pretendere** nel proprio esclusivo interesse. Una trasparenza che credo sia la cifra di tutto il nostro settore. Ed è questa trasparenza e volontà di condivisione che è la cifra ed il senso di realtà associative come Assirm, capaci non solo di aggregare imprese, ma anche promotrici di cambiamento, di cultura, di garanzia e di promessa al mercato. Questo lavoro credo sia il giusto regalo che ci siamo fatti per i 30 anni dell'Associazione che celebriamo in questo complesso 2021."*

Assirm

Assirm è l'Associazione che riunisce le maggiori aziende italiane che svolgono Ricerche di Mercato, Sondaggi di opinione e Ricerca Sociale. Sin dalla sua nascita nel 1991, contribuisce alla diffusione della cultura della ricerca, consentendo ad un numero sempre maggiore di Istituzioni, Imprese e Associazioni di disporre di informazioni accurate e affidabili, stimolando l'innovazione, creando i presupposti di scelte efficaci, generando valore nel sistema economico e sociale. Gli Associati sono società private e indipendenti.

Nella sua attività istituzionale, Assirm collabora con Università e con diverse Associazioni di ricercatori e di studiosi -quali ad esempio Esomar- e aderisce a EFAMRO – the European Research Federation e ASA – Associazione per la Statistica Applicata.

È socio promotore di Fondazione Pubblicità Progresso ed è parte di Confindustria Intellect.

www.assirm.it

Contatti

UFFICIO STAMPA ASSIRM

Doppia Elica

Gloria Dal Molin – g.dalmolin@doppiaelica.com – T. 02 409993057 – M. 393 8291512

Roberta Parrinello – r.parrinello@doppiaelica.com – T. 02 409993276