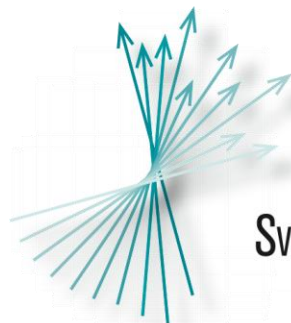


7 Giugno 2012
Auditorium Don Giacomo Alberione
Via Giotto, 36 - Milano



CONSUMER INSIGHT CONSUMER NEEDS SVILUPPO NUOVI PRODOTTI

Assirm: per uscire dalla crisi la ricetta è l'innovazione *Ripamonti: "Oggi il tasso di innovazione delle aziende si attesta al 10%"*

Milano, 7 giugno 2012 - Come riuscire a superare la difficile congiuntura economica che stanno vivendo i mercati? Quali aziende avranno successo nei prossimi anni? E quali sono i segreti per le innovazioni di successo? Di questi temi si è discusso oggi durante il convegno organizzato da **Assirm**, l'Associazione tra Istituti di Ricerca di Mercato, Sociale e d'opinione, dal titolo "*Consumer insight, Consumer needs. Sviluppo nuovi prodotti*". Il dibattito, in particolare, si è concentrato su tre macro aree: i fattori che condizionano le probabilità di successo, i bisogni dei consumatori, tra sistematicità ed intuizione, quando la metodologia coglie nel segno.

"Non ci sono aziende brave e aziende meno brave, ma aziende pigre ed aziende attive, quindi aziende che trovano in se stesse la forza di reagire. Noi come Assirm intendiamo mettere a disposizione mezzi e strumenti utili per capire i bisogni dei consumatori, e quindi per fare innovazioni che consentano la crescita delle aziende" ha dichiarato **Umberto Ripamonti**, Presidente Assirm.

"L'obiettivo che ogni impresa si deve porre consiste nel passare da un tasso di innovazione di successo, oggi inferiore al 10%, ad una realtà in cui la maggior parte delle innovazioni lanciate siano dei successi." Ha continuato **Ripamonti**. *"Quel che decreta il successo di una innovazione è la presenza di un processo ben identificato e sistematico nell'organizzazione dell'azienda. Un processo che permetta di stimolare la creatività e selezionare con rigore le migliori innovazioni su cui continuare a investire le risorse aziendali, ed eseguire in modo accurato quanto definito dal piano di marketing, così da generare un'adeguata conoscenza ed un coinvolgente entusiasmo tra i consumatori finali."*

Identificare un corretto processo di innovazione è la sfida per tutte le aziende che vogliono superare la crisi, o fare delle crisi un elemento di successo. A questo proposito durante il convegno, Assirm ha voluto sottolineare l'importanza di alcune **metodologie** utili al raggiungimento di un buon livello di innovazione. Tra queste, l'Associazione ha individuato sei strumenti che, attraverso i suoi 46 Associati che coprono più dell'80% del fatturato del settore, mette a disposizione delle aziende. In particolare, la **misurazione scientifica della rilevanza**, ovvero la capacità di soddisfare un bisogno attuale e sentito, **della differenziazione**, ovvero l'abilità di farlo in modo originale e diverso rispetto agli attuali prodotti correntemente venduti nel mercato, e **del prezzo** coerente col posizionamento del prodotto, ma sempre in un intervallo di accettabilità da parte del consumatore. Lo studio dell'**ambiente digitale** come nuova opportunità per riuscire a cogliere i bisogni e a generare idee, il **consumer counselling** quale attivazione di un processo di ascolto e ricerca, la **Social Community** alla base della ricerca "etnografica" e di co-creazione, lo strumento delle **carte fedeltà** quale fonte di informazioni per il lancio di un nuovo prodotto, e l'importanza del **brainstorming** quale tecnica da sempre efficace nella la produzione di idee.

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 Umberto Ripamonti.

Per informazioni:

Ufficio stampa Assirm:

Paolo Monti - eos comunica

Paolo.monti@eoscomunica.it