



Assirm/ Marketing Research Forum: il mercato andrà sempre più verso metodologie innovative

Presentata oggi la ricerca dell'Associazione sul futuro del settore

Milano, 29 ottobre 2015 – Qual è il ruolo delle ricerche di mercato oggi? Quali sono le metodologie più richieste dalle aziende italiane e internazionali? Verso quali tendenze sta andando il settore? A queste e altre domande ha dato risposta la ricerca “**Research 2020: la parola agli utenti**” presentata oggi al **Marketing Research Forum 2015**, l'appuntamento annuale di **Assirm**, l'Associazione delle aziende di ricerche di mercato, sondaggi di opinione e ricerca sociale.

La ricerca, coordinata da **Guendalina Graffigna**, Direttrice del Centro Studi Assirm - condotta su un panel di **218** rispondenti tra Direzione e Amministrazione, Marketing e Ricerca, Comunicazione e Vendite, di aziende italiane e internazionali - mostra come le aziende ricorrano soprattutto a ricerche quantitative, ad hoc digital per il 92% degli intervistati e ‘tradizionali’ per l’89%. Non manca inoltre l'utilizzo delle nuove metodologie di analisi come Social media listening e Buzz online, scelte dal 55% delle aziende.

Le aziende clienti scelgono, nella quasi totalità dei casi, di rivolgersi agli istituti per le proprie ricerche: il **94,3%** dei rispondenti ha infatti dichiarato di aver chiesto la consulenza di un istituto durante l'ultimo anno. Nella scelta del provider esterno sono tre le principali leve che influenzano le aziende: il **rapporto costi/benefici** per l’80,4% delle aziende, il **rigore e la scientificità** della ricerca per l’88% e, soprattutto, la **presentazione chiara dei risultati**, elemento chiave per il 90,9% dei rispondenti. Il Value for Money risulta quindi essere elemento importante, ma solo al terzo posto: qualità e scientificità sono i valori più strategici.

Le ricerche commissionate esternamente soddisfano i clienti: oltre il **55%** delle aziende ha infatti dichiarato di essere molto **soddisfatto** del risultato ottenuto soprattutto grazie a ‘tempi di esecuzione’ (60,3%) e ‘rigore e scientificità’ (60,8%).

E verso quali metodologie andrà il mercato? Le aziende nei prossimi anni punteranno all’online e al mobile per l’**89%** dei rispondenti, aumenteranno anche le analisi sui **social media** per l’**82%** delle aziende.

“I risultati mostrano come le aziende di ricerca costituiscano ancora oggi il principale interlocutore per chi commissiona ricerche, anche se gli intervistati prefigurino una crescita di centralità per altri attori nel prossimo futuro.” Ha commentato **Umberto Ripamonti**, Presidente di Assirm. *“La nostra Associazione intende continuare a perseguire standard di qualità molto alti per differenziare il lavoro delle nostre aziende associate agli altri player del mercato, qualità che, dai risultati della ricerca, sembra trovare riconoscimento e attenzione da parte dei clienti”*.

Le aziende associate 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 – Lea Gorgone

daniela.mase@eoscomunica.it - paolo.monti@eoscomunica.it - lea.gorgone@eoscomunica.it

T. 02.4984324