

presentano

# La Ricerca di Mercato, Sociale e d' Opinione in Italia – 2007

**Elementi di sintesi  
a cura di Mario Abis**

**Giovedì 27 settembre**

**Auditorium Deloitte**

**MILANO**



## ❖ Elementi di scenario economico-finanziari

Il settore nel suo complesso è in lieve crescita. All'interno del settore, la crescita pro-capite degli Istituti associati ad ASSIRM cresce più velocemente. Il mercato italiano delle ricerche è – su base UE15 – il **quarto se si osserva il fatturato in termini assoluti, ma l'11° se si considera il fatturato pro-capite (fatturato su popolazione attiva)**.

Gli istituti ASSIRM mostrano una crescente sperequazione del fatturato, il 20% degli istituti copre oltre il 70% del fatturato complessivo.

Non si assiste ad una reale specializzazione degli istituti dovuta alla loro classe dimensionale di fatturato.

## ❖ Le figure professionali: un modello della società dell'informazione

Le ricerche di mercato hanno più relazione con il trattamento dell'informazione in senso lato che con la vendita di un prodotto. Condurre una ricerca, pertanto, implica raccogliere, esaminare e organizzare informazioni su aspetti tangibili (reddito, volume delle vendite, età, sesso) e su aspetti intangibili della vita sociale (percezione, relais emozionali, differenze tra stili di vita individuali e stili di vita collettivi).

## ❖ **Le figure professionali: un modello della società dell'informazione**

La scelta effettuata nell'indagine è stata quella di misurare il rapporto tra figure professionali e informazioni, in particolare quali e quante risorse umane si occupano di raccogliere informazioni, o elaborare informazioni, o produrre informazioni. **L'approccio è sostenuto dalle definizioni di società dell'informazione e in particolare dal modello di Porat.**

**L'analisi condotta permette di evidenziare un rapporto sbilanciato tra chi manipola e produce informazioni e una struttura tecnico-logistica eccessivamente estesa.**

Il problema più evidente appare quello della disseminazione: i risultati di ricerca appaiono un tema per iniziati, la trasmissione avviene solo tra istituti e clientela. Un patrimonio articolato e diversificato di informazioni non raggiunge un pubblico eterogeneo.

## ❖ **La ricerca in Italia: vincoli e opportunità nei processi di riorganizzazione dell'impresa**

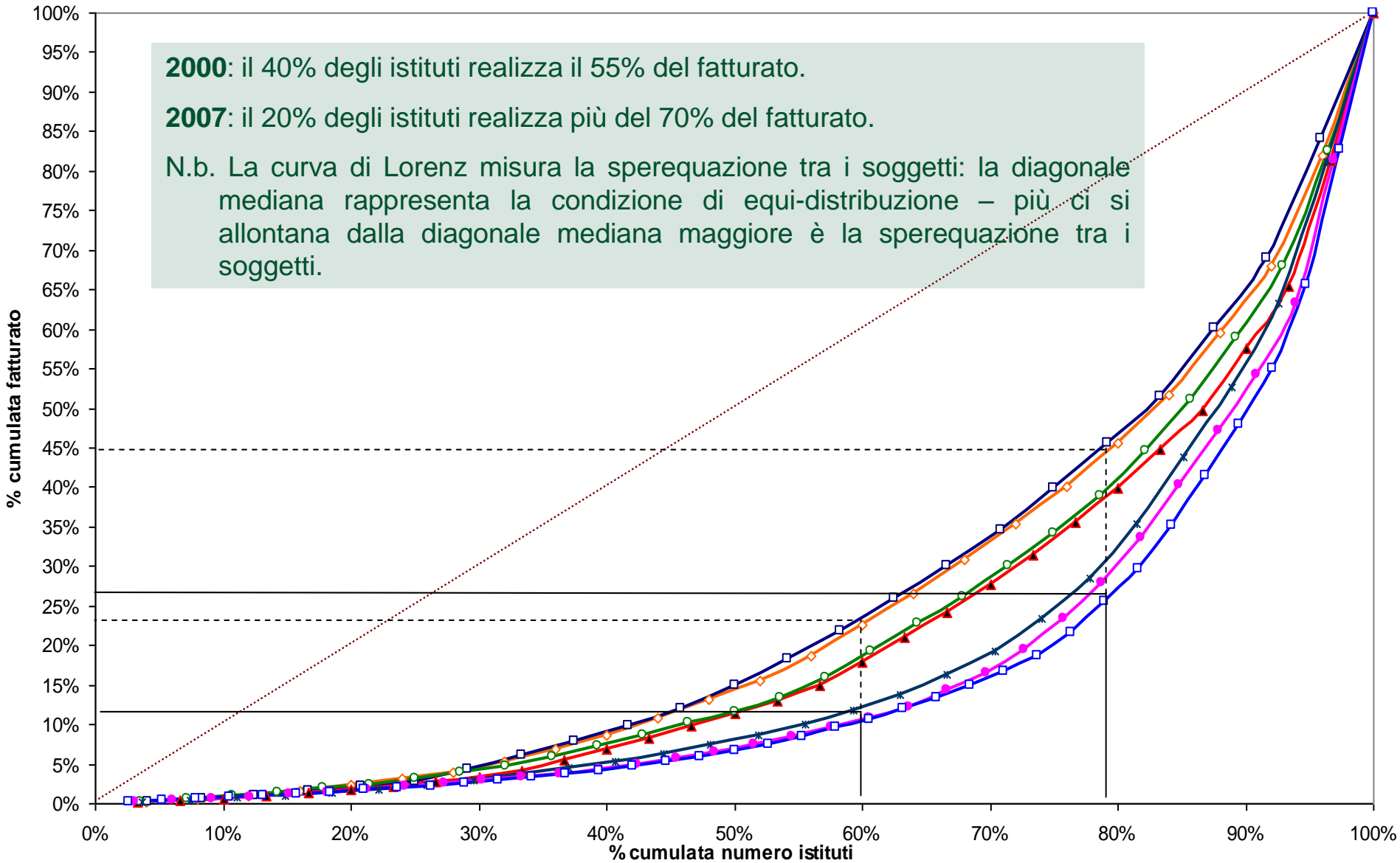
I punti di forza e di debolezza sono strettamente correlati alla tipologia organizzativa. **Gli istituti con un'impostazione organizzativa "classica" hanno come punto di forza un forte controllo sui processi.** Questo, tuttavia, può diventare un vincolo eccessivo che limita la capacità di produrre nuova informazione e di collegarsi agli effettivi bisogni del committente. In queste strutture maggiore è, infatti, il peso dei prodotti di ricerca standardizzati. **Le strutture "a rete" hanno, invece, come punto di forza una maggiore possibilità di lavorare "in modo creativo" con una maggiore flessibilità rispetto alle esigenze della committenza.** Spesso i team di ricerca attivati sono trasversali rispetto alle competenze metodologiche e di settore. Questo modello organizzativo, maggiormente orientato alla condivisione, porta con sé le criticità proprie delle strutture di rete: difficoltà nella gestione del coordinamento e nel presidio delle strutture informative e di comunicazione interna.

# La curva di Lorenz degli Istituti ASSIRM

**2000:** il 40% degli istituti realizza il 55% del fatturato.

**2007:** il 20% degli istituti realizza più del 70% del fatturato.

N.b. La curva di Lorenz misura la sperequazione tra i soggetti: la diagonale mediana rappresenta la condizione di equi-distribuzione – più ci si allontana dalla diagonale mediana maggiore è la sperequazione tra i soggetti.



2000

2001

2002

2003

2004

2005

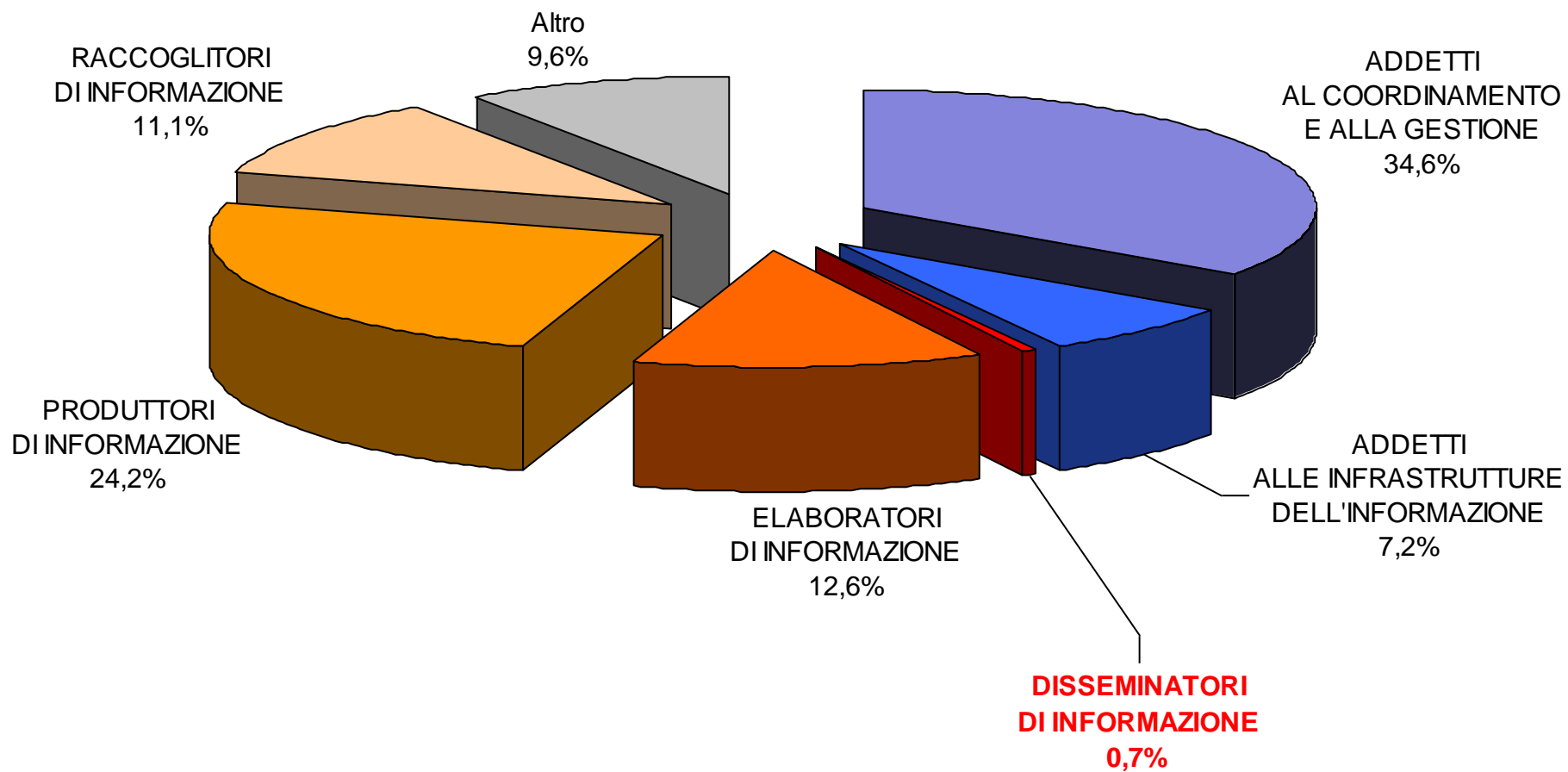
2006

# **LE FIGURE PROFESSIONALI**

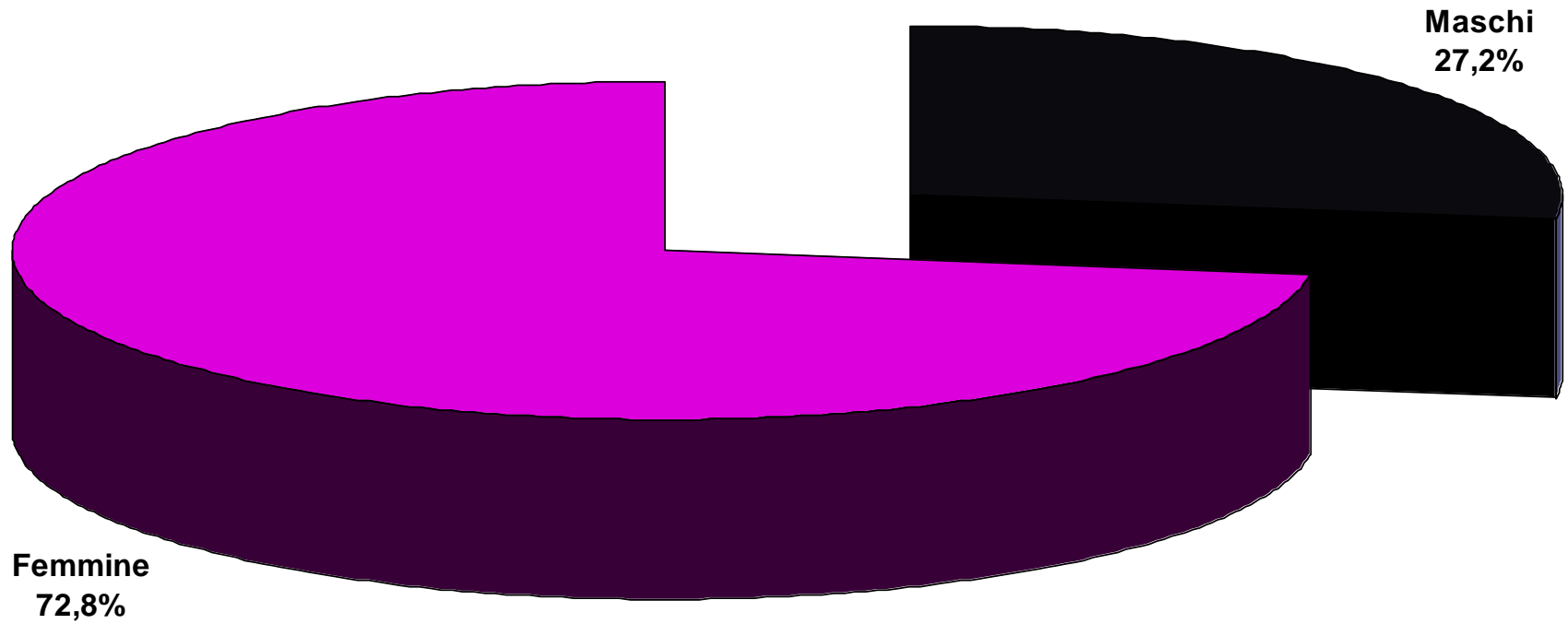
**un modello della società dell'informazione**

- ❖ **Raccoglitori di Informazione:** figure professionali preposte al reperimento e prima sintetica organizzazione (in griglie formulate su istruzioni esterne o formulate in proprio) delle informazioni.
- ❖ **Elaboratori di Informazione:** figure professionali che operano una prima semi-elaborazione dell'informazione: ne definiscono l'organizzazione per obiettivi di ricerca, che impiegano autonomamente metodologie di indagine per fornire un primo set di conclusioni in forma di semilavorati.
- ❖ **Produttori di Informazione:** figure professionali che sulla scorta delle informazioni *raccolte* ed *elaborate*, espongono conclusioni e risultati che a loro volta diventano nuove informazioni e nuove fonti di informazione; il ruolo di queste figure è anche strategico, definiscono gli step di trattamento delle informazioni.
- ❖ **Disseminatori di Informazione:** la figura professionale del disseminatore è quella che è in grado di adattare forma e linguaggio comunicativi delle informazioni prodotte e diffonderle ad un pubblico eterogeneo (divulgatori, docenti, giornalisti) o concreto (addetti stampa, informatori scientifici, ecc.).
- ❖ **Addetti alle infrastrutture dell'informazione:** figure professionali che non concorrono alla raccolta, elaborazione, produzione e distribuzione dell'informazione ma che supportano, con specifiche competenze tecniche il flusso produttivo dell'informazione:
- ❖ **Addetti al coordinamento e alla gestione:** figure professionali tipicamente aziendali che esercitano un controllo manageriale sull'attività produttiva, o che svolgono funzioni di contabilità e amministrazione.

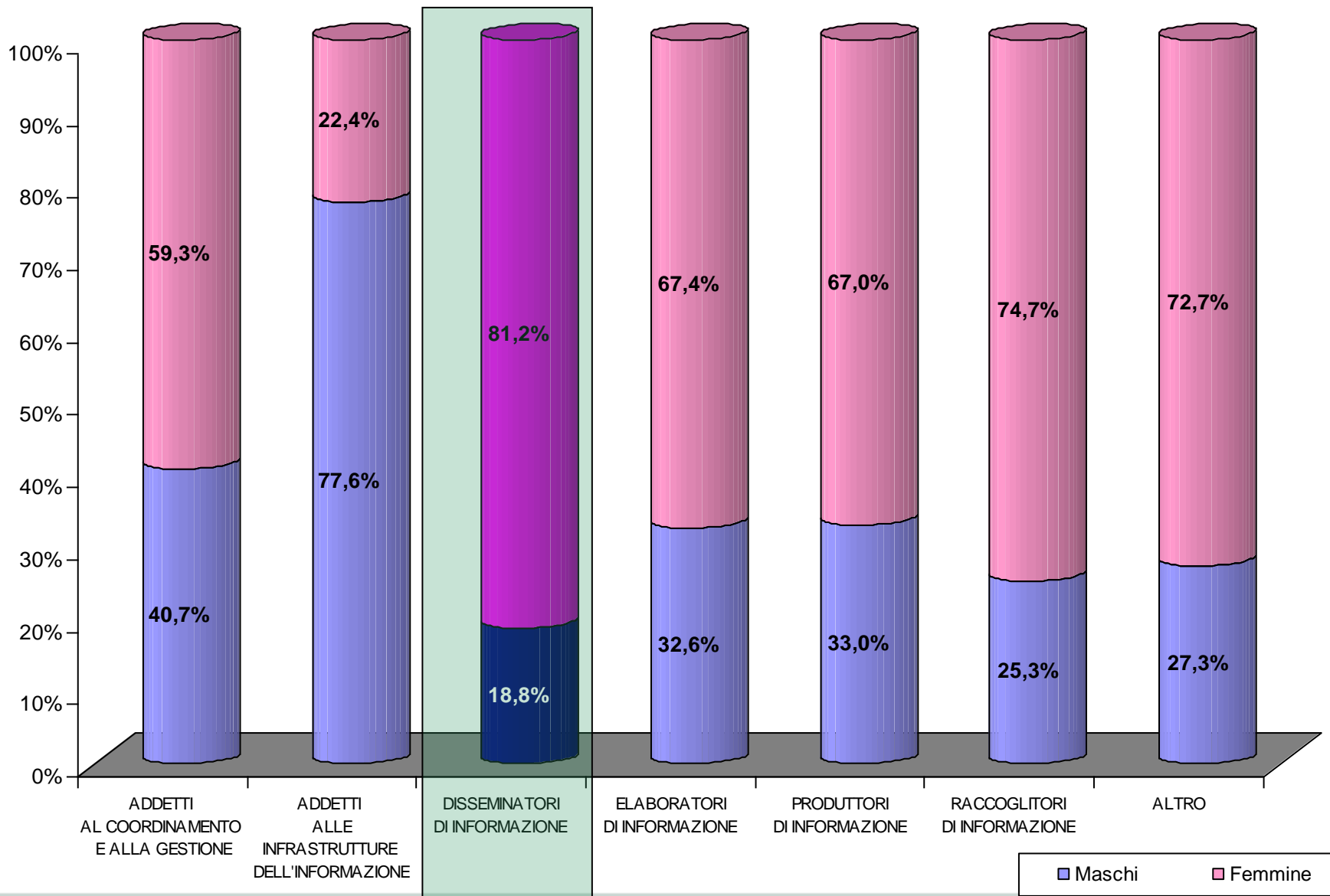
# Lo schema di Porat: addetti ASSIRM (lavoro subordinato)







# Classificazione di Porat per sesso degli addetti



# Classificazione di Porat per dimensione d'azienda

Classi di Porat	Piccoli Istituti (fatt. <= 2 mn €)	Istituti Medio-Piccoli (fatt. 2 mn - 5 mn €)	Istituti Medio Grandi (fatt. 5 mn - 12 mn €)	Grandi Istituti (fatt. > 12 mn €)	TOTALE ASSIRM
ADDETTI AL COORDINAMENTO E ALLA GESTIONE	43,3	36,5	34,7	32,4	34,6
ADDETTI ALLE INFRASTRUTTURE DELL'INFORMAZIONE	10,7	4,5	3,7	7,0	7,2
<b>DISSEMINATORI DI INFORMAZIONE</b>	<b>1,0</b>	<b>1,4</b>	<b>0,6</b>	<b>0,6</b>	<b>0,7</b>
ELABORATORI DI INFORMAZIONE	7,4	11,5	14,9	13,4	12,6
PRODUTTORI DI INFORMAZIONE	28,0	33,2	34,0	22,4	24,2
RACCOGLITORI DI INFORMAZIONE	1,3	6,9	7,1	10,8	11,1
ALTRO	8,3	6,0	5,0	13,5	9,6

+ DISSEMINAZIONE

+ VALORE

Distribuzione

Linguaggi evolutivi

Banche dati

**Rovesciamento negatività**

- Sondaggismo
  - Gurismo
  - Dumping
- Rapporti con sistema scientifico accademico

Connettività  
vs.  
verticalità

**Velocità**

Visione prospettica  
Capacità di analisi complesse

**MASSA CRITICA**