

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**

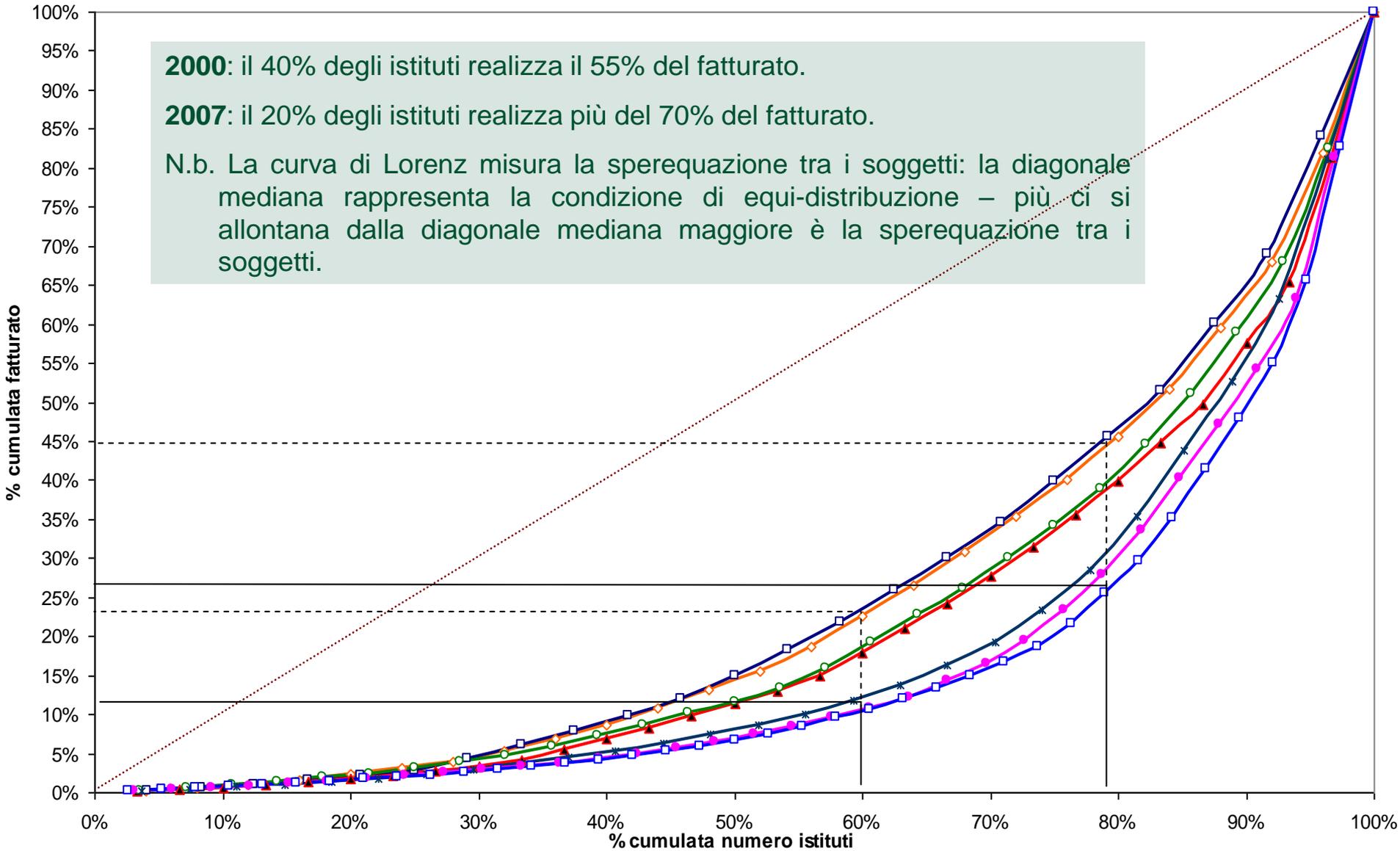
I punti di forza e di debolezza sono strettamente correlati alla tipologia organizzativa. **Gli istituti con un'impostazione organizzativa "classica" hanno come punto di forza un forte controllo sui processi.** Questo, tuttavia, può diventare un vincolo eccessivo che limita la capacità di produrre nuova 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

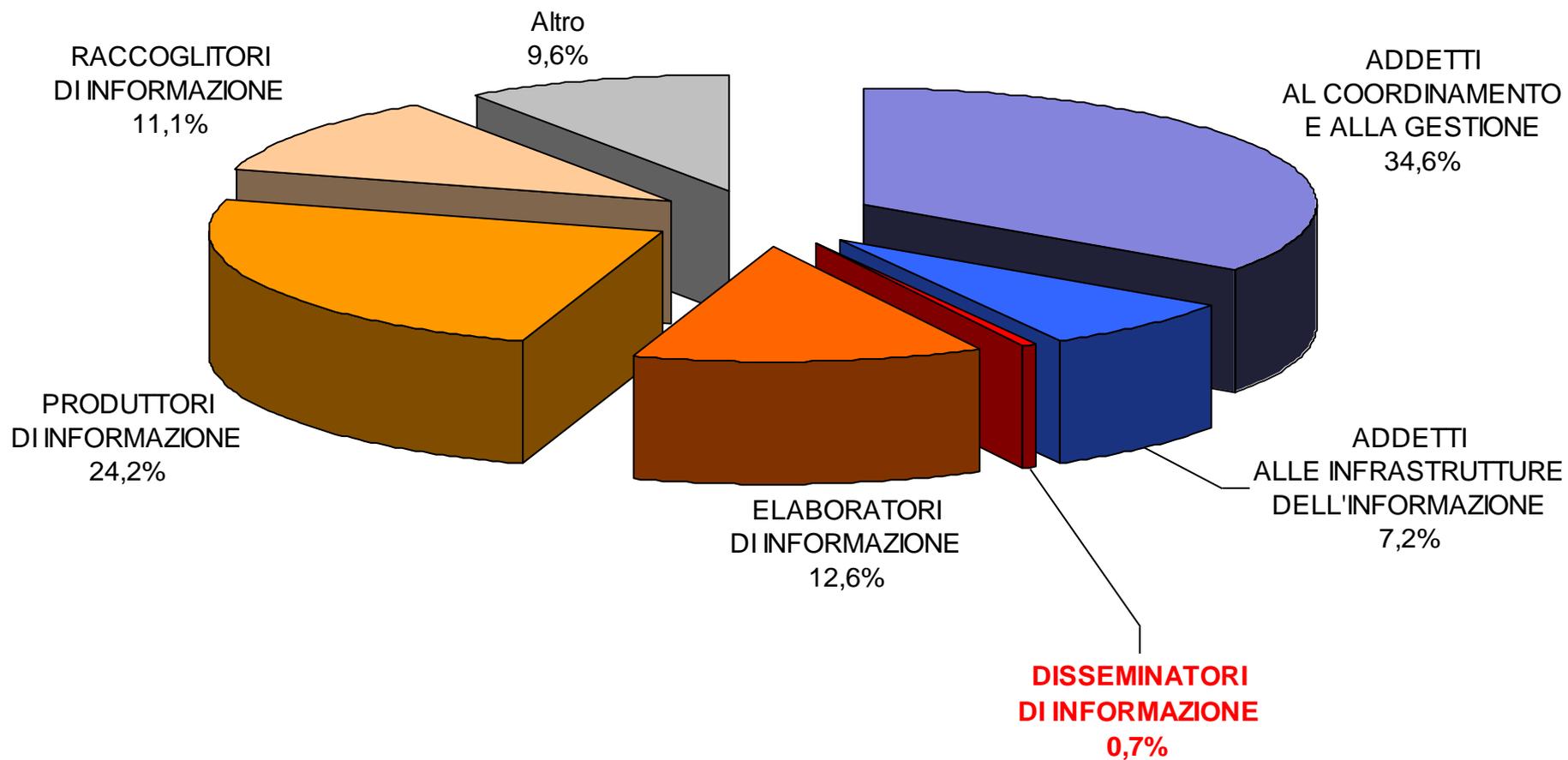
—□— 2006

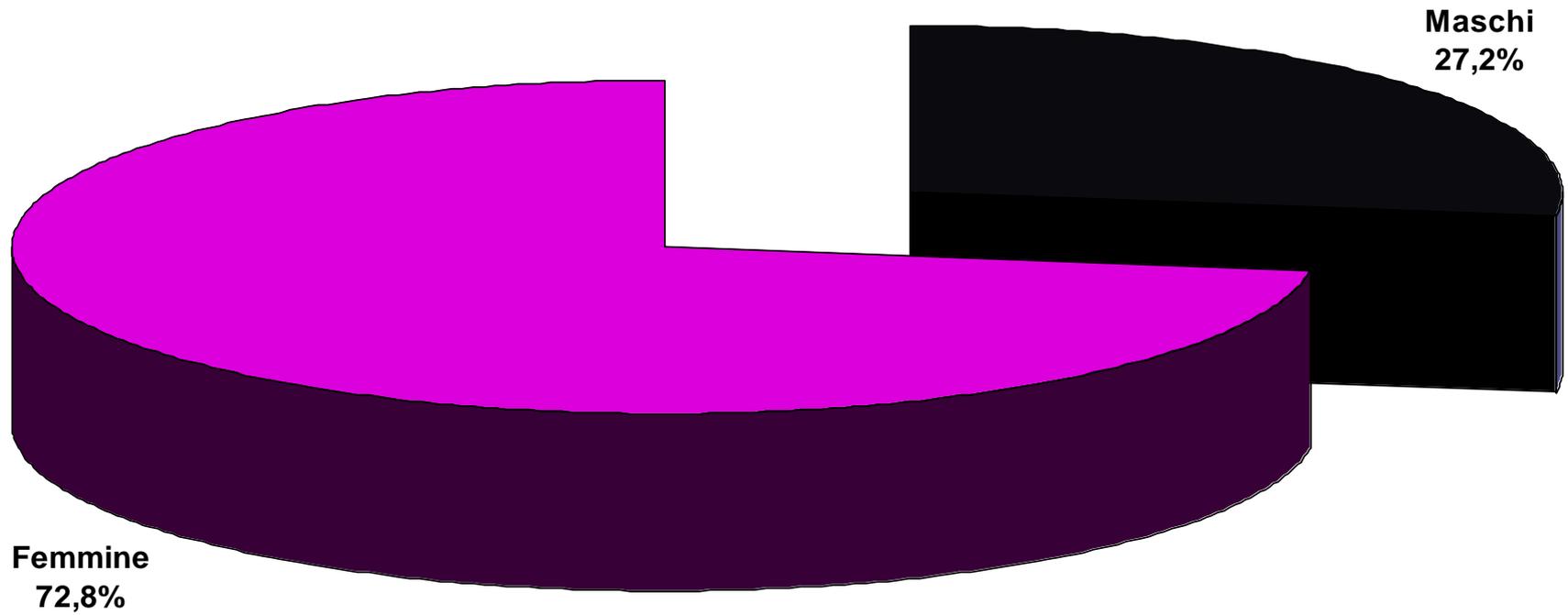
# **LE FIGURE PROFESSIONALI**

**un modello della società dell'informazione**

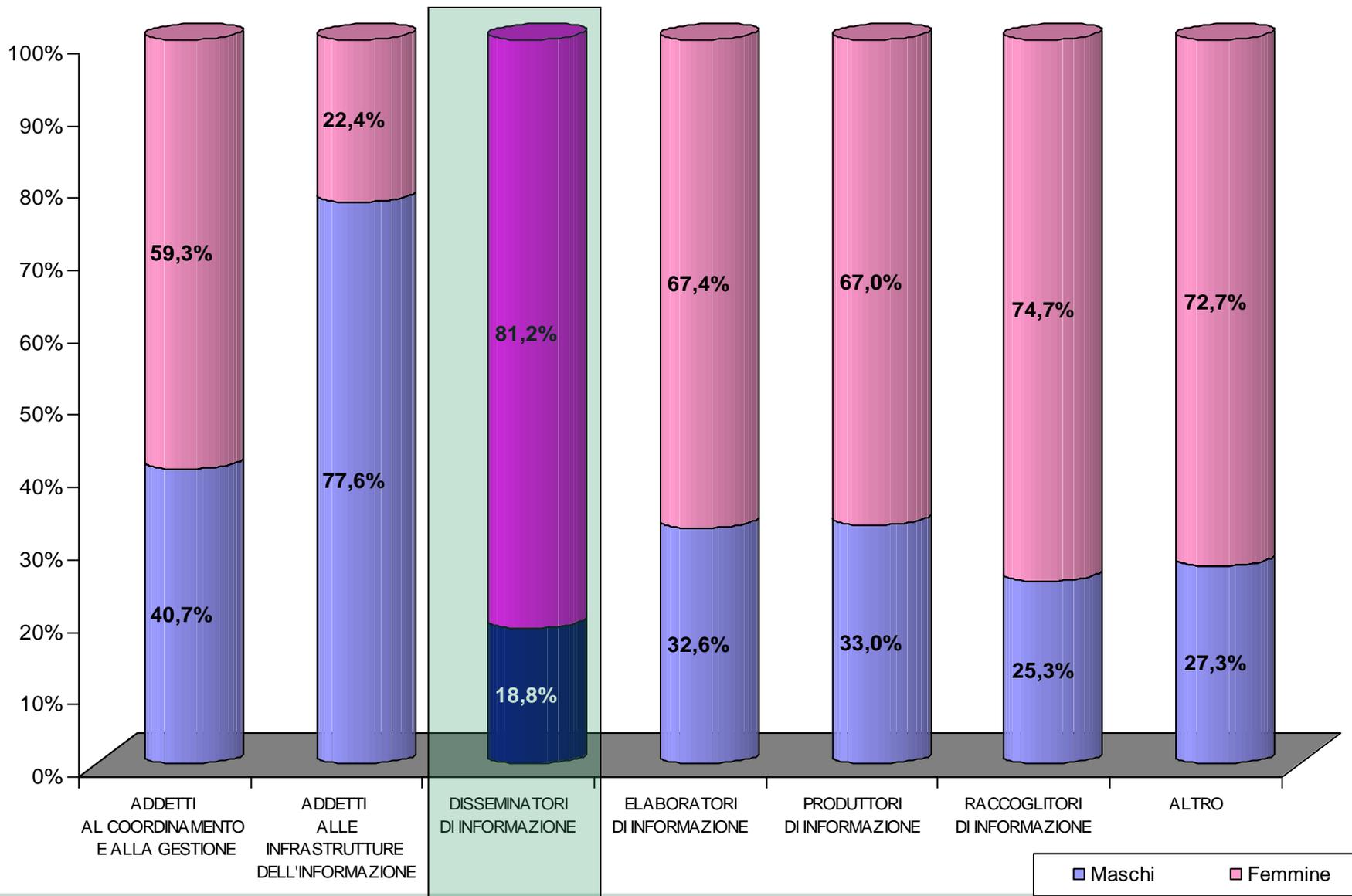
- ❖ **Raccoglitori di Informazione:** figure professionali preposte al reperimento e prima sintetica organizzazione (in griglie formulate su istruzioni esterne o formulate in proprio) delle informazioni.
- ❖ **Elaboratori di Informazione:** figure professionali che operano una prima semi-elaborazione 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**