

## Profili Membri del Consiglio Direttivo (documento aggiornato a Gennaio 2017)

### **PRESIDENTE**

#### **UMBERTO RIPAMONTI - IRI**

#### ***Sintetico profilo professionale:***



Sono in IRI dalla fondazione, avvenuta nel 1994, dove occupo il ruolo di Deputy General Manager con la responsabilità di definire le strategie aziendali locali in accordo con il direttore generale e coerentemente con le direttive internazionali, e di assicurare il conseguimento degli obiettivi delle aree gestite.

A partire dal 2003, sono Consigliere Delegato della società italiana. In questi anni l'azienda, partita da zero, ha acquisito un'importanza crescente nel settore in cui opera fino a diventarne co-leader con una quota di mercato superiore al 50%.

Dal 2003, inoltre, ho avuto la responsabilità di un progetto di trasformazione delle attività di creazione ed erogazione del servizio che, tramite l'ottimizzazione dei processi produttivi e di servicing, ha consentito di più che raddoppiare i profitti pur in presenza di una moderata crescita dei ricavi.

Dal 2012 svolgo lo stesso ruolo anche per la Consociata Greca.

Da Gennaio 2012 ricopro la carica di Presidente di Assirm. Nel corso di questo triennio ho avviato il piano di rilancio dell'Associazione che verte sui 4 pilastri fondanti: Presidio del Sapere, Promozione del Valore della Ricerca e Marketing Associativo, Sviluppo di Relazioni Istituzionali (Lobbying), Erogazione dei Servizi.

Il taglio pragmatico della mia azione e del Consiglio Direttivo uscente ha consentito di realizzare numerosi progetti, tra cui la stipula dell'Accordo Quadro Nazionale per la Regolamentazione delle Collaborazioni Coordinate e Continuate a Progetto; la realizzazione del primo Research Forum Nazionale; la realizzazione del nuovo sito Assirm, anche nella sua versione in Inglese; la riprogettazione del Centro Studi e la produzione continuativa di indicatori macro-micro economici; la riformulazione del Corso Assirm; la stesura delle basi per una proficua e attiva collaborazione con i Clienti e, ultimo ma non ultimo, l'organizzazione di un'attività capillare e sistematica di ascolto delle esigenze e delle problematiche degli Associati.

#### ***Tipo di contributo che pensi di poter dare all'Associazione:***

Proseguire nel percorso intrapreso di Promozione del Valore della Ricerca. Il fatturato gestito da Assirm, rappresenta circa il 5% del fatturato del mercato dei servizi all'impresa (ca. €800.000.000 su €16.000.000.000). Il suo valore, tuttavia, sebbene quantitativamente basso, ha un'enorme valenza qualitativa.

La ricerca supporta infatti l'opinione e, di conseguenza, le decisioni e le azioni di tutti i vari livelli della società, dalla popolazione ai decision maker in ambito aziendale, istituzionale, individuale, ecc.

Qual è e quant'è questo valore? Come si può dargli valenza sociale? Ecco che c'è un enorme spazio d'azione di fronte a noi.

La realizzazione di questo obiettivo strategico si articola su quattro pilastri più uno trasversale ai primi:

I. Relazioni Istituzionali: La campagna per le modifiche alla Riforma Fornero ci ha fatto capire che la strada delle Relazioni con le Istituzioni è una strada che si può e si deve perseguire. Cominciamo coll'aumentare la nostra visibilità – come Associazione e non solo come singoli – per poi essere in grado di farci ascoltare nelle sedi opportune, sia come portatori di interessi particolari, ma diffusi, sia di competenze e conoscenze che possono essere utili al sistema Paese.

II. Tavolo con i Clienti: Sviluppare un rapporto continuativo e sistematico con i principali spender in Ricerche di Mercato (RdM) in modo da aiutarli a comprendere quali siano le principali guidelines per acquistare RdM di qualità ad un prezzo corretto. Abbiamo incontrato UPA e abbiamo verificato l'interesse ad un'iniziativa congiunta che porterebbe alla stesura di linee guida/best practice per la valutazione di preventivi/quotazioni.

III. Forum delle Ricerche: Si tratta di un'evoluzione della Convegnistica rispetto al modello attuale. Da un lato fare dell'evento Assirm un punto di riferimento per confrontarsi con le idee che stanno nel Futuro della Ricerca, con esplorazione delle opportunità scientifiche e tecnologiche, dall'altro offrire alle Aziende un vero e proprio Market Place per promuovere i propri servizi e soluzioni più innovative. Riteniamo infatti utile una separazione netta tra momento scientifico, rigoroso, divulgativo e un momento più squisitamente commerciale.

IV. Centro Studi: L'idea è quella di focalizzare e sviluppare il Centro Studi nella direzione di realizzare progetti a interesse diffuso. Il ri-orientamento del Centro Studi in questo senso è fortemente sinergico all'obiettivo citato al primo punto. Tanto più Assirm riesce a qualificarsi come portatrice non solo di interessi particolari ma anche di interessi diffusi, tanto più alta è la possibilità di accreditarsi presso gli Organismi Istituzionali. Per fare questo il Centro Studi deve diventare un organismo internalizzato in Assirm con una propria struttura professionale ed un Comitato Scientifico di Supporto.

V. Riposizionamento Strategico di Assirm: Il settore delle ricerche di mercato è un mercato sempre più diversificato, complesso e in rapida evoluzione. Gli attori coinvolti spesso esulano dalle definizioni standard dei ruoli passati e compaiono le figure di «esperti specializzati» vs il precedente concetto di «servizio integrato». E' pertanto necessario passare da un modello Associativo basato sul dare valore all'Utilizzo ad un modello basato sul dare valore all'Utilità e quindi un'Associazione basata sulla Rappresentanza che abbia come collante la **Professione**.

Obiettivi:

1. Riaffermare i Principi cardine dell'Associazione
  - a. valorizzare la funzione sociale ed il ruolo economico della ricerca di mercato, sociale e di opinione
  - b. favorire e promuovere il valore della qualità nel servizio offerto dai propri Associati

2. Continuare nel percorso di Allargamento della base associativa per
  - a. renderla più rappresentativa delle evoluzioni in atto e più vicina agli utenti finali
  - b. fronteggiare un possibile “restringimento” contingente/fisiologico
  - c. generare disponibilità economica per poter svolgere maggiori attività ed iniziative
3. Governare e tutelare la naturale evoluzione d’ Identità
  - a. verso gli attuali/storici associati ed i potenziali/futuri
  - b. definendo i criteri di inclusione ed esclusione
  - c. partendo da una mappatura dei “confini concettuali” entro i quali operare
  - d. tenendo in considerazione le evidenze emerse dall’indagine interna

Questi obiettivi tuttavia verranno validati, assestati, armonizzati prestando attenzione alle esigenze di tutti gli Associati per meglio concepirli e definirli.

**Un Piano Strategico per essere realizzato, infatti, deve divenire volontà diffusa. Occorre che esso coinvolga tutte le componenti della Comunità delle Ricerche di Mercato, che la sua attuazione possa contare sul contributo fattivo di tutti riconoscendo che il centro sta sul campo, laddove si opera.**

### **MEMBRI del CONSIGLIO DIRETTIVO**

**(I nomi dei candidati sono riportati in ordine alfabetico)**

#### **1. NICOLA AUFIERO – GN Research**

##### **Sintetico profilo professionale:**



Laureato in Scienze Statistiche ed Economiche nel 1993, attualmente ricopro il ruolo di Direttore Generale in GN Research S.p.A.

Nella ventennale esperienza nelle ricerche di mercato, iniziata nel 1994 in Explorer Marketing Research (oggi Ipsos), ho percorso tutte le tappe della carriera di ricercatore. Nel corso della carriera in Ipsos, ho assunto incarichi manageriali crescenti fino a diventare Direttore della divisione Qualità & Customer Satisfaction (oggi Ipsos Loyalty) e successivamente

Direttore della sede di Roma dell’istituto. Ho poi trascorso un periodo in Ipsos Suisse in qualità di responsabile del Research Management Team.

Dalla fine del 2008, sono in GN Research dove ho inizialmente diretto una delle business unit e poi da settembre 2010 ne sono diventato Direttore Generale.

Ho comunque mantenuto la passione per l’analisi dei dati e la statistica applicata contribuendo allo sviluppo del dipartimento Analytics di GN Research. Ho inoltre svolto numerose docenze in questi ambiti sia presso Università che all’interno dei orsi organizzati dall’ASSIRM.

**Tipo di contributo che pensi di poter dare all'Associazione:**

Mi piacerebbe che l'ASSIRM diventi il motore dell'innovazione e della diffusione della cultura e del valore del nostro settore. Questo è l'aspetto principale su cui intendo dare il mio contributo. Credo di avere delle buone competenze tecniche che mi piacerebbe poter mettere a disposizione dell'Associazione ed una forte motivazione a raggiungere questo obiettivo. Credo nel valore dell'associativismo e nell'uso di strumenti concertati per portare avanti le nostre richieste anche in ambito istituzionale.

**2. ENRICO BILLI - Ipsos**

**Sintetico profilo professionale:**



Direttore Generale di Ipsos in Italia. Diplomato in Statistica all'Università Cattolica S.C., ho lavorato per circa 10 anni in IMS Health. Da circa 15 sono in Ipsos dove ho ricoperto dapprima il ruolo di responsabile delle Operations fino a diventare Direttore Generale, ruolo quest'ultimo che ricopro da quasi 4 anni. Anche in passato, pur avendo avuto un ruolo operativo, ho sempre mantenuto un contatto con il mercato e con i clienti, condizione questa che si è rafforzata e consolidata nel corso degli ultimi

anni ed intensificata in particolare nella gestione delle aree di ricerca di maggiore complessità e di alcuni dei principali contratti di Ipsos. Nel corso degli ultimi anni ho avuto poi modo di sviluppare significative esperienze nella gestione dei processi aziendali, nella gestione delle HR e nelle relazioni sindacali.

**Tipo di contributo che pensi di poter dare all'Associazione:**

Secondo i dati ESOMAR, negli ultimi anni il mercato delle ricerche in Italia si è ridotto significativamente, oltre ad aver subito importanti modifiche strutturali.

Credo di poter contribuire a far sì che ASSIRM prosegua ed incrementi le iniziative volte ad affermare la centralità delle ricerche di mercato rappresentate dalla nostra Associazione, come elemento strategico per lo sviluppo delle azioni di marketing delle aziende.

Penso di poter dare un contributo in termini di visione a 360 gradi del processo di ricerca, di appartenenza ad una dimensione multinazionale dove ho potuto conoscere quanto sperimentato in altri paesi, oltre alla conoscenza delle dinamiche locali. Inoltre, pensando ad un diverso e più efficace coinvolgimento della controparte aziendale (gli utenti di ricerca in azienda), con l'obiettivo di costruire una salda e duratura relazione di reciproca utilità.

### **3. VALENTINA CALVI PARISETTI – Tns Italia**

#### **Sintetico profilo professionale:**



Ho maturato una lunga esperienza nel settore delle ricerche di mercato, prima in GFK Eurisko e poi in TNS Italia, dove ho avuto modo di conoscere diversi reparti e realtà: lavorando come ricercatrice, Responsabile della Qualità e nell'ambito HR.

Dal 2005 mi occupo a livello manageriale di Risorse Umane: prima come HR Manager in GFK e dal 2010 come HR Director di TNS Italia.

In questi anni mi sono occupata di:

- tutti i processi relativi allo sviluppo del personale: pianificazione e acquisizione del personale (ricerca, selezione e inserimento), gestione e sviluppo del personale (formazione, valutazione, percorsi di carriera, politiche retributive) fino alla dimissione del personale;
- tutte le attività di amministrazione del personale: gli aspetti contrattuali della prestazione lavorativa (orari, permessi, congedi, maternità, pensionamenti); gli adempimenti relativi alla sicurezza su lavoro e gli accertamenti sanitari obbligatori;
- della relazione e negoziazione con gli organi sindacali, con l'unione del Commercio, con le differenti funzioni aziendali (Ricerca, amministrazione, finanza e direzione generale), e con i consulenti esterni in base alla necessità del momento (legale, previdenziale, formazione, ricerca del personale, politiche retributive, outplacement);
- sviluppo di progetti internazionali coordinati a livello globale (Mobility, Gestione dei Talenti, Succession Planning).

#### **Tipo di contributo che pensi di poter dare all'Associazione:**

Grazie alla mia lunga esperienza del mondo HR specifica nell'area delle ricerche di mercato e alla conoscenza del diritto del lavoro italiano posso offrire il mio contributo per ciò che concerne:

- la contrattualistica che caratterizza il nostro settore a 360° (intervistatori, collaboratori, dipendenti, consulenti etc ...);
- la consulenza sulla gestione a livello HR su tematiche organizzative attuali come le riorganizzazioni aziendali, esternalizzazione di servizi, la flessibilità e cambio di mansione.

Penso che il mio profilo possa essere di interesse allo sviluppo delle novità della Job Act calata nella realtà delle ricerche di mercato (come gestire nuove forme contrattuali, quali le modalità per interrompere i contratti di lavoro, quale la contrattualistica per neo assunti ecc.).

#### **4. LUCIANA DONNARUMMA – Adacta**

##### **Sintetico profilo professionale:**



Più di 25 anni di lavoro nel marketing e nelle ricerche di mercato. Laurea con lode in Economia e Commercio (1984) e specializzazione in Direzione delle Aziende Commerciali (IFOR - Centro Studi sul Commercio dell'Università Bocconi). Dal 1992, dopo un'esperienza nel marketing del largo consumo, Socio Fondatore e attualmente Presidente di Adacta S.p.A. (Associato Assirm dal 2000). Consigliere Assirm per il triennio 2011/2014.

##### **Tipo di contributo che pensi di poter dare all'Associazione:**

Qualora il mio mandato dovesse essere riconfermato, sarà mia intenzione dedicarmi all'approfondimento ed allo studio delle norme e dei codici che regolano la qualità dei servizi offerti dagli Associati Assirm con l'obiettivo di giungere alla redazione di guidelines chiare e concrete, segmentate per singole categorie di specializzazione. Un lavoro che mi piacerebbe svolgere in stretta collaborazione con gli Associati esperti nelle relative aree di competenza. La mia candidatura è inoltre finalizzata alla prosecuzione delle attività che ho progettato, realizzato e seguito nel corso di questo triennio, e che in particolare riguardano la gestione:

- del sito Assirm
- della newsletter dell'Associazione dal titolo: Assirm Informa
- della rubrica "I manager Assirm si raccontano"
- del servizio "My Post" (pubblicazione gratuita sul sito delle news da parte degli Associati)
- della Directory Assirm (realizzata con query per categorie)
- del Servizio "l'Ufficio Stampa è con te"

#### **5. PATRIZIA ELLI – Research Now**

##### **Sintetico profilo professionale:**



Director di Research Now, Italy. Lavoro da 30 anni nel mondo delle ricerche di mercato. Nonostante gli studi (scienze biologiche) siano stati in altra direzione, ho scelto le ricerche di mercato come passione e professione. Ho lavorato presso importanti istituti di ricerche di mercato, italiani e multinazionali, tra cui Burke Infratest (ora TNS), Doxa e Research International. Oggi Patrizia occupa la posizione di Director presso la filiale milanese di

Research Now.

**Tipo di contributo che pensi di poter dare all'Associazione:**

Ho iniziato a lavorare nelle ricerche di mercato facendo l'intervistatrice per Abacus, anche se per poco, codifiche e clean ai tempi "delle schede perforate" in Infratest Burke. Ho fatto per anni la ricercatrice, ma sono stata anche direttore delle operation. Ora vendo panel online, mobile e digital.

Sono stata in aziende piccole, medie e grandi; solo italiane o multinazionali; attive nel mondo della ricerca ma anche in altri ambiti (comunicazione, PR, Media).

Credo di avere quindi una visione a 360° utile per un' Associazione come Assirm, in espansione verso tutto gli attori del mondo delle ricerche di mercato.

**6. ANDREA GIOVENALI – Nextplora**

**Sintetico profilo professionale:**



Amministratore Delegato e fondatore di Nextplora, istituto specializzato in metodologie e mercati digitali. Precedentemente manager di multinazionali di pubblicità specializzato nel media buying e planning. Laureato in Scienze di Comunicazione.

**Tipo di contributo che pensi di poter dare all'Associazione:**

Sono membro dell'attuale Consiglio Direttivo e intendo propormi per continuare l'importante lavoro di valorizzazione e sviluppo dell'Associazione già avviato con la presidenza Ripamonti. Il mio apporto è rivolto a predisporre sempre di più l'Associazione ad accogliere il cambiamento irreversibile che interessa il nostro settore con l'avvento delle tecnologie, delle nuove metodologie e processi di produzione, e fare in modo che queste nuove definizioni della ricerca di mercato siano accompagnati da standard di qualità adeguati, rispetto delle regole di concorrenza, ma portatori di un arricchimento del valore della ricerca di mercato rispetto ai clienti.

**7. SERGIO LIBERATORE – IMS Health**

**Sintetico profilo professionale:**



Dal 2008 ad oggi Amministratore Delegato di IMS Health Italia.

In precedenza:

Amministratore Delegato di Schering SpA e di Bayer Schering Ltd

VP Global Marketing Bristol-Myers Squibb

Direttore Generale Bristol-Myers Squibb SpA

Direttore Medico e Regulatory Bristol-Myers Squibb SpA

Specializzazione in Medicina Interna

Laurea in Medicina e Chirurgia

**Tipo di contributo che pensi di poter dare all'Associazione:**

Siamo nell'epoca dei "big data", grandi quantità di dati che, se usati in modo corretto e supportati da strumenti tecnologici avanzati, sono oggi in grado di guidare le scelte strategiche delle aziende. Come General Manager di una azienda leader a livello mondiale nella Market Intelligence per l'industria farmaceutica, ritengo di poter dare un valido contributo ad Assirm nell'intercettare l'evoluzione del mercato proponendo soluzioni innovative in cui i dati di ricerca siano valorizzati in quanto parte di soluzioni di business intelligence integrate. In questo senso IMS Health rappresenta da tempo un osservatorio unico e privilegiato e ritengo sia un prezioso interlocutore per un'Associazione prestigiosa come Assirm.

**8. SACHA MONOTTI GRAZIADEI - Blogmeter - Me-Source**

**Sintetico profilo professionale:**



Dopo aver lavorato diversi anni come consulente aziendale presso la Ernst & Young Consultants (ora Capgemini) e come global marketing manager della divisione TV Audience Analysis Software di AGB Nielsen Media Research (ora Nielsen company), nel 2007 ho fondato Blogmeter, società specializzata nel fornire soluzioni di Social Intelligence, leader in Italia.

Dal 2009 sono docente all'Executive Master in Social Media Marketing e Web Communication organizzato a Milano dall'Università IULM, dove insegno "Tecniche di Social Media Analysis" e "Monitoraggio e Analisi della Reputazione Online". Sono co-autore di diverse pubblicazioni tra le quali: "Manuale di Social Media Marketing" (Hoepli, 2011) e "L'azienda centrata sull'ascolto del cliente" - a cura di Valerio Pancaldi (Ed. Franco Angeli, 2013).

**Tipo di contributo che pensi di poter dare all'Associazione:**

Vorrei contribuire alla crescita e allo sviluppo di Assirm portando in dote oltre 18 anni di esperienza nell'ideazione, progettazione e promozione di progetti innovativi nel settore delle ricerche media e digitali. In particolare credo di poter fornire un contributo efficace nei seguenti ambiti:

- il marketing e la promozione di Assirm sul mercato italiano mettendo a frutto il lavoro fatto per promuovere Blogmeter in Italia negli ultimi 7 anni
- il rafforzamento delle relazioni con le Associazioni Internazionali (vedi ESOMAR) sfruttando l'esperienza maturata in Nielsen.