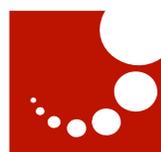


A. Claudio Bosio



ASSIRM

RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

CENTRO STUDI E FORMAZIONE

***PER UNA NUOVA "ROAD MAP" DELLE
RICERCHE DI MERCATO***

**Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano
27 Aprile 2010**



ASSIRM

RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

BACKGROUND

- ❑ Superate le difficoltà generate dalla **recente crisi dei mercati finanziari** (settembre 2008) altri e più **profondi cambiamenti** impatteranno sul mondo delle imprese produttive di beni e di servizi.
- ❑ Ciò avrà **significative ripercussioni sulla attività di ricerca sociale e di mercato**. Non pochi prefigurano un **vero e proprio cambiamento di paradigma**.
- ❑ **Ripensare e riprogettare il futuro della ricerca sociale e di mercato** significa accettare la sfida di generare **nuovi e più efficaci forme di indagine e di intervento**.



PER UNA NUOVA ROAD MAP DELLA RICERCA DI MERCATO

Il **Centro Studi e Formazione ASSIRM** promuove un ciclo di **workshop-cantieri** per:

- ✓ favorire un confronto sul tema
- ✓ e generare fra gli addetti ai lavori (istituti di ricerca, esperti del marketing e della comunicazione, professionisti e ricercatori universitari, imprese profit e non profit ...) **una visione comune e condivisa – una nuova road map – sul futuro prossimo che attende la ricerca sociale e di mercato.**

Quali domande dagli stakeholders della ricerca sociale e di consumo?

Quali risposte-proiezioni da parte dei ricercatori sociali e di mercato?

IL PROGRAMMA

- ❑ Quattro incontri/ workshop realizzati in collaborazione con Micro&MacroMarketing; S.I.M. e Master in Metodi Qualitativi



- ❑ ... finalizzati a fare il punto su:



LE DOMANDE DEL CONSUMATORE E LE PROSPETTIVE DEI CONSUMI

Workshop 27 Aprile (14.30 - 17.30)

SALUTO DI APERTURA

Silvestre Bertolini, Presidente Assirm

CHAIR E CONCLUSIONI

A. Claudio Bosio, Direttore Centro Studi Assirm

INTERVENGONO ALLA TAVOLA ROTONDA

Francesco Franceschini (SymphonyIRI Group) - *L'andamento del mercato alimentare*

Andrea Corazzon (The Nielsen Company) - *Il mercato dei prodotti per la cura della persona e della casa*

Paolo Zani (GfK Eurisko Panel Services) - *Il comportamento di consumo delle famiglie italiane*

Fabio Savelli (Sita Ricerca) - *Il mercato dell'abbigliamento e delle calzature,*

Bruno Sfogliarini (IMS Health) - *Il mercato della salute*

Antonio Besana (GfK Retail and Technology) - *Tecnologia e Consumi*