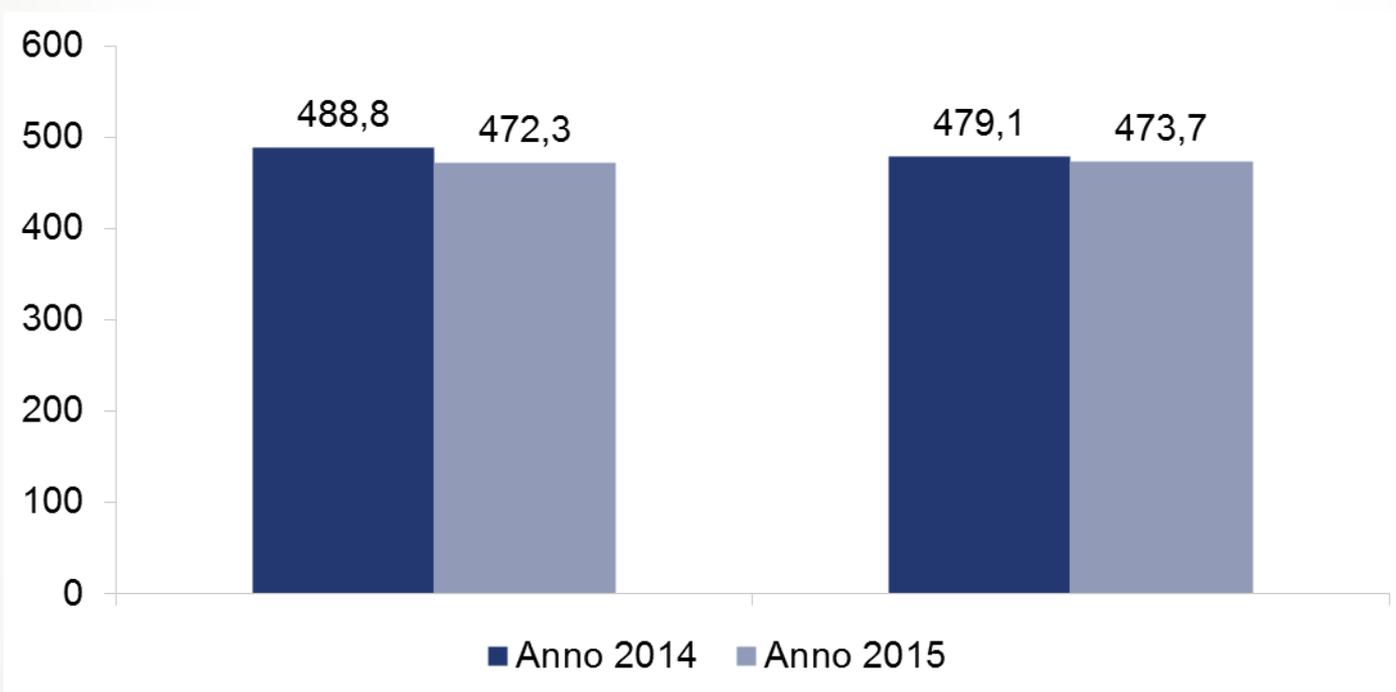


# **STATISTICHE ASSIRM ANNO 2015**

## **Base dati relativa a 45 Aziende Associate**

## Associati Assirm. Confronto fatturato 2014-2015

	Anno 2014	Anno 2015	Variazione %
<b>Fatturato</b>	488.8	472.3	-3.4%
<b>Acquisizioni</b>	479.1	473.7	-1.1%



Base: 45 Associati Assirm (Panel + Ad hoc) - Valori in milioni di euro

## Acquisito Associati Assirm per Metodologia. Confronto per Metodologia 2014-2015

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>Variazione % 2015/2014</b>
Ricerche Continuative su panel	232.0	236.4	1.9%
Ricerche Quantitative Ad Hoc	174.2	163.0	-6.4%
Ricerche Qualitative Ad Hoc	38.5	38.6	0.3%
Desk Research	2.6	3.5	34.6%
Mystery Shopping	6.0	8.0	33.3%
Altri servizi (elaborazioni, consulenza, formazione, altro)	25.8	24.2	-6.2%
<b>Totale</b>	<b>479.1</b>	<b>473.7</b>	<b>-1.1%</b>

Base: 45 Associati Assirm - Valori in milioni di euro

## Acquisito Associati Assirm per tipologia di Panel. Confronto per tipologia Panel 2014-2015

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>Variazione % 2015/2014</b>
Ricerche su panel famiglie/consumatori	20.5	19.5	-4.9%
Ricerche su panel retailers (retail audit, include tutte le categorie di vendita al dettaglio, non all'ingrosso)	134.9	137.5	1.9%
Ricerche su altri panel (include tutti i tipi di panel, grossisti inclusi, che non possono essere codificati alle voci precedenti)	76.6	79.4	3.7%
<b>Totale</b>	<b>232.0</b>	<b>236.4</b>	<b>1.9%</b>

Base: 45 Istituti Assirm - Valori in milioni di euro

## Acquisito Associati Assirm: Ricerche Quantitative Ad Hoc. Confronto Quantitative Ad Hoc 2014-2015

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>Variazione % 2015/2014</b>
Sondaggi elettorali e d'opinione	3.3	2.9	-12.1%
Indagini continuative	59.7	45.8	-23.3%
Indagini Omnibus	2.6	1.9	-26.9%
Prodotti Standard	36.2	42.8	18.2%
Altre ricerche ad hoc	72.4	69.6	-3.9%
<b>Totale</b>	<b>174.2</b>	<b>163.0</b>	<b>-6.4%</b>

Base: 45 Associati Assirm - Valori in milioni di euro

## Acquisito Associati Assirm: Ricerche Quantitative Ad Hoc. Confronto Metodi di Rilevazione Quantitativa 2014-2015

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>Variazione % 2015/2014</b>
Telefoniche CATI	49.8	44.5	-10.6%
Personali carta e penna	15.8	10.0	-36.7%
Personale CAPI	49.1	47.9	-2.4%
Autocompilato postale	2.2	2.4	9.1%
On line (CAWI e altri metodi)	51.5	51.8	0.6%
Altri metodi quantitativi	5.8	6.4	10.3%
<b>Totale</b>	<b>174.2</b>	<b>163.0</b>	<b>-6.4%</b>

Base: 45 Associati Assirm - Valori in milioni di euro

## Acquisito Associati Assirm: Ricerche Qualitative Ad Hoc. Confronto Metodi di Rilevazione Qualitativa 2014-2015

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>Variazione % 2015/2014</b>
Motivazionali/individuali in profondità	9.4	9.0	-4.3%
Focus groups	23.2	21.0	-9.5%
Focus e individuali on line	2.5	3.4	36.0%
Altri metodi qualitativi	3.4	5.2	52.9%
<b>Totale</b>	<b>38.5</b>	<b>38.6</b>	<b>0.3%</b>

Base: 45 Associati Assirm - Valori in milioni di euro

## Fatturato Associati Assirm (Panel + Ad Hoc). Confronto per Settori Finali 2014-2015

	2014	2015	Variazione % 2015/2014
Beni di consumo, distribuzione, vendita per corrispondenza	165.8	163.1	-1.6%
Beni durevoli/semidurevoli	58.2	60.5	4.0%
Veicoli	16.6	15.2	-8.4%
Banche, assicurazioni e finanza	24.7	26.3	6.5%
Servizi alla collettività e alle imprese	17.9	19.2	7.3%
Pubblica Amministrazione centrale e periferica	21.7	18.6	-14.3%
Farmaceutici, medicali, agricolo, zootecnica	120.0	116.1	-3.3%
Media, libri, dischi, entertainment	34.0	27.2	-20.0%
Informatica, elettronica, TLC, internet	16.9	15.0	-11.2%
Altro settore (include pubblicità)	13.0	11.1	-14.6%
<b>Totale</b>	<b>488.8</b>	<b>472.3</b>	<b>-3.4%</b>

Base: 45 Associati Assirm - Valori in milioni di euro