

Mercoledì

12

Dicembre
2012

Spazio Chiossetto
Via Chiosseto, 20 - Milano
Orario 14.30 - 16.00



LE RICERCHE DI MERCATO COME LEVA PER LO SVILUPPO DELLE IMPRESE E LA CRESCITA ECONOMICA.

Agenda

Le ricerche di mercato come leva per lo sviluppo delle imprese e la crescita economica

- Le ricerche di mercato per l'innovazione e la competitività delle imprese
- Le ricerche di mercato: i risultati economici del 2012
- Imprese, Istituzioni, Servizi:
come vengono utilizzate le ricerche di mercato oggi
- Slim Factor Index e Monitor Attrattività Locale:
due indicatori per lo studio socioeconomico dell'Italia

Le ricerche di mercato per l'innovazione e la competitività delle imprese

Maurizio Pessato
Vice Presidente Assirm

12 Dicembre 2012
Spazio Chiossetto



**LE RICERCHE DI MERCATO COME LEVA
PER LO SVILUPPO DELLE IMPRESE E LA
CRESCITA ECONOMICA.**

La ricerca e lo sviluppo delle imprese

ASSIRM mette in luce quattro aree in cui è possibile verificare lo stato del nostro lavoro e della nostra iniziativa in relazione alle potenzialità dello sviluppo italiano: dal ruolo delle ricerche di mercato, all'andamento del nostro settore in Italia e nel mondo, alla composizione della domanda, agli indicatori economici. La retta interpolante delle diverse tematiche proposte è costituita dalla funzione di conoscenza e approfondimento svolta dalle ricerche di mercato e di opinione finalizzata al miglioramento della performance delle imprese.

1. Le ricerche di mercato e di opinione sono indispensabili per l'innovazione e la competitività delle imprese. Un rilancio dello sviluppo italiano poggia anche, e non poco, su una riacquistata capacità del sistema-paese di crescere nel campo della conoscenza.
2. Il nostro settore, con il suo andamento, lancia alcuni segnali positivi. Il confronto sul piano internazionale.
3. Il mercato delle ricerche rappresenta molteplici esigenze: dalle imprese nei diversi settori, ai servizi, al credito e alle assicurazioni, alla Pubblica Amministrazione. Nel corso degli anni mutano leggermente sia la composizione che l'intensità di chi utilizza le ricerche.
4. ASSIRM partecipa anche come associazione allo sforzo per affermare **la funzione della ricerca come leva per lo sviluppo delle imprese**; conseguentemente sta predisponendo una serie di indicatori relativi al mondo degli attori socioeconomici. Il Lean Factor Index e il Monitor dell'Attrattività Locale (LAM – *Local Attractivity Monitor*).

La ricerca e lo sviluppo delle imprese

Le ricerche di mercato e di opinione sono indispensabili per l'innovazione e la competitività delle imprese.

L'utilizzo delle ricerche di mercato e di opinione sta aumentando, in Italia e nel mondo, e, vedremo in seguito i dati congiunturali, acquista un peso crescente nella valutazione delle imprese e dei servizi.

Si afferma sempre più la consapevolezza che la ricerca di base e la ricerca applicata sono, per le imprese, attraverso l'innovazione di prodotto e l'ascolto dell'acquirente, alla base di qualità e competitività.

I segnali di questa tendenza giungono da diversi organismi internazionali e dalle affermazioni di molti paesi; vi sono, però, ancora delle sottovalutazioni a riconoscere appieno l'indispensabile funzione della ricerca.

ASSIRM sta lavorando proprio per la valorizzazione di questo strumento che è alla base delle possibilità di sviluppo delle imprese italiane e dello stesso sistema Italia.

La ricerca e lo sviluppo delle imprese

L'Unione europea sta compiendo uno sforzo notevole per finanziare i programmi di ampliamento della ricerca. La Commissaria per la Ricerca, l'innovazione e la scienza, ha dichiarato:

“La conoscenza è la linfa della competitività europea, quindi l'aumento degli investimenti in R&S da parte delle imprese dell'UE rappresenta una chiamata alle armi nella nostra battaglia per la crescita e l'occupazione”.

Il programma quadro di ricerca e innovazione **Orizzonte 2020** (2014-2020) contribuisce a costruire un'economia basata sulla conoscenza e sull'innovazione in tutta l'Unione europea mediante finanziamenti supplementari sufficienti per la ricerca, lo sviluppo e l'innovazione (80 miliardi di EURO, rispetto ai 55 miliardi di EURO dell'attuale programma quadro. Tale obiettivo di natura generale è perseguito per mezzo di **tre priorità** che si rafforzano reciprocamente:

1. generare una scienza di alto livello finalizzata a rafforzare l'eccellenza scientifica dell'UE a livello internazionale;
2. promuovere la leadership industriale mirata a sostenere l'attività economica, comprese le PMI;
3. innovare per affrontare le sfide sociali, in modo da rispondere direttamente alle priorità identificate nella strategia Europa 2020 per mezzo di attività ausiliari che coprono l'intero spettro delle iniziative, dalla ricerca al mercato.

I terreni della sfida

Le imprese e il settore pubblico devono affrontare numerose sfide se intendono lavorare per un effettivo rilancio delle loro prospettive e di quelle del paese. **ASSIRM** individua 9 terreni, e non sono esaustivi, sui quali la necessità di conoscenza, di ricerca di mercato e di opinione in coerenza con gli obiettivi dell'Orizzonte 2020, è un passaggio-chiave:

1. La popolazione cambia: passaggi generazionali, composizione dei residenti, articolazione sociale e familiare
2. L'uso, il costo e l'approvvigionamento dell'energia
3. L'attitudine alla riutilizzazione e alla sostenibilità
4. Il livello, l'intensità e la qualità dell'istruzione
5. Il "tempo reale" come termine assoluto, reggitore delle scelte
6. Il nuovo equilibrio tra comunità e individuo
7. il "long effect" del web
8. I gruppi: locali, planetari, reali, virtuali
9. La nuova dislocazione del potere di acquisto

Le ricerche di mercato: i risultati economici del 2012

Indagine congiunturale Assirm

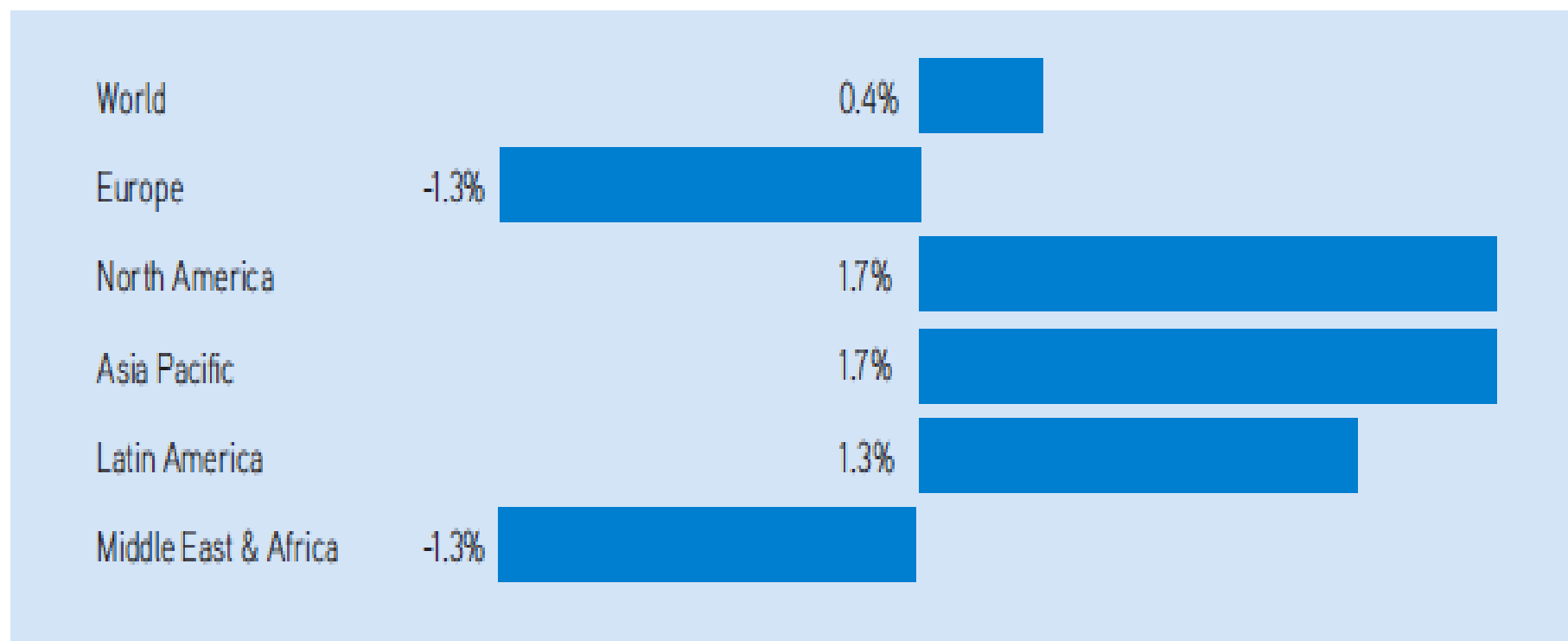


**LE RICERCHE DI MERCATO COME LEVA
PER LO SVILUPPO DELLE IMPRESE E LA
CRESCITA ECONOMICA.**

Cecilia Gobbi
Direttore Generale

12 Dicembre 2012
Spazio Chiossetto

NET GROWTH RATES 2011 (adjusted for inflation)



Exchange rate fluctuations eliminated. IMF inflation rates used to determine growth.

Improvements in methodology have led to revisions to 2010 data in order to overcome double-counting of international turnover (this means turnover for 2010 is adjusted to US\$ 31.3 billion); however, growth rates for 2009/2010 have not been adjusted to maintain trend data.

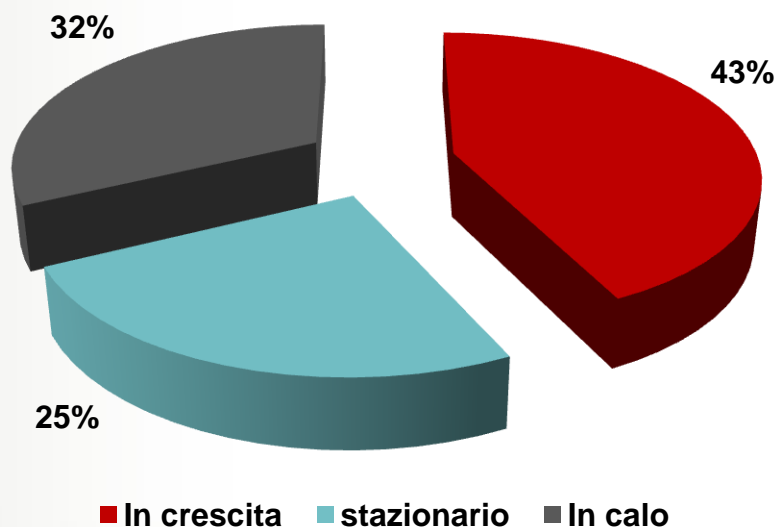
Indagine congiunturale Assirm

L'indagine congiunturale avviata a fine giugno 2012 da Assirm evidenziava, per i primi 5 mesi dell'anno, un andamento medio in crescita del 3,4% che a fine anno risulta drasticamente ridimensionato. Permane un andamento in crescita per poco più del 40% degli istituti, anche se in percentuale inferiore rispetto ai primi 5 mesi dell'anno, mentre diminuisce quello degli istituti ad andamento stabile e aumenta di oltre il 50% quello degli istituti che hanno registrato una flessione dell'acquisito (ancorchè complessivamente dimezzata in percentuale).

Alla prima rilevazione hanno partecipato 25 istituti associati, alla seconda 28 istituti.

Istituti Associati Assirm

Andamento dell'acquisito nel 2012



Nell'anno in corso l'acquisito complessivo del campione di istituti osservato è rimasto sostanzialmente invariato rispetto a quello del 2011 registrando un incremento marginale dello 0,7% .

All'interno del dato complessivo si rilevano andamenti nettamente diversi: per il 43% degli istituti le acquisizioni sono effettivamente cresciute (ad un tasso medio del 4,9%), mentre per un altro 25% sono rimaste sostanzialmente stabili e per il 32% hanno subito una flessione (mediamente del 10%).

Fonte: Assirm. Dati basati su 28 Istituti Associati

Indagine congiunturale Assirm

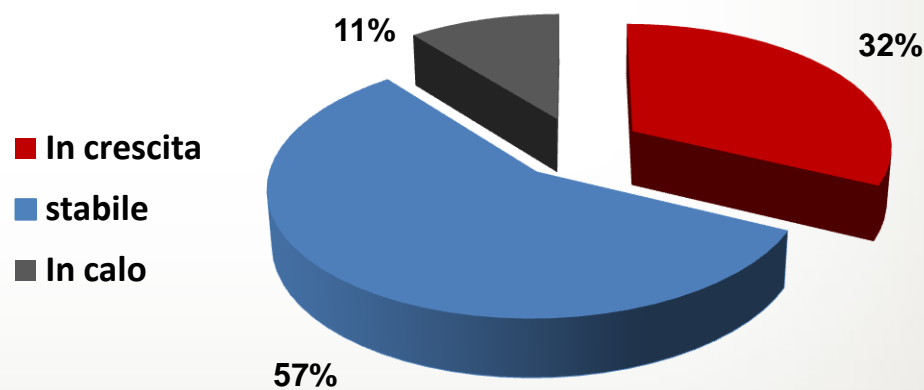
Le previsioni per il 2013 subiscono modeste variazioni rispetto alla precedente rilevazione: domina, con un leggero aumento, l'attesa di un andamento stabile, diminuisce di qualche punto percentuale quella di una crescita delle acquisizioni mentre permane per un 11% la visione pessimistica di un'ulteriore flessione.

L'andamento previsto per i prossimi 12 mesi

La maggioranza (57%) del campione prevede che l'andamento del business sarà sostanzialmente piatto nei prossimi 12 mesi; a fronte di questi il 32% si aspetta una crescita e l'11% una flessione. Da notare che tra gli istituti che hanno visto crescere le proprie acquisizioni nel corso dell'anno (43%), la maggioranza (67%) confida in un ulteriore incremento del volume d'affari nel 2013, mentre una minoranza (33%) si aspetta un andamento sostanzialmente stabile.

Per contro, tra gli istituti con acquisizioni stabili nel 2012 rispetto al 2011 e quelli con acquisizioni in calo (complessivamente il 57% del campione), prevale in larga maggioranza l'attesa di un andamento stabile per il 2013 senza prospettive di incremento del business.

Stima dell'andamento nei prossimi 12 mesi



Fonte: Assirm. Dati basati su 28 Istituti Associati

Imprese, Istituzioni, Servizi: come vengono utilizzate le ricerche di mercato oggi

Maurizio Pessato
Vice Presidente Assirm

12 Dicembre 2012
Spazio Chiossetto



Spazio Chiossetto
Via Chiossetto, 20 - Milano
Orario 14.30 - 16.00



**LE RICERCHE DI MERCATO COME LEVA
PER LO SVILUPPO DELLE IMPRESE E LA
CRESCITA ECONOMICA.**

Istituti Assirm (Panel + Ad Hoc) e totale internazionale per settori finali 2011

| Settori finali | Italia | Internazionale |
|--|---------------|-----------------------|
| Settore manifatturiero | 50 | 44 |
| Banche, assicurazioni e finanza | 6 | 5 |
| Settore pubblico | 4 | 9 |
| Media | 8 | 17 |
| Informatica, elettronica, TLC, internet | 5 | 6 |
| Altro settore (include pubblicità) | 27 | 19 |
| Totale | 100 | 100 |

Fonte ASSIRM – ESOMAR – Valori %

Metodologia quantitativa e qualitativa 2011

| Metodologia | Italia | Internazionale |
|-------------------------------------|---------------|-----------------------|
| Ricerche quantitative ad hoc | 82,0 | 81,0 |
| Ricerche qualitative ad hoc | 18,0 | 19,0 |

Fonte ASSIRM – ESOMAR – Valori %

Istituti Assirm e totale internazionale per metodi di rilevazione quantitativa 2011

| Metodo di rilevazione | Italia | Internazionale |
|--------------------------------------|---------------|-----------------------|
| Ricerche quantitative ad hoc | | |
| Telefoniche CATI | 34,0 | 19,0 |
| Personal Paper & Pen | 16,0 | 14,0 |
| Personal CAPI | 25,0 | 21,0 |
| Autocompilato postale | 2,0 | 4,0 |
| On-line (CAWI e altri metodi) | 19,0 | 32,0 |
| Altri metodi quantitativi | 4,0 | 10,0 |
| Totale | 100 | 100 |

Fonte ASSIRM – ESOMAR – Valori %



LE RICERCHE DI MERCATO COME LEVA
PER LO SVILUPPO DELLE IMPRESE E LA
CRESCITA ECONOMICA.

Due indicatori Assirm per descrivere e comprendere l'Italia:

Slim Factor Index Monitor Attrattività Locale

A cura di
Alessandro Amadori e
Paola Simonetta

Indicatore di competitività complessiva del sistema Italia:

Slim Factor Index (SFI)



La composizione dell'indicatore

I fattori utilizzati come variabili elementari per la costruzione dell'indice sintetico sono i seguenti:

1. Esportazioni totali nazionali (2005 = 100)
2. Rapporto esportazioni/importazioni totali nazionali (2005 = 100)
3. Arrivi totali negli esercizi alberghieri e complementari (base mobile)
4. Permanenze negli esercizi alberghieri e complementari (base mobile)
5. Differenza tra imprese attive e imprese cessate (2005 = 100)
6. PIL e sua variazione (base mobile)
7. Indice della produzione industriale escluse le costruzioni (2005 = 100)
8. Indice della produzione industriale nelle costruzioni (2005 = 100)
9. Indice del fatturato dei prodotti industriali(2005 = 100)
10. Fiducia dei consumatori rilevata dall'Istat (2005 = 100)



La costruzione dello SFI

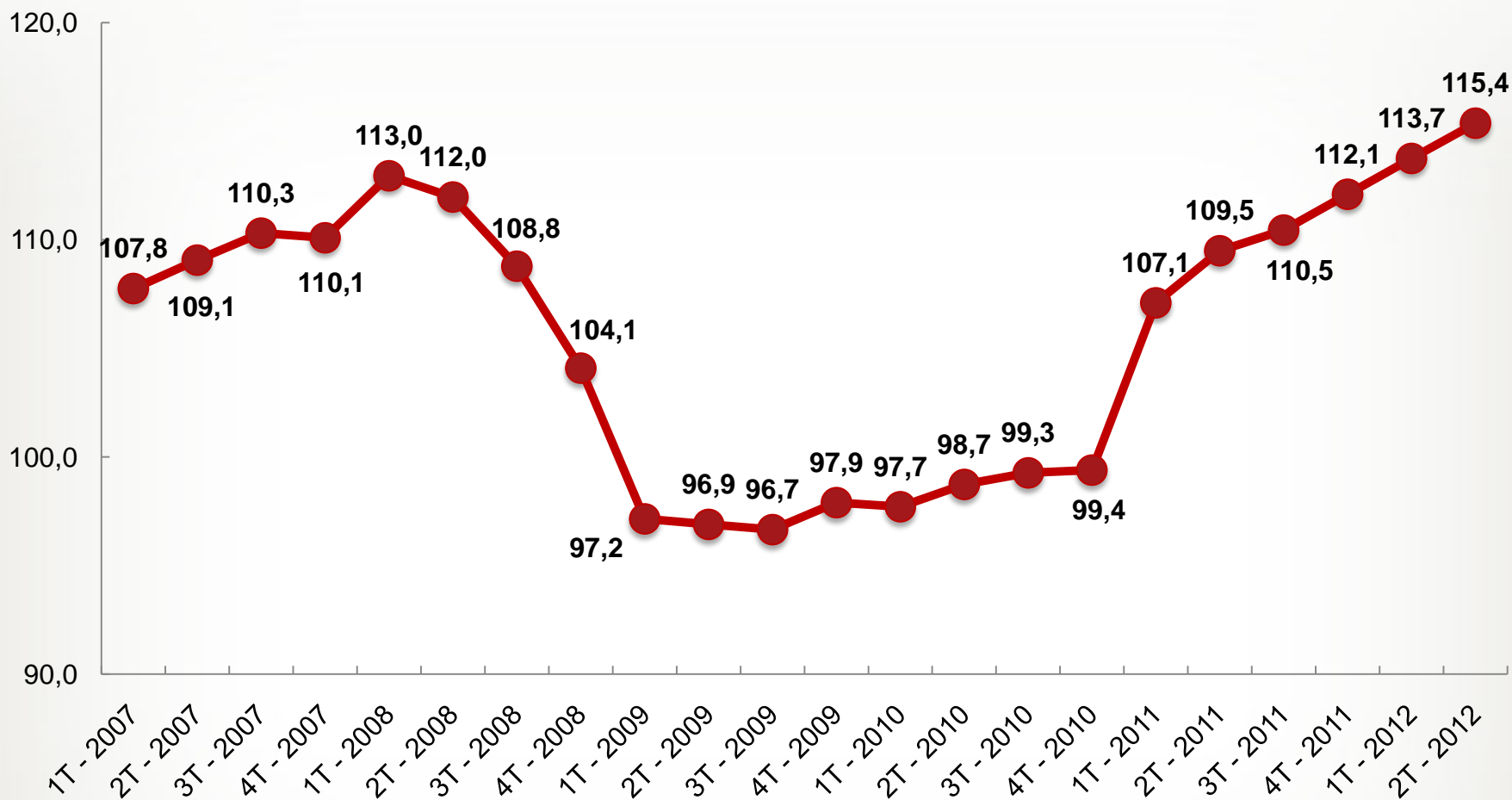


Lo SFI è una misura sintetica della competitività nazionale, che tiene conto - come abbiamo visto - di diversi aspetti riconducibili a tre grandi aree (esportazioni e rapporto export/import, mercato interno e ricettività). Le fasi operative che hanno portato alla costruzione dell'indice in questione sono le seguenti:

- desk research relativa agli indicatori adoperabili per la descrizione del macro-fenomeno in questione;
- formulazione di indici semplici con base fissa posta al 2005 (salvo tre casi, per i quali si è adottata la base mobile);
- elaborazione dell'indicatore sintetico componendo fra loro gli indici semplici, in versione prima «grezza» poi «ponderata».



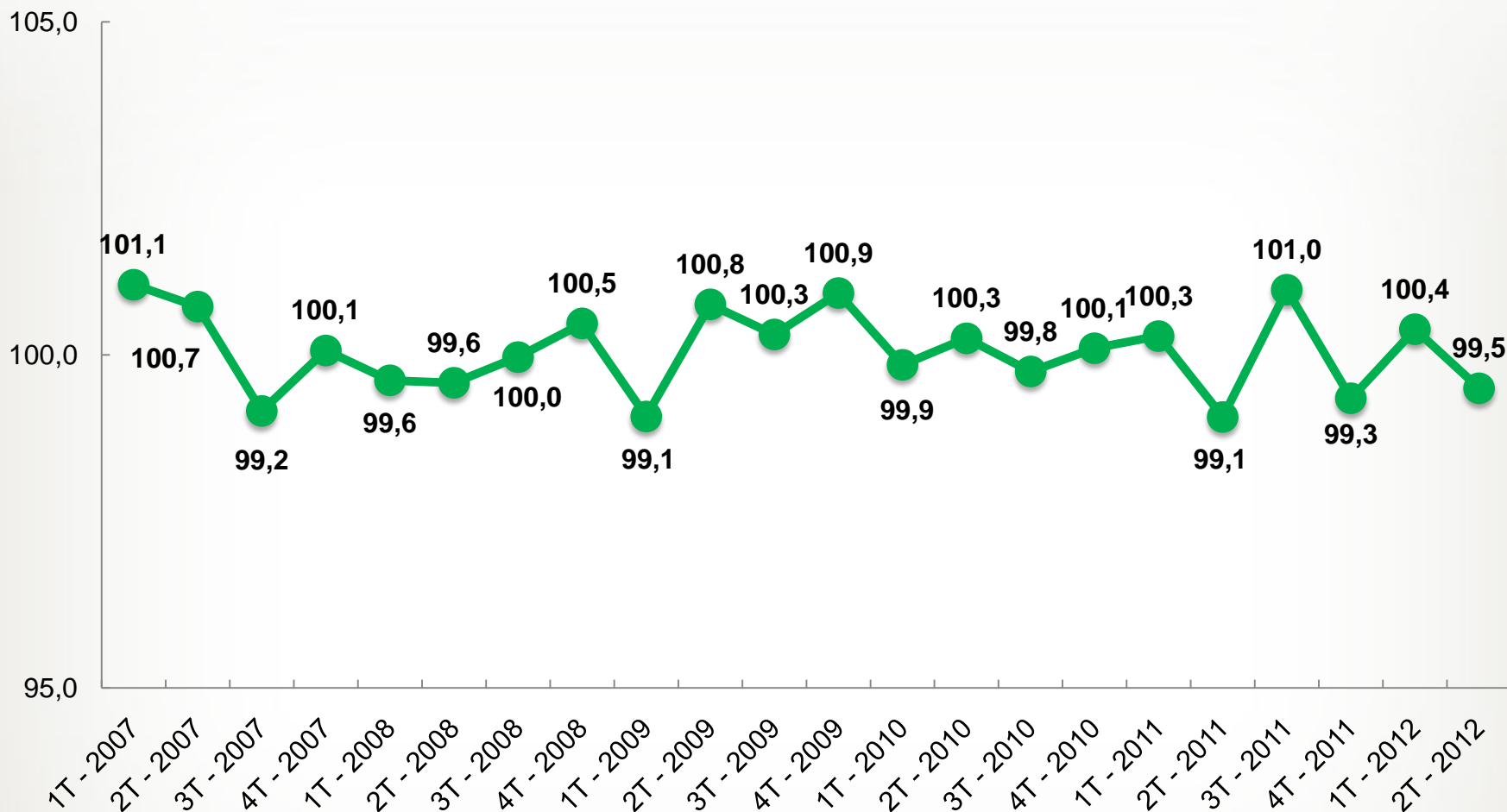
EXPORT E RAPPORTO EXPORT/IMPORT



L'andamento delle **esportazioni** mostra come la competitività dell'Italia sia andata salendo dal 2007 al 2008, per poi cominciare a scendere subito dopo il primo trimestre di quell'anno. È dal 2011 che le esportazioni hanno ricominciato a salire, portandoci a oggi a un livello lievemente superiore a quello del 2007.



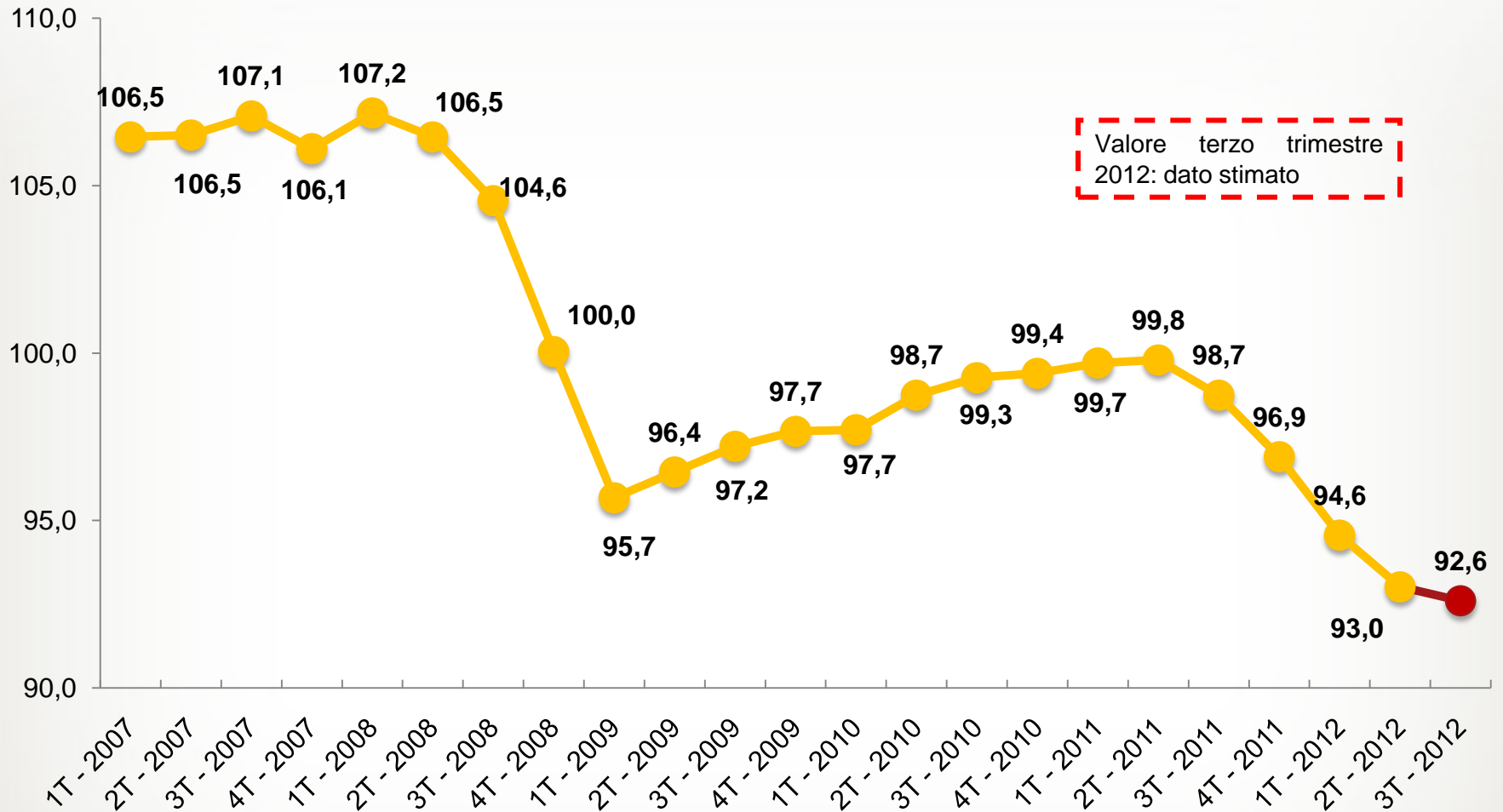
RICEZIONE TURISTICA



L'andamento del comparto **turistico** evidenzia una presoché perfetta stazionarietà. I valori dell'indicatore oscillano quasi casualmente talvolta al di sopra talvolta al di sotto della linea del valore pari a 100. Osservato attraverso l'indicatore, il comparto turistico sembra rappresentare un asset appunto stabile: non perde significativamente competitività, ma neppure ne guadagna.



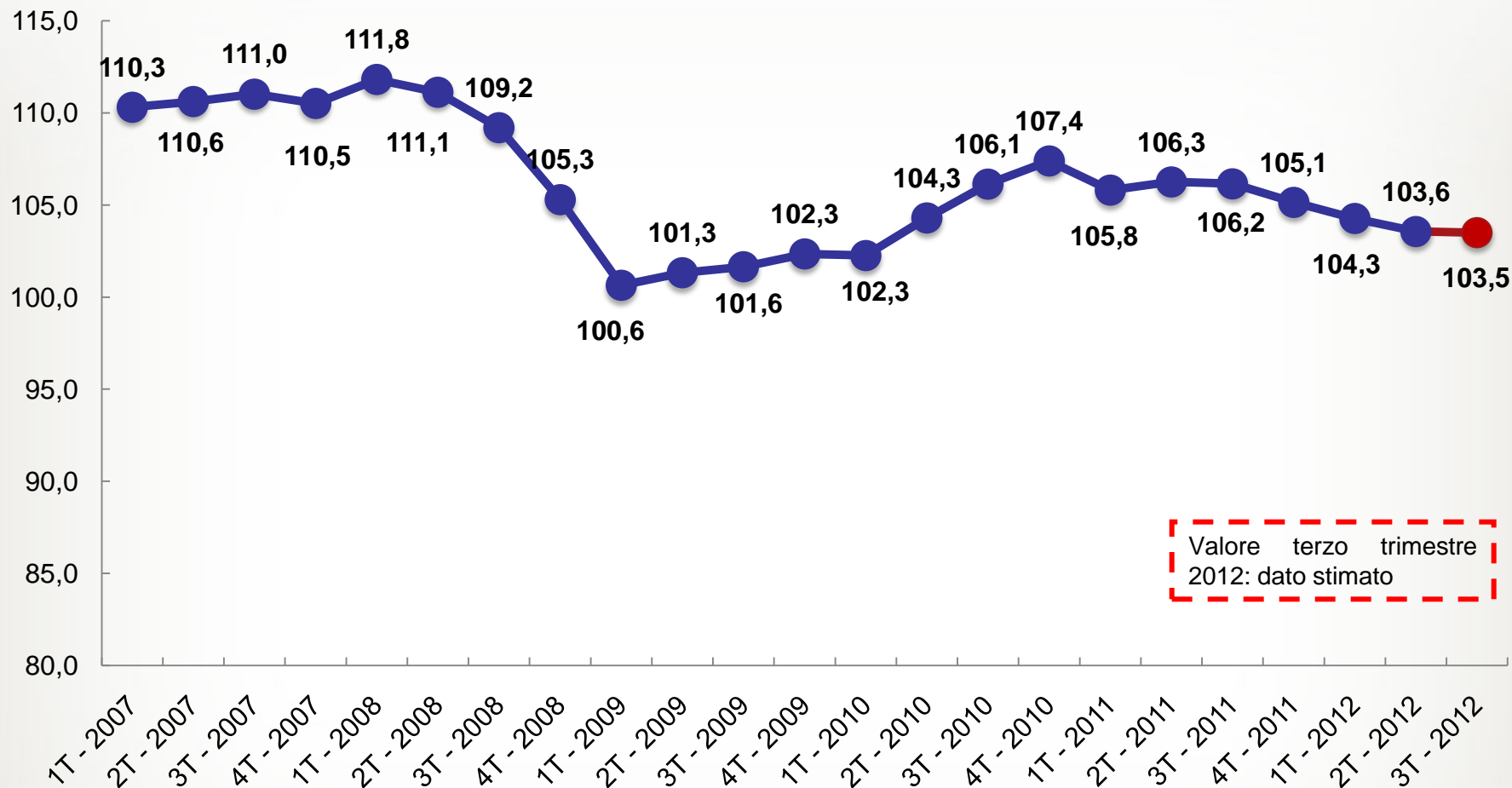
MERCATO INTERNO (con outlook terzo trimestre)



Interessante, e preoccupante, appare l'andamento del **mercato interno**: a un 2007 di stabilità succede un 2008 di forte calo, dal quale non c'è più stata una ripresa consolidata.



Slim Factor Index_p (con outlook terzo trimestre)

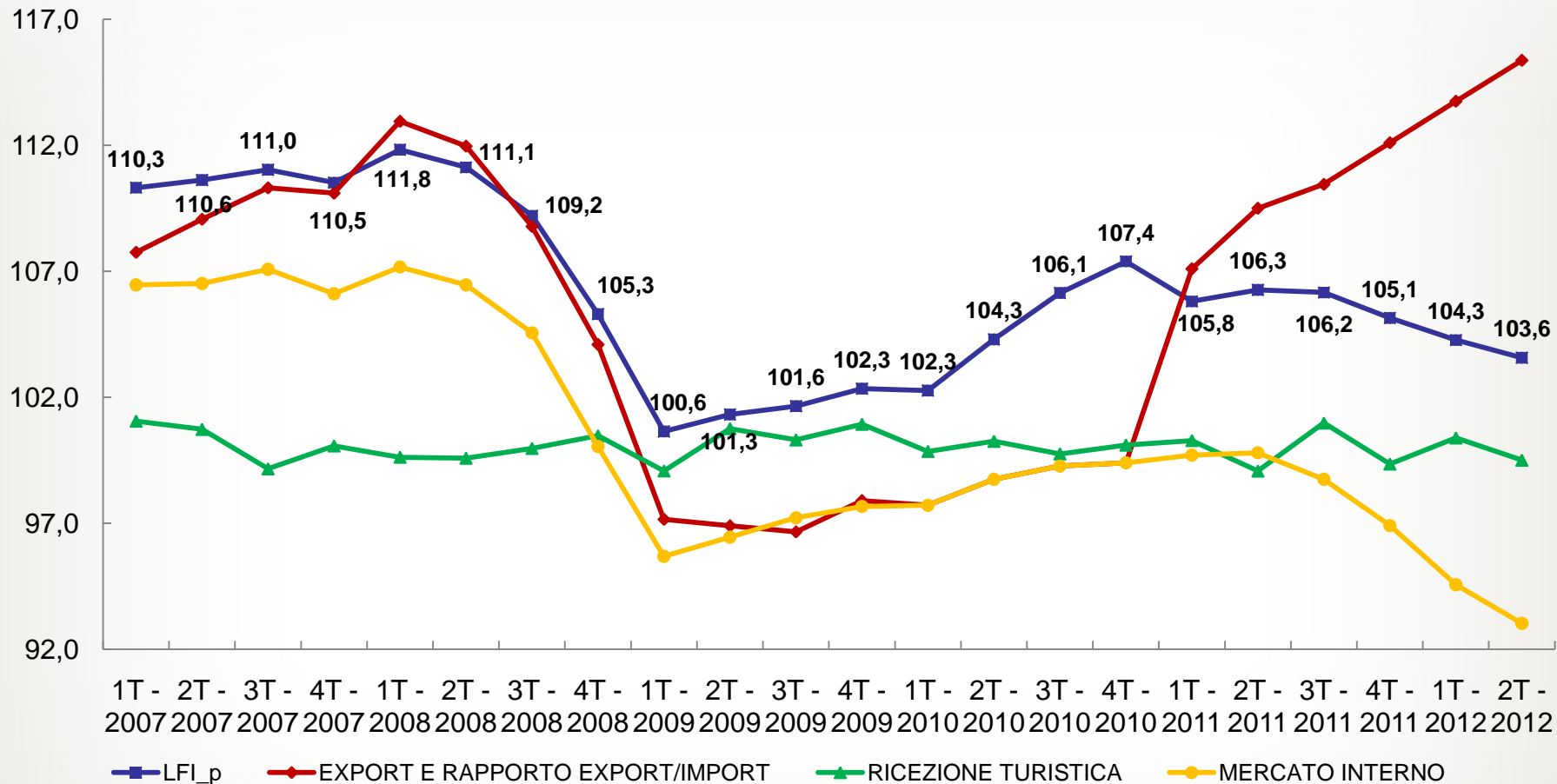


Valore terzo trimestre
2012: dato stimato

Osservando l'andamento dell'indicatore complessivo ponderato, si nota che il 2007 è stato un anno di tendenziale stabilità, il 2008 un anno di forte crisi, il 2009 un anno di lieve ripresa, il 2010 di nuovo un anno di modesta ripresa, il 2011 un anno di stabilità tendente al calo.

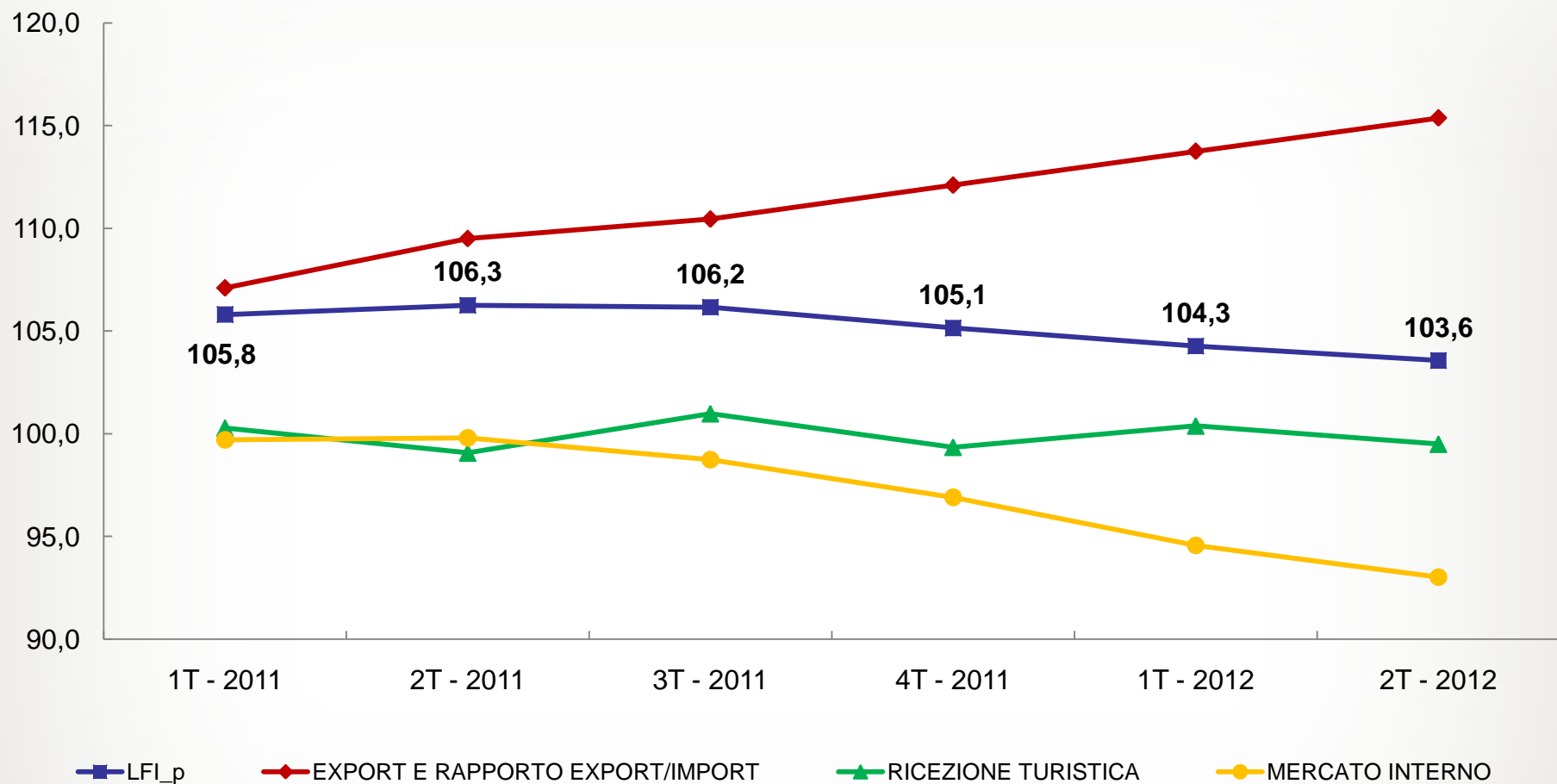


Slim Factor Index e sue componenti





Slim Factor Index e sue componenti



MONITOR ATTRATTIVITA' LOCALE

**Desk research per la misurazione
della competitività di specifiche aree
territoriali**

Il modello sottostante

Lo sviluppo dello strumento ha seguito un preciso percorso metodologico:

- definizione delle caratteristiche oggetto di interesse;
- identificazione delle variabili o mutabili atte a misurare le intensità o frequenze con cui le caratteristiche si manifestano;
- ricerca delle fonti e acquisizione dei corrispondenti dati;
- elaborazione dei dati elementari, costruzione degli indicatori e riflessione su un possibile indice sintetico capace di combinare i vari indicatori (e di consentire così la stesura di una classifica dei comuni in termini di attrattività socio-demografica ed economica).

Il modello concettuale di riferimento, proposto dal Prof. Giancarlo Blangiardo (Università Bicocca), ipotizza che il benessere e il potenziale di sviluppo di un comune trovino adeguata espressione:

- in un reddito sufficiente ed equamente distribuito;
- nella presenza di un capitale umano con un buon livello di scolarità;
- in una popolazione vitale e dinamica (giovane, in crescita e attrattiva rispetto all'esterno);
- in un sistema familiare altrettanto vivace e dinamico;
- in un buon grado di omogeneità socio-culturale.

Le componenti del modello

Gli indicatori e le relative fonti, utilizzati per la messa a punto dello strumento, sono i seguenti (e vanno calcolati su ogni singolo comune oggetto dell'analisi di competitività territoriale).

- Per il reddito: il reddito mediano, il decimo percentile, il novantesimo percentile, il rapporto fra novantesimo e decimo percentile. Fonte: www.finanze.gov.it.
- Per il capitale umano: indice di non conseguimento della scuola dell'obbligo (15-52 anni); indice di possesso del diploma di scuola media superiore (19 anni e più); divario di genere nell'indice di non conseguimento della scuola dell'obbligo (15-52 anni); divario di genere nell'indice di possesso del diploma di scuola media superiore (19 anni e più). Fonte: www.dawinci.istat.it.
- Per la popolazione e le famiglie: numero indice del totale popolazione residente al 1 Gennaio 2011 (base 1.1.2006 = 100); numero indice del totale famiglie residenti al 1 Gennaio 2011 (base 1.1.2006 = 100); età media della popolazione residente al 1.1.2011; indice migratorio della popolazione residente nell'anno 2010. Fonte: www.demo.istat.it.
- I dati relativi al bilancio demografico e alla popolazione residente consentono di definire un indice migratorio (attrazione). Si può infine calcolare l'indice di eterogeneità di Gini relativo alla composizione per provenienza etnico-culturale della popolazione presente in un certo territorio (comune).
- Come si vede, bastano pochi indicatori per dare la rappresentazione sintetica maneggevole ed efficace dell'attrattività di un territorio.

Il «cruscotto» socio-economico

In questo modo, preso un qualsiasi comune italiano, è possibile descriverlo e misurarlo l'attrattività mediante un cruscotto formato da nove indicatori elementari, più il decimo che li compendia in un indicatore sintetico complessivo.

Il cruscotto risulta pertanto così formato:

COMUNE X

Reddito mediano

Divario ricchi/poveri

% obbligo scolastico non conseguito

% possesso diploma

età media popolazione

N. indice variazione popolazione 2006-2010

N. indice variazione famiglie 2006-2010

Indice migratorio (attrazione)

Eterogeneità



Nota. La combinazione degli indicatori elementari in un indice sintetico complessivo può basarsi sul metodo della standardizzazione. In generale, in statistica standardizzare un indice significa ricalcolarlo sottraendogli il valore minimo che può assumere e dividendo il risultato per il campo di variazione (cioè per la differenza tra il valore massimo e il valore minimo che l'indice stesso può assumere).

La validazione del modello

Il primo comune su cui si è applicato il modello è quello di Meina, in provincia di Novara. Nel caso di Meina, il cruscotto risultante è il seguente.

COMUNE DI MEINA

| | |
|--|--------|
| Reddito mediano | 19.069 |
| Divario ricchi/poveri | 5,28 |
| % obbligo scolastico non conseguito | 6,32 |
| % possesso diploma | 34,69 |
| età media popolazione | 45,12 |
| N. indice variazione popolazione 2006-2010 | 105,9 |
| N. indice variazione famiglie 2006-2010 | 109,3 |
| Indice migratorio (attrazione) | 15 |
| Eterogeneità | 0,15 |