

STATISTICHE ASSIRM 2022

Base dati di analisi relativa a 39* Associati Assirm

** Rispondenti che hanno fornito i dati per gli ultimi 4 semestri, quindi elegibili per l'elaborazione.
Le ultime 2 slide, che non prevedono confronti, sono su tutti i 46 rispondenti effettivi.*

PRINCIPALI EVIDENZE SUI DATI 2022

MERCATO – la chiusura anno conferma il trend positivo con un incremento di Acquisito e Fatturato (+4%) anche se più contenuto rispetto al 2021. Sono stati commissionati dall'Estero oltre € 60M di progetti di ricerca (+29%) e circa € 40M su progetti multicountry (+15%), segno di crescente interesse verso il nostro «Sistema Paese» e fiducia verso la nostra industry.

PANEL – si confermano colonna portante della industry. Positivo incremento delle Altre Tipologie (+8,3%), conferma del Retail e della parte Famiglie/Consumatori.

QUANTI – in incremento (+5%) e buon supporto alla crescita totale. Conferma e rafforzamento del CAWI/ ONLINE (€ 83M) e CAPI (€ 32M) contro una leggera flessione del CATI (-2%).

QUALI – dopo la crescita dell'anno scorso si registra una flessione (-4%) generalizzata. Flettono anche le metodologie digitali, oramai una realtà. Significativa ripresa dei Focus Group in presenza (quasi 3M).

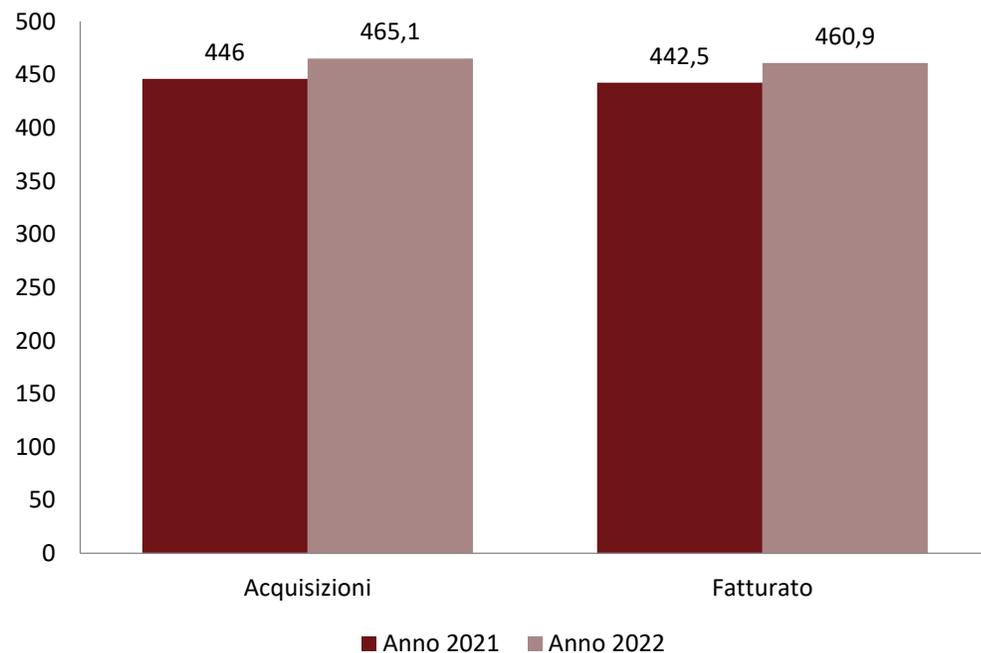
ONLINE – l'insieme di tutte le tipologie di ricerca online continua la propria crescita (circa +6%) arrivando a pesare il 72% del totale acquisito.

SETTORI – Aumento della P.A. (+12%) e ripresa del FMCG (+4,7%), il Farmaceutico conferma il suo «peso» (stabile). In crescita Finance e Durevoli/Semi durevoli, in contrazione Automotive.

SENTIMENT – persiste un certo ottimismo verso la situazione economica del Paese e la ricaduta positiva sulla nostra industry, che si rafforza in una dichiarazione di fiducia verso un momento favorevole per investire sulle proprie aziende (R&D, marketing&comunicazione, formazione).

TABELLA 1 - ACQUISIZIONI E FATTURATO : Confronto 2021 - 2022

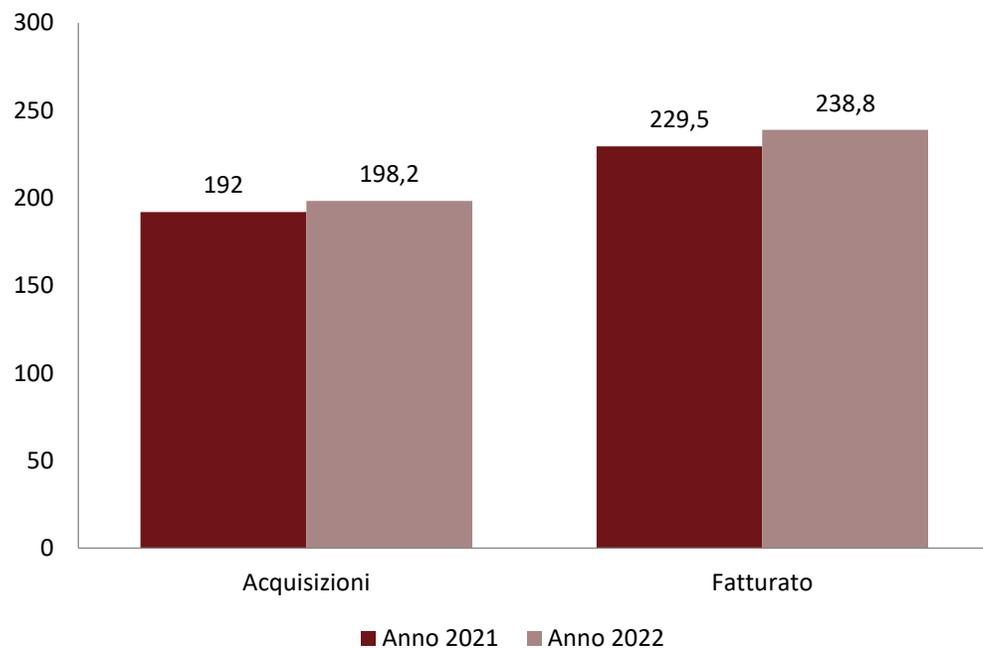
	Anno 2021	Anno 2022	Variazione %
Acquisizioni	446.0	465.1	4.3%
Fatturato	442.5	460.9	4.2%



Base: 39 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 1.1 - ACQUISIZIONI E FATTURATO II SEMESTRE : Confronto 2021 - 2022

	Anno 2021	Anno 2022	Variazione %
Acquisizioni	192,0	198,2	3.2%
Fatturato	229,5	238,8	4.1%



Base: 39 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 2 - PROVENIENZA DELL'ACQUISITO : Confronto 2021 - 2022

	2021	2022	% acquisito 2022/2021
Commissionato in Italia (Italia su Italia)	362.9	362.7	-0.08%
Commissionato in Italia e Multicountry (Italia + altri paesi stranieri)	33.8	39.0	15.3%
Commissionato dall'estero (Estero su Italia)	49.2	63.5	28.9%
TOTALE	446.0	465.1	4.3%

Base: 39 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 3 - PROPRIETÀ DELL'ACQUISITO : Confronto 2021-2022

Fatto 100 le acquisizioni del semestre, come si dividono in percentuale tra:

	2021	2022	% acquisito 2022/2021
Condotto direttamente in Italia	91.6	90.9	-0.77%
Subappaltato in Italia	3.9	4.2	7.6%
Subappaltato all'estero (provider o istituti)	4.5	4.9	9.0%
Totale	100.0	100.0	/

Base: 39 Associati elegibili

Tabella 3s

Fatto 100 il Subappalto in Italia come si divide in percentuale tra:

	2021	2022	% acquisito 2022/2021
A partner in Assirm (field provider, data management, altro)	64.3	62.5	-2.9%
A partner NON Assirm	35.6	37.5	5.2%
Totale	100.0	100.0	/

Base: 39 Associati elegibili

TABELLA 4 - TIPOLOGIA DI RICERCHE : Confronto 2021-2022

	2021	2022	% acquisito 2022/2021
Panel continuativi (12+ mesi, ogni genere)	238.9	248.2	3.7%
Ricerche Quantitative Ad Hoc	149.3	157.4	5.11%
Ricerche Qualitative Ad Hoc	23.5	22.6	-4.0 %
Desk Research / Advisory Service	2.7	2.2	-21.6%
Mystery Visiting / Shopping	4.2	4.5	8.4%
Market DigitalAnalytics	11.2	11.1	- 1.5%
Altre tipologie	16.2	19.2	15.5%
TOTALE	446.0	465.1	4.3%

Base: 39 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 5 - PANEL - TIPOLOGIA DI RICERCHE : Confronto 2021/2022

	2021	2022	% acquisito 2022/2021
Famiglie/Consumatori	38.6	39.1	1.30%
Retail (negozi, supermercati, farmacie)	85.8	85.1	-0.80%
Altre tipologie di panel	114.5	124.0	8.30%
TOTALE	238.9	248.2	3.90%

Base: 39 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 5.1 - PANEL - METODO DI RILEVAZIONE : Confronto 2021 - 2022

	2021	2022	% acquisito 2022/2021
CATI (anche su Mobile)	14.1	11.2	-25.9%
CAPI (a domicilio, sul luogo di lavoro, per strada o in central location, autocompilati inclusi)	1.2	1.2	-0.8%
CAWI/ ONLINE	150.6	155.9	3.4%
Automated Digital/ Electronic/ Online traffic, Audience measurement/ Web analytics	68.0	74.9	9.2%
Altre metodologie	4.9	4.9	-0.95%
TOTALE	238.9	248.2	3.7%

Base: 39 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 6 - QUANTITATIVE AD HOC - TIPOLOGIA DI RICERCHE : Confronto 2021 - 2022

	2021	2022	% acquisito 2022/2021
Ricerche ad Hoc	96.1	100.3	4.1%
Sondaggi elettorali e d'opinione	5.3	6.0	11.3%
Indagini continuative (12+ mesi, tracking studies, monitor)	38.4	40.6	5.4%
Indagini Omnibus	1.9	0.4	
Prodotti Standard "Proprietary multicient"	6.5	10.0	32.3 %
Altre tipologie	1.0	0.4	
TOTALE	149.3	157.4	5.1%

Base: 39 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 6.1 - QUANTITATIVE AD HOC - METODO DI RILEVAZIONE : Confronto 2021 - 2022

	2021	2022	% acquisito 2022/2021
CATI (anche su Mobile)	36.2	35.5	-1.9%
CAPI (a domicilio, sul luogo di lavoro, per strada o in central location, autocompilati inclusi)	30.1	32.1	6.3 %
CAWI/ ONLINE (anche su access panel)	76.1	83.4	8.8%
Altre metodologie	6.9	6.2	11.3%
TOTALE	149.3	157.4	5.1 %

Base: 39 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 7 - QUALITATIVE AD HOC - METODO DI RILEVAZIONE : Confronto 2021 - 2022

	2021	2022	% acquisito 2022/2021
Face to Face colloqui individuali in presenza (motivazionali, interviste in profondità, semistrutturate)	1.4	1.9	25.8%
Focus groups in presenza	1.1	2.8	61.7 %
Focus Group online (sincrono)	7.7	6.6	-17.0%
Face to Face colloqui individuali online (sincrono)	6.1	5.6	-8.0%
Forum online/ Community/ Daily diary/ Blog (asincrono)	4.7	4.5	-4.7%
Altre metodologie (tecniche di osservazione, semiologia, etnografia ...)	2.3	1.2	-93.8%
TOTALE	23.5	22.6	4.0%

Base: 39 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 8 - ONLINE - TIPOLOGIA DI RICERCA : Confronto 2021/2022

	2021	2022	% acquisito 2022/2021
CAWI/ ONLINE (access, continuativi, altri)	226.7	239.4	5.6%
Automated Digital/ Electronic/ Online traffic, Audience measurement/ Web analytics	68.0	75.3	10.7%
Focus Group online (sincrono)	7.7	6.6	-14.6%
Face to Face colloqui individuali online (sincrono)	6.1	5.6	-7.4%
Forum/ Community/ Daily diary/ Blog/ Market place diy (asincrono)	4.7	4.5	-4.5%
TOTALE	313.7	331.9	5.8%

Base: 39 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

Fatturato Associati Assirm: Confronto per settori finali 2021-2022

	Anno 2021	Anno 2022	Variazione % 2022/2021
Beni di consumo, distribuzione, vendita per corrispondenza (include alimentari, bevande alcoliche, tabacco, prodotti di bellezza, prodotti per la casa, distribuzione, vendita per corrispondenza)	67.8	71.1	4.7%
Beni durevoli/semidurevoli (include i beni per la casa, per la persona e l'abbigliamento)	9.8	10.2	3.6%
Veicoli (auto, camion, accessori), petrolio e derivati	10.0	9.2	-9.0%
Banche, assicurazioni e finanza	18.4	20.0	7.6%
Servizi alla collettività e alle imprese: salute, energia, trasporti, industriale, viaggi e turismo, fiere e manifestazioni, sport (include i servizi di pubblica utilità a disposizione di cittadini ed enti, erogati da enti e aziende pubbliche, municipalizzate, private. In particolare i servizi di trasposto, energia, sport, salute, viaggi, fiere e manifestazioni)	58.7	57.1	-2.9%
Pubblica Amministrazione centrale e periferica (include le attività istituzionali della PA centrale e periferica comprese le indagini di tipo politico e sociale, ad esclusione dei servizi diretti a cittadini e ad enti)	62.1	70.9	12.5%
Farmaceutici, medicali	152.8	154.8	1.3%
Agricolo, zootecnico	0.7	1.3	40.7%
Media, libri, dischi, entertainment (include media, stampa, radio, televisione, affissioni, cultura ed intrattenimento)	21.6	22.0	1.7%
Informatica, elettronica, telecomunicazioni e Internet (include i prodotti e i servizi in questo settore)	28.3	29.0	2.6%
Pubblicità	2.4	2.5	2.6%
Altro settore	11.6	13.0	11.5%
Totale	442.5	460.9	4.2%

Base: 39 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

Fatturato Associati Assirm:

Confronto per settori finali 2021-2022 (% di composizione)

	2021 (*)	2022 (**)
Beni di consumo, distribuzione, vendita per corrispondenza (include alimentari, bevande alcoliche, tabacco, prodotti di bellezza, prodotti per la casa, distribuzione, vendita per corrispondenza).	15.3%	15.4%
Beni durevoli/semidurevoli (include i beni per la casa, per la persona e l'abbigliamento).	2.2%	2.2%
Veicoli (auto, camion, accessori), petrolio e derivati.	2.2%	2.0%
Banche, assicurazioni e finanza.	4.1%	4.3%
Servizi alla collettività e alle imprese: salute, energia, trasporti, industriale, viaggi e turismo, fiere e manifestazioni, sport (include i servizi di pubblica utilità a disposizione di cittadini ed enti, erogati da enti e aziende pubbliche, municipalizzate, private. In particolare i servizi di trasposto, energia, sport, salute, viaggi, fiere e manifestazioni).	13.2%	12.4%
Pubblica Amministrazione centrale e periferica (include le attività istituzionali della PA centrale e periferica comprese le indagini di tipo politico e sociale, ad esclusione dei servizi diretti a cittadini e ad enti).	14.0%	15.4%
Farmaceutici, medicali.	3.7%	33.6%
Agricolo, zootecnico.	0.2%	0.3%
Media, libri, dischi, entertainment (include media, stampa, radio, televisione, affissioni, cultura ed intrattenimento).	4.9%	4.8%
Informatica, elettronica, telecomunicazioni e Internet (include i prodotti e i servizi in questo settore)	6.4%	6.3%
Pubblicità	0.5%	0.5%
Altro settore	33.3%	2.8%
Totale	100%	100%

(*) Anno 2021 base 442.5 milioni di euro (**) Anno 2022 base 460.9 milioni di euro

Base: 39 Associati elegibili - Valori in %

Assirm Sentiment Index

Pensando al 2023, ritiene che la situazione economica dell'Italia sarà ...			
Migliore di quella del 2022	Uguale a quella del 2022	Peggiora di quella del 2022	Totale
39.1%	43.5%	17.4 %	100%
Guardando al comparto delle Aziende che fanno ricerca/ erogano servizi per la ricerca in Italia, pensa che il fatturato complessivo di questo settore nel 2023			
Aumenterà rispetto al 2022	Resterà invariato rispetto al 2022	Diminuirà rispetto al 2022	Totale
45.7%	43.5 %	10.9 %	100%
Facendo ora riferimento specifico alla Sua Azienda, ritiene che nel 2023 il fatturato sarà...			
Maggiore di quello del 2022	Uguale a quello del 2022	Minore di quello del 2022	Totale
52.2%	41.3%	6.5%	100%
Sempre pensando alla Sua Azienda, ritiene che nel 2023, il numero di Occupati:			
Aumenterà rispetto al 2022	Resterà invariato rispetto al 2022	Diminuirà rispetto al 2022	Totale
37.0%	54.3%	8.7%	100%

Base: 46 Associati rispondenti

Assirm Sentiment Index

Infine, sempre pensando alla Sua Azienda, ritiene che nel 2023 sia un momento favorevole o sfavorevole per investire in:

	Favorevole	Sfavorevole	Né favorevole né sfavorevole	Totale
Ricerca e Sviluppo	78.3 %	4.3 %	17.4%	100%
Comunicazione e Marketing	73.9%	0.0%	26.1 %	100%
Formazione	67.4%	2.2%	30.4%	100%

Base: 46 Associati rispondenti