

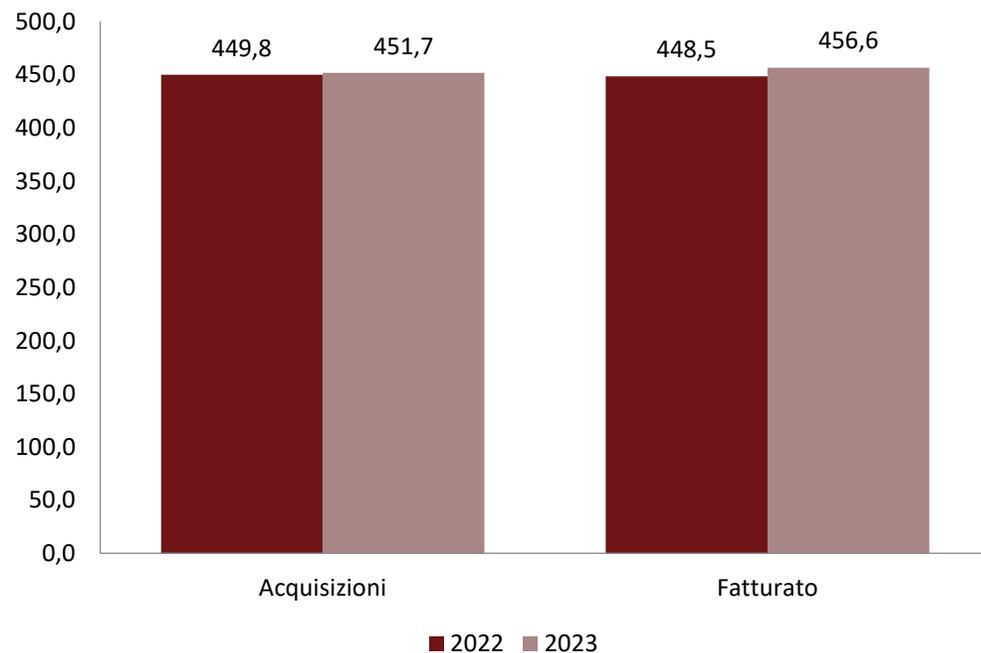
STATISTICHE ASSIRM 2023

Base dati di analisi relativa a 31* 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 44 rispondenti effettivi.*

TABELLA 1 - ACQUISIZIONI E FATTURATO : Confronto 2022 - 2023

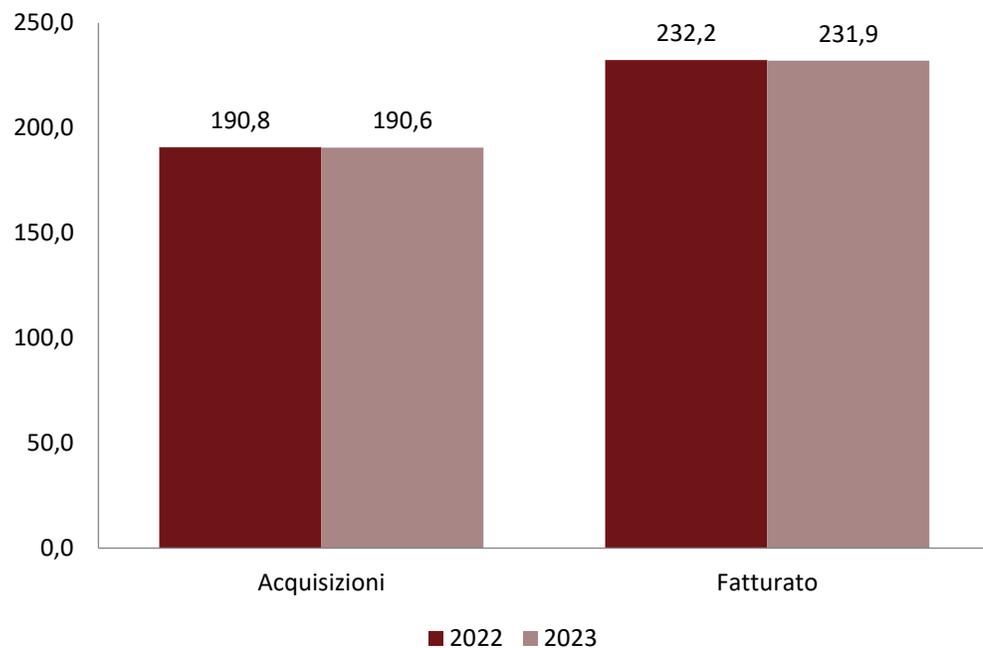
	Anno 2022	Anno 2023	Variazione %
Acquisizioni	449.8	451.7	0.4%
Fatturato	448.5	456.6	1.8%



Base: 31 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 1.1 - ACQUISIZIONI E FATTURATO II SEMESTRE : Confronto 2022 - 2023

	Anno 2022	Anno 2023	Variazione %
Acquisizioni	190,8	190,6	-0.1%
Fatturato	232,2	231,9	-0.1%



Base: 31 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 2 - PROVENIENZA DELL'ACQUISITO : Confronto 2022 - 2023

	2022	2023	% acquisito 2023/2022
Commissionato in Italia (Italia su Italia)	351.1	355.1	1.1%
Commissionato in Italia e Multicountry (Italia + altri paesi stranieri)	38.3	40.8	6.6%
Commissionato dall'estero (Estero su Italia)	60.4	55.8	-7.7%
TOTALE	449.8	451.7	0.4%

Base: 31 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 3 - PROPRIETÀ DELL'ACQUISITO : Confronto 2022-2023

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

	2022	2023	% acquisito 2023/2022
Condotto direttamente in Italia	89.1	89.3	0.2%
Subappaltato in Italia	4.5	4.9	7.8%
Subappaltato all'estero (provider o istituti)	6.3	5.8	-8.2%
Totale	100.0	100.0	/

Base: 31 Associati elegibili

Tabella 3s

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

	2022	2023	% acquisito 2023/2022
A partner in Assirm (field provider, data management, altro)	54.4	71.2	30.9%
A partner NON Assirm	45.6	28.7	-36.9%
Totale	100.0	100.0	/

Base: 31 Associati elegibili

TABELLA 4 - TIPOLOGIA DI RICERCHE : Confronto 2022-2023

	2022	2023	% acquisito 2023/2022
Panel continuativi (12+ mesi, ogni genere)	245.2	253.8	3.5%
Ricerche Quantitative Ad Hoc	149.3	142.2	-4.8%
Ricerche Qualitative Ad Hoc	18.3	18.8	2.7 %
Desk Research / Advisory Service	2.0	3.4	67.2%
Mystery Visiting / Shopping	4,4	4,7	6.1%
Market DigitalAnalytics	11,4	11,9	4.6%
Altre tipologie	19.2	16.9	-11.5%
TOTALE	449.8	451.7	0.4%

Base: 39 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 5 - PANEL - TIPOLOGIA DI RICERCHE : Confronto 2022/2023

	2022	2023	% acquisito 2023/2022
Famiglie/Consumatori	32.4	42.6	31.4%
Retail (negozi, supermercati, farmacie)	140.9	140.6	-0.2%
Altre tipologie di panel	71.9	70.6	-1.8%
TOTALE	245.2	253.8	3.5%

Base: 31 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 6 - QUANTITATIVE AD HOC - TIPOLOGIA DI RICERCHE : Confronto 2022 - 2023

	2022	2023	% acquisito 2023/2022
Ricerche ad Hoc	95.1	90.5	-4.8%
Sondaggi elettorali e d'opinione	5.7	4.9	-14%
Indagini continuative (12+ mesi, tracking studies, monitor)	37.9	35.4	-6.6%
Indagini Omnibus	0.4	0.5	27.7%
Prodotti Standard "Proprietary multicient"	9.7	10.5	8%
Altre tipologie	0.4	0.3	-32.1%
TOTALE	149.3	142.2	-4.8%

Base: 31 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 6.1 - QUANTITATIVE AD HOC - METODO DI RILEVAZIONE : Confronto 2022 - 2023

	2022	2023	% acquisito 2023/2022
CATI (anche su Mobile)	32.7	32.7	0.1%
CAPI (a domicilio, sul luogo di lavoro, per strada o in central location, autocompilati inclusi)	31.2	27.8	-10.9%
CAWI/ ONLINE (anche su access panel)	79	76.2	-3.6%
Altre metodologie	6.4	5.5	-13.5%
TOTALE	149.3	142.2	-4.8%

Base: 31 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 7 - QUALITATIVE AD HOC - METODO DI RILEVAZIONE : Confronto 2022 - 2023

	2022	2023	% acquisito 2023/2022
Face to Face colloqui individuali in presenza (motivazionali, interviste in profondità, semistrutturate)	1.6	1.1	-30.3%
Focus groups in presenza	2.3	3.8	65.7 %
Focus Group online (sincrono)	1.0	1.1	12.7%
Face to Face colloqui individuali online (sincrono)	5.3	5.2	-0.8%
Forum online/ Community/ Daily diary/ Blog (asincrono)	4.0	4.1	2.4%
Altre metodologie (tecniche di osservazione, semiologia, etnografia ...)	4	3.2	-18%
TOTALE	18.3	18.8	2.7 %

Base: 31 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

TABELLA 8 - ONLINE - TIPOLOGIA DI RICERCA : Confronto 2022/2023

	2022	2023	% acquisito 2023/2022
CAWI/ ONLINE (access, continuativi, altri)	235.3	229	-2.7%
Automated Digital/ Electronic/ Online traffic, Audience measurement/ Web analytics	75.5	96	27.1%
Focus Group online (sincrono)	1.0	1.2	12.7%
Face to Face colloqui individuali online (sincrono)	5.3	5.2	-0.8%
Forum/ Community/ Daily diary/ Blog/ Market place diy (asincrono)	4	4.1	2.4%
TOTALE	321.1	335.4	4.5%

Base: 31 Associati elegibili - Valori in milioni di euro

Assirm Sentiment Index

Pensando al 2024, ritiene che la situazione economica dell'Italia sarà ...			
Migliore di quella del 2023	Uguale a quella del 2023	Peggiora di quella del 2023	Totale
34.1%	54.5%	11.4 %	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 2024			
Aumenterà rispetto a quella del 2023	Resterà invariato rispetto a quella del 2023	Diminuirà rispetto a quella 2023	Totale
34.1%	56.8 %	9.1 %	100%
Facendo ora riferimento specifico alla Sua Azienda, ritiene che nel 2024 il fatturato sarà...			
Maggiore di quello del 2023	Uguale a quello del 2023	Minore di quello del 2023	Totale
59.1%	31.8%	9.1%	100%
Sempre pensando alla Sua Azienda, ritiene che nel 2024, il numero di Occupati:			
Aumenterà rispetto al 2023	Resterà invariato rispetto al 2023	Diminuirà rispetto al 2023	Totale
36.4%	61.4%	2.3%	100%

Base: 44 Associati elegibili

Assirm Sentiment Index

Infine, sempre pensando alla Sua Azienda, ritiene che nel 2024 sia un momento favorevole o sfavorevole per investire in:

	Favorevole	Sfavorevole	Né favorevole né sfavorevole	Totale
Ricerca e Sviluppo	81.8 %	0 %	18.2%	100%
Comunicazione e Marketing	72.7%	2.3%	25 %	100%
Formazione	75%	0%	25%	100%

Base: 44 Associati elegibili