

ASSIRM MARKET RESEARCH FORUM 2024

**“Costruire il Successo: Ricerche di Mercato, Insights e Data Intelligence per la Crescita”
mercoledì 27 novembre**

NELLA CONFERENZA STAMPA DI PRESENTAZIONE EVENTO IN ANTEPRIMA GLI HIGHLIGHTS DI UNA RICERCA REALIZZATA DALL'ASSOCIAZIONE SUL RAPPORTO TRA GIOVANI E TECNOLOGIA DIGITALE

- Per **nove italiani su dieci** la tecnologia è un fattore determinante per la qualità della vita delle nuove generazioni
- Il sondaggio evidenzia una positiva discontinuità rispetto al passato: una **diffusa sintonia tra le generazioni** nell'individuare opportunità e rischi di una relazione complessa

Milano, 20 novembre 2024 – **L'84% dei giovani usa i dispositivi per almeno quattro ore al giorno e ben il 30% passa un terzo della propria giornata sui dispositivi tecnologici.** Un tempo prolungato che ha implicazioni dirette sulla qualità della vita perché **la quasi totalità dei rispondenti (il 92%) riconosce che il digitale influisce su aspetti fondamentali del loro benessere.** La tecnologia impatta su tutti gli ambiti quotidiani in modo non sempre positivo: viene percepita come uno **strumento per superare le difficoltà nel percorso formativo di apprendimento da oltre due persone su tre (71%)** e come stimolo per la creatività (54%) ma rappresenta anche come **un potenziale pericolo per la privacy secondo l'87% degli intervistati mentre addirittura il 95% ritiene fondamentale limitare il tempo trascorso sui dispositivi per preservare il proprio benessere mentale.** Sono queste le principali evidenze della **rilevazione “Giovani e tecnologia digitale: una relazione complessa tra opportunità e rischi” realizzata da Assirm,** l'Associazione che riunisce le aziende italiane che svolgono Ricerche di Mercato, Sondaggi di Opinione e Ricerca Sociale, presentata oggi e condotta via web su un campione rappresentativo nazionale di oltre 2.000 persone.

I DATI – Per presentare il prossimo Assirm Market Research Forum 2024 – Il Forum della Conoscenza, sono stati svelati gli insights di uno studio sul rapporto tra i giovani e la tecnologia, che verrà condiviso nella sua interezza durante l'evento del 27 novembre, che si mostra complesso e sfaccettato. Il recente sondaggio ha esplorato in profondità come i giovani percepiscano e utilizzino il digitale, rivelando non solo le loro abitudini, ma anche i loro timori e le loro speranze. I dati raccolti offrono uno spaccato della generazione digitale e forniscono elementi importanti per comprendere come il digitale influisca sulla vita quotidiana, la formazione, la sfera psicologica e il futuro lavorativo dei giovani.

L'isolamento sociale è percepito come la conseguenza negativa più importante (75%) derivante dall'utilizzo delle tecnologie digitali, seguito da affaticamento visivo (68%), disturbi del sonno (56%) e problemi di postura (56%). Sintomi che suggeriscono come un uso intensivo e, in alcuni casi, poco consapevole possa minacciare la salute fisica e mentale dei giovani. Un altro alert scatta quando si tratta di sicurezza online: il 93% si dichiara preoccupato dalla diffusione di fake news e dalla manipolazione delle informazioni, sebbene solo il 31% dei giovani dichiara di prestare attenzione a non lasciare tracce online.

Luci e ombre in ambito formativo e lavorativo. Se da un lato i giovani vedono la tecnologia come un importante supporto (nonostante siano solo il 44% a giudicare adeguata la preparazione scolastica)

grazie all'accesso a risorse illimitate (69%) e alla flessibilità di studiare in modo autonomo (63%), tuttavia il 65% teme che la tecnologia promuova un approccio superficiale alla conoscenza, mentre oltre la metà del campione osserva una riduzione delle capacità critiche e argomentative. Più equilibrati ancora i dati che riguardano il lavoro: per quanto riguarda l'impatto dell'automazione, il 57% teme che la tecnologia ridurrà le opportunità, mentre solo il 35% è ottimista e spera nella creazione di nuove possibilità.

UNO SGUARDO SUL FUTURO – Il sondaggio rivela una spiccata fiducia nei giovani: il 72% li ritiene capaci di affrontare le sfide del domani e il 66% dichiara la disponibilità a lavorare duramente per migliorare la propria situazione e quella della collettività, dimostrando un importante senso di responsabilità. Un dato che legittima una visione ottimista anche alla luce di una positiva discontinuità rispetto al passato, anche recente: “Giovani e tecnologia digitale: una relazione complessa tra opportunità e rischi” evidenzia una diffusa sintonia tra le generazioni molto distante dai rapporti conflittuali che hanno caratterizzato i decenni scorsi. I più adulti e gli anziani sono consapevoli dei bisogni della Generazione Z e dimostrano di conoscere profondamente il loro rapporto con la tecnologia.

“Quando si guarda al futuro, giovani e tecnologia appaiono un binomio indissolubile. Dai risultati della ricerca emerge un quadro articolato della generazione digitale, divisa tra l'utilizzo estensivo e la consapevolezza dei pericoli associati. I giovani sembrano avere una visione chiara di come la tecnologia stia modellando il loro mondo e le loro relazioni, riconoscendo tanto le opportunità quanto le minacce. Una consapevolezza che non sempre si traduce in comportamenti concreti: Assirm vuole fare la sua parte proponendosi come un punto di riferimento che possa promuovere la cultura dell'innovazione, che significa anche imparare a gestire la tecnologia a disposizione in modo più consapevole ed equilibrato” ha dichiarato **Enzo Frasio**, Presidente Assirm.

Durante la conferenza stampa è stata presentata l'agenda dell'undicesima edizione dell'Assirm Market Research Forum – Il Forum della Conoscenza.

L'evento organizzato dall'Associazione che riunisce le aziende italiane che svolgono Ricerche di Mercato, Sondaggi di opinione e Ricerca Sociale, è in programma **mercoledì 27 novembre a Milano presso il building Monterosa 91 e in live streaming** (per partecipare è necessario iscriversi attraverso il link <https://registrazioni.assirmforum.it/register>).

Esplorare le tecniche più avanzate di ricerche di mercato e data intelligence, offrendo una panoramica completa su come trasformare i dati in insights strategici per la crescita aziendale: sarà questo il focus della prossima edizione di Assirm MRF2024.

“Il nostro format riscuote un successo ormai consolidato, perché si propone come un'importante occasione di networking che riesce a far dialogare il mondo istituzionale con quello aziendale e imprenditoriale. La nostra mission è promuovere la cultura del dato, insieme a esperti del settore delle ricerche di mercato che condivideranno le migliori pratiche e case studies” ha dichiarato **Enzo Frasio**, Presidente Assirm.

Ricca e di valore l'agenda del 27 novembre. I lavori (i cui contenuti saranno disponibili per 7 giorni anche on demand) moderati da Michela Finizio, giornalista de Il Sole 24 Ore, saranno inaugurati alle 9.30 dal saluto di **Enzo Frasio** e dall'intervento di **Confindustria**. A seguire **Carlo Alberto Buttarelli**, Presidente di **Federdistribuzione**, **Davide Arduini**, Presidente di **UNA**, **Raffaele Pastore**, Direttore Generale di

UPA, animeranno il confronto sul tema “Conoscere i propri consumatori e clienti è una sfida comune: la Ricerca come Driver di Innovazione e Crescita” mentre il successivo “Dalla PA a Industria e Retail: Ricerche di qualità per uno sviluppo data driven del Pubblico e del Privato” prevede i contributi di **Claudio Ceccarelli – Direttore – Direzione centrale per la raccolta dati – DCRD Istat – Istituto nazionale di statistica**, **Laura Bunicci – Responsabile di Ricerche di Mercato e Stakeholders Insight di RFI – Rete Ferroviaria Italiana**, **Giovanni D'Alessandro – Direttore di Canale Basko e Lead Director progetto Retail Gr. Sogegross. BASKO**, **Emanuele De Longhi - Head Of Corporate Marketing at Samsung Electronics**. I numerosi workshop a cura di **Toluna & Metrixlab, BVA Doxa, Fieldgood, Eumetra, Glaut, Bilendi & Respondi, Scenari, TP Infinity e IPSOS** approfondiranno argomenti chiave quali l'analisi predittiva, l'uso di intelligenza artificiale e machine learning nella ricerca di mercato e le tecniche per tradurre gli insights in azioni concrete.

Nel pomeriggio **Piergiorgio Rossi, Vicepresidente Vicario Assirm**, aprirà il fitto programma che prevede gli inspirational speech di **Donata Columbro – Giornalista, divulgatrice, Data Humanizer, Ben Page Global – CEO IPSOS, Salvatore Maiorana – MD Kilometro Rosso, Rosanna D'Antona – Presidente Europa Donna Italia, Federico Ferrazza – Direttore Wired Italia**. Ai **Vicepresidenti ASSIRM Isabella Cecchini e Tommaso Pronunzio** è stata affidata l'introduzione dell'ultima sessione di workshop in cui interverranno **IQvia, FFIND, Demetra, GRM e Dynata**.

In un business sempre più guidato dai dati, la capacità di raccogliere, analizzare e interpretare informazioni di mercato è fondamentale per costruire una strategia di successo: Assirm Market Research Forum è un momento di confronto imprescindibile per gli stakeholder perché consente di approfondire argomenti chiave quali l'analisi predittiva, l'uso di intelligenza artificiale e machine learning nella ricerca di mercato, e le tecniche per tradurre gli insights in azioni concrete.

L'Assirm Market Research Forum è realizzato con il supporto di **Ales Market Research, Bilendi & Respondi, BVA Doxa, CFI Group, Cint, Demetra, Dynata, Eumetra, Eureka!, FFIND, Fieldgood, G&G Associated, GfK – Nielsen IQ, Glaut, GMR, Human Highway, Ipsos, IQvia, Norstat, Purespectrum, QuestionPro, Scenari, Toluna & Metrixlab, TP Infinity**.

Si ringraziano anche i partner tecnici: **Andzup e e-work**.

Per tutti gli aggiornamenti Assirm è possibile consultare il sito assirmforum.it e a seguire i canali social dell'Associazione: [Twitter](#), [LinkedIn](#) e [Instagram](#). Gli hashtag ufficiali dell'evento sono [#MRF24](#) [#assirmforum](#) [#ricerchedimercato](#) [#marketresearchforum](#)

Assirm

ASSIRM è l'Associazione nata nel 1991 che riunisce le aziende italiane che svolgono Ricerche di Mercato, Sondaggi di Opinione e Ricerca Sociale. Tra i suoi obiettivi primari, valorizzare il ruolo e la funzione delle ricerche di marketing e delle ricerche sociali a sostegno delle strategie di Imprese e del Paese, attraverso Business Intelligence, Big Data, Data Analysis e servizi di Consulenza. Da sempre, Assirm contribuisce alla diffusione della cultura della ricerca, consentendo ad un numero sempre maggiore di Istituzioni, Imprese e Associazioni di disporre di informazioni accurate e affidabili, stimolando l'innovazione, creando i presupposti di scelte efficaci, generando valore nel sistema economico e sociale. Gli Associati sono società private e indipendenti.

Nella sua attività istituzionale, Assirm collabora con Università e con diverse Associazioni di ricercatori e di studiosi -quali ad esempio Esomar - e aderisce a ASA – Associazione per la Statistica Applicata. È socio promotore di Fondazione Pubblicità Progresso ed è parte di Confindustria Intellect. www.assirm.it

Contatti

UFFICIO STAMPA ASSIRM

Alessandro Garavaglia - garavaglia.a@cooeitalia.com - +39 3389099342

Sara Zannelli – sara.zannelli@assirmservizi.com - +39 3338562455

Zoe Fiora – zoe.fiora@assirmservizi.com – +39 3883908362