

Milano, 26 settembre 2024

COMUNICATO STAMPA **ASSIRM TALK INTELLIGENZA ARTIFICIALE**

MARKET RESEARCH MEETS AI: INNOVAZIONI NEGLI APPROCCI E NEI PROCESSI
L'appuntamento si terrà in live streaming il 2 ottobre dalle 10.00 alle 12:10 e sarà dedicato agli ultimi sviluppi AI nel mondo delle Ricerche di Mercato
*Moderata **Samuela Cesati** di **Samsung***

Gli appuntamenti di approfondimento firmati **Assirm**, l'Associazione che riunisce le aziende italiane che svolgono Ricerche di Mercato, Sondaggi di Opinione e Ricerca Sociale, introducono una novità nella programmazione dell'anno 2024. Il palinsesto si arricchisce con il **Talk sull'Intelligenza Artificiale**, in programma il prossimo **2 ottobre dalle 10.00 alle 12:10** e intitolato **"Market Research Meets AI: Innovazioni negli approcci e nei processi"**.

L'incontro in diretta streaming vedrà i relatori esplorare le tematiche chiave legate all'Intelligenza Artificiale, e alle modalità in cui L'AI sta rivoluzionando il planning digitale, la creazione di contenuti personalizzati e l'efficienza dei costi nel settore dei media. L'evento offrirà nuove prospettive sulla trasformazione che l'AI sta operando sulla segmentazione dei consumatori, offrendo insight più profondi e decisioni di marketing accelerate. Non mancheranno riflessioni sull'impatto dell'AI generativa sulla produzione televisiva e digitale e i nuovi cambiamenti che impatteranno sul futuro della comunicazione.

L'apertura del Talk e i saluti di benvenuto saranno affidati a **Tommaso Pronunzio**, **Vicepresidente di Assirm** e la moderazione del Talk sarà condotta da **Samuela Cesati**, **Marketing Strategy and Project Management Head - Corporate Division di Samsung**

La giornata proseguirà col seguente programma:

- **10:10 – 10:30 - L'Impatto dell'AI su Media e Comunicazione: visione e applicazioni nelle Agenzie media** | *Matteo Ferrando*, Head of Technology & Innovation e *Antonello D'Elia*, Consulting manager, Business Intelligence & Insight di **GroupM**.
"Questo intervento analizza il sentiment dei professionisti del media, evidenziando aspettative e opportunità legate all'integrazione dell'AI nel planning digitale e nelle soluzioni di comunicazione. Dall'efficientamento dei costi alla creazione di contenuti personalizzati, scopriremo come l'AI stia plasmando il futuro della comunicazione e offrendo nuove opportunità di crescita."
- **10:30 – 10:50 - Oltre le colonne d'Ercole: i Pre-Test di Comunicazione con l'AI** | *Fabiana Coco*, Research Manager, e *Chiara Libreri*, Client Director, di **Toluna & Metrixlab**.
"Tecnologie come l'intelligenza artificiale generativa stanno radicalmente cambiando il modo in cui la comunicazione, televisiva e digitale, viene realizzata e distribuita, con un enorme impatto sui tempi e costi di produzione. Questo significa che nel breve e medio periodo anche le attuali pratiche di ricerca nel mondo comunicazione saranno radicalmente trasformate. In questo intervento andremo a scoprire le modalità, le implicazioni ed i vantaggi dell'utilizzo di test creativi basati sull'intelligenza artificiale e l'analisi predittiva."

- 10:50 – 10:55 - **Oltre l'illusione: GenZ tra Reale e Artificiale** | *Ilaria Ingrosso*, Senior Business partner, e *Laura Lico*, Business Analyst, di **TP Infinity**.
"In un'epoca in cui le aziende dispongono di una mole crescente di dati provenienti da fonti diverse, l'intelligenza artificiale si presenta come uno strumento chiave per massimizzare il valore di queste informazioni. Ma quanto può essere utile l'AI per anticipare le esigenze dei consumatori o generare nuove idee? Abbiamo usato i dati di InsiderZ - monitoraggio sulla GenZ - per verificarlo."
- 10:55 – 11:15 - **Parole di carne e parole di silicio: dialogo tra umani e persone inesistenti** | *Amina Aini*, Qualitative Researcher, e *Giacomo Fusina*, Quantitative Researcher, di **Human Highway**.
"L'intelligenza artificiale ha dato un forte impulso alla produzione di contenuti per le ricerche di mercato. Il nostro studio analizza le risposte generate da quattro GPT (Gemini, ChatGPT, Character AI e Claude) con quelle di un campione di umani, tutti sottoposti allo stesso questionario. Abbiamo analizzato e confrontato le risposte, valutando la loro coerenza, profondità e capacità di interpretare domande complesse. I risultati evidenziano le potenzialità e i limiti di questi modelli, indicano in quali situazioni possono essere utili e offrono spunti per lo sviluppo di strumenti di ricerca più efficienti."
- 11:15 – 11:35 - **Dal dato all'azione: come l'IA di Ipsos PersonaBot rivoluziona la segmentazione** | *Giulia Bertini*, Head of Qualitative and Strategy3 Partner, e *Diego Persali*, Market & Strategy Understanding Leader, di **Ipsos**.
"In un panorama di ricerca in continua evoluzione, la segmentazione rimane un pilastro fondamentale per comprendere i consumatori. Questo intervento esplora come Ipsos PersonaBot, una soluzione innovativa basata sull'intelligenza artificiale, stia trasformando il modo in cui diamo vita ai segmenti di consumatori. Attraverso casi concreti, scopriremo come coinvolgere i segmenti in modo più diretto, ottenendo insight più approfonditi e accelerando il processo decisionale di marketing."
- 11:35 – 12.10 - **Tavola Rotonda con:**
 - **Nicola Aufiero** - Global Head Consumer & Shopper Understanding Ice Cream category, **Ferrero**
 - **Andrea De Mauro** - Data & Analytics Leader, Author, and Executive Advisor
 - **Alessandro Corbetta** - Head of Brand Insights and Reputation Metrics, **Eni**
 - **Matteo Giarrizzo** - Head of Media & Digital Italy & Greece, **Henkel**

È possibile partecipare all'evento gratuito di Assirm iscrivendosi al seguente link:
<https://www.assirm.it/eventi-e-webinar/assirm-talk-intelligenza-artificiale-2024/>

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 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

Zoe Fiora - zoe.fiora@assirmservizi.com - T. 02/ 58315750