

Assirm, al via oggi il Marketing Research Forum 2015

PERSONE, DATI, AZIENDE: LA CONVERGENZA POSSIBILE? IL PRESIDENTE UMBERTO RIPAMONTI ANTICIPA I TEMI DELL'EVENTO

di Claudia Cassino

Oltre 700 iscritti e 21 sponsor, tra cui per la prima volta il colosso americano della tecnologia IBM. Sono i numeri dell'edizione 2015 del **Marketing Research Forum** che si svolgerà oggi al Mi-Co Milano Congressi, Organizzato da **Assirm**, l'Associazione delle aziende di ricerche di mercato, sondaggi di opinione e ricerca sociale. L'evento ospiterà per tutta la giornata interventi e workshop sul tema "Persone, Dati, Aziende: la convergenza possibile". "Questa nuova edizione, la seconda dopo il rinnovamento del format avviato lo scorso anno, si inquadra in un globale riposizionamento di tutto il settore delle ricerche. Un mondo in rapidissimo cambiamento che ha visto negli ultimi anni l'ingresso di nuovi attori e nuove aziende", spiega a *Today Pubblicità Italia* **Umberto Ripamonti**, presidente di Assirm che, con i suoi 60 associati, rappresenta l'80% del fatturato del mercato italiano delle ricerche. "Le nuove tecnologie - continua Ripamonti - hanno contribuito a modificare il vecchio modello di business del settore, anche per questo motivo tra gli speaker non ci sono più soltanto gli istituti di ricerca ma anche i brand top spender e i centri media". Tra i protagonisti della sessione plenaria, per esempio, Paolo Stucchi e Daniele Frattini di Dentsu Aegis Network Italia affronteranno un tema rile-

vante come la trasformazione dei centri media "da data user a data producer", mentre Antonella Tulli (Nestlé) e Alessia Vitali (OgilvyOne Worldwide & Geometry Global) parleranno del consumatore di oggi come di "un'opportunità da scoprire". Al termine della giornata, saranno discussi e analizzati i risultati della ricerca "Research 2020: la parola agli utenti". L'indagine, condotta da Assirm su un panel di responsabili di decisioni di spesa all'interno delle aziende, mostrerà in maniera precisa come, quando e perché le imprese si avvalgono delle ricerche durante il loro operato. "Siamo convinti della centralità delle informazioni correttamente rilevate come strumento fondamentale per prendere decisioni da parte dei vertici aziendali", sottolinea il presidente di Assirm. "Le società di ricerca oggi hanno la capacità di essere veri e propri consulenti per i brand, passando dalla diagnosi alla terapia". Il Marketing Research Forum si inserisce in un momento ancora altalenante per il mercato delle ricerche, su cui pesa anche l'assenza di elezioni recenti nel nostro Paese: i sondaggi elettorali e d'opinione sono infatti in netto calo, mentre crescono le ricerche online (+3/4%). In particolare le ricerche qualitative online registrano un balzo del 28,7%. Segno-

meno, invece, per il fatturato complessivo: nel 2014 il giro d'affari degli associati Assirm ha toccato i 489 milioni di euro (-1,4%), mentre l'acquisito (il portafoglio ordini) ha subito una contrazione del 2,4%. Per quanto riguarda il primo semestre 2015, il fatturato ha raggiunto i 221 milioni di euro, ma si stima un ulteriore calo dei volumi a fine anno "compreso tra il -2% e il -3%". Migliora invece il dato dell'acquisito, che dovrebbe scendere dello 0,5%. I segnali di recupero ci sono, ma è ancora presto per invertire la tendenza: il 2016 sarà ancora un anno flat", conclude Ripamonti.



Umberto Ripamonti