



Matteo Lucchi

Assirm: ricerche di mercato, giro di affari di 630 milioni di euro nel 2023, pari al +3,5%. Manca però ancora una normativa di settore

7

Industry Assirm: ricerche di mercato, giro di affari di 630 milioni di euro nel 2023, pari al +3,5%. Ma manca ancora una normativa di settore

L'Europa cresce a ritmo più sostenuto, con +7,5% e 21 miliardi di dollari, ma il Presidente Matteo Lucchi è soddisfatto dei trend

di Paolo Pozzi

Un laboratorio di idee, un confronto sui dati e sulle indagini di mercato, una grande convention giunta alla decima edizione quella organizzata da Assirm, ieri, al Palazzo delle Stelline. Il titolo del Forum "Innovare oggi. Competenze, strumenti e strategie per vincere le sfide del domani" già la dice lunga sui temi affrontati in convegni e tavole rotonde in seduta plenaria e in 19 workshop, con 42 speaker e un migliaio di persone registrate fra il pubblico che ha seguito i lavori. Il Forum si è focalizzato su tre tematiche chiave non solo per il futuro del settore delle ricerche di mercato ma per l'intera economia: "Competenze" (mercato del lavoro), "Strategie" (tendenze ed evoluzione delle ricerche di mercato) e "Strumenti" (innovazione nelle ricerche di mercato come componente chiave per il successo). "La raccolta, la gestione, l'interpretazione dei dati, la capacità di consulenza - ha detto il Presidente Matteo Lucchi - sono le attività alla base di tutte le sfide future in ambito sia sociale sia economico; ben considerando la rapida evoluzione delle tecnologie ed il loro utilizzo, a cominciare dall'Intelligenza Artificiale".

La normativa

"L'Italia è l'unico Paese dove man-



ca ancora una normativa sulle indagini di mercato - ha continuato Lucchi - lavoreremo per fare in modo che ci sia il più presto possibile". Il settore delle indagini di mercato infatti, oggi, fa ancora riferimento al Dpr n. 26 del 26 gennaio 2022 (pubblicato sulla Gazzetta ufficiale n. 74 del 29 marzo 2022) che però regola in realtà il telemarketing che, notoriamente, si occupa di vendite di prodotti e nulla c'entra con le indagini di mercato che rispondono invece a un criterio scientifico della ricerca. "Stiamo sviluppando rapporti con i rappresentanti del Governo per ovviare a questa lacuna", ha aggiunto Piergiorgio Rossi, Vice Presidente di Assirm, che sarebbe favorevole all'istituzione di una sorta di Albo.

I numeri

Un settore, quello delle ricerche di mercato in Italia, che chiuderà il 2023 superando il 3,5% di crescita rispetto al 2022 (+1,6% solo nel primo semestre) e 700 milioni di dollari, ovvero 630 milioni di euro di giro d'affari complessivo, mentre si svilupperà a ritmo più sostenuto in tutta Europa dove il 2023 si chiuderà con oltre il 7,5% di crescita sul 2022 e 21 miliardi di dollari di giro d'affari. L'Italia si

colloca al quarto posto tra i principali Paesi europei con il maggiore sviluppo del settore delle ricerche di mercato: meglio della Spagna e dell'Olanda (mezzo miliardo di giro d'affari), ma ancora distante da Germania (2,4 miliardi) e Francia (2,6). I risultati UK si pongono invece a un livello ancora superiore visto che nel 2023 il fatturato complessivo ha superato i 12 miliardi di dollari. Questo vuol dire comunque che l'Italia ha un margine di crescita interessante e che sicuramente si esprimerà meglio nei prossimi anni.

Il mercato del lavoro

Indagato, durante la convention, anche il mercato del lavoro, sul quale però "domanda e offerta rischiano di non incontrarsi", segnala Lucchi. Secondo la ricerca realizzata da Assirm per Confindustria Intellect, la "settimana corta" sembra avere numerosi fans. "Il 55% degli italiani, infatti, è disposto a guadagnare meno pur di avere un giorno libero in più, e la percentuale sale addirittura al 62% nella fascia di età tra i 25 e i 34 anni. Dallo studio emerge un contesto in profonda evoluzione negli ultimi anni, con un'accelerazione importante durante e dopo la pandemia: il 63% del-

le persone afferma infatti di avere nuove attese e aspettative nei confronti del lavoro, percentuale che sale al 70% nella fascia 25-34 e addirittura al 77% fra i neo-lavoratori (18-24). Ma cosa si chiede oggi al lavoro? Anzitutto una buona retribuzione (61%), elemento prioritario nelle fasce centrali 24-35 anni e 35-44 anni, ma anche un trattamento equo nei confronti dei dipendenti (58%) e un contesto di lavoro piacevole e stimolante (58%). La flessibilità e lo smart working vengono dati quasi per scontati dai più giovani mentre i più maturi li vivono come un benefit che diventa però fondamentale per gli occupati nel terziario.

Soddisfazione

Questi elementi si ritrovano, quasi specularmente, nei motivi che rendono le persone più o meno soddisfatte della loro attuale occupazione: tra le motivazioni "incentivanti" sono a pari merito l'equilibrio con la vita privata e la crescita personale (55%), mentre tra i motivi di insoddisfazione spiccano la retribuzione non sempre all'altezza (38%) e lo stress (26%). Tra i lavori più desiderati dagli italiani c'è l'IT/servizi digitali (38%), seguito dal mar-

► keting (34%) e dalla comunicazione (30%). Il podio resta invariato, ma le percentuali cambiano notevolmente a seconda delle fasce di età, con i giovanissimi più orientati al marketing e i più maturi interessati maggiormente a IT e digitale. In termini di posizioni lavorative desiderate vincono le vendite (29%), seguite dal project management (27%), dalla gestione risorse umane (26%), dal programmatore (25%) e infine dal responsabile marketing (24%).

L'intelligenza artificiale

Non poteva mancare un'indagine sull'AI, sulla quale Eumetra ha realizzato una ricerca illustrata dal Market Research Director Umber-

to Stracuzzi che a 2.000 consumatori ha chiesto quale impatto ha l'intelligenza artificiale sulla percezione dei brand. Alla domanda preliminare "quanto pensi di sapere sull'AI?" il 39% degli intervistati ha risposto "poco, ne sento parlare ma non posso dire di conoscerla" soprattutto 65-71enni (61%) e un altro 39% dichiara di saperne "abbastanza" mentre solo il 22% dice di conoscerla molto e d'informarsi spesso sul tema, soprattutto 18-24enni (39%) e 25-34enni (34%) e più uomini (27%) che donne (18%). E alla domanda "cos'è secondo te l'AI?" il 39% sbaglia a rispondere (il 5% pensa che sia un supercomputer, il 19% un robot che istituisce le persone sul lavoro, l'11% un software che

sa scrivere testi e fare immagini) mentre il 43% indica la risposta giusta cioè "l'abilità di una macchina di ragionare e apprendere senza che si possa distinguere da un essere umano". Si è sentito parlare di AI soprattutto dalla televisione (55%) e dai social (53%) ma anche dai siti d'informazione e dagli amici (24%), dai quotidiani (23%) o dalle riviste specializzate (21%), dalle radio (19%) e infine a scuola o sul lavoro (13%). In quali attività si vorrebbe usare l'AI? Il 68% la vorrebbe usare per comporre una ricetta a partire dagli alimenti che si hanno in frigorifero, il 60% per fare ricerche di archivio o per fare la dichiarazione dei redditi, il 48% per comporre una canzone, il 42% per con-

versare durante una chiamata al call center, il 40% per generare testi informativi, il 34% per fare una diagnosi medica preliminare, il 29% per guidare (percentuale che sale al 40% nel caso dei 18-24enni), il 17% per un aiuto nelle decisioni di voto.

I supporter del Forum

L'Assirm Market Research Forum è stato realizzato con il supporto di ALES Market Research, Bilen-di & Respondi, Blogmeter (Gruppo Shibumi), CFI Group, Cint, Circa-na, Corbascio Ricerche, Demetra, BVA-Doxa, Dynata, Eumetra, FFind, Fieldgood, G&G Associated, New Line, GfK, IZI, Nielsen Media, Pur-spectrum, Sita Ricerca, Statista, SWG, Teleperformance e Toluna.