

ADVEXPRESS.IT

DATA: 31-10-2018

TIPOLOGIA: Testata Comunicazione

SITO: N.D.



[ADC Group](#) - [ADVexpress](#) - [e20express](#) - [ADVexpressTV](#) - [Awards](#) - [C](#)

30/10/2018 21:30



Eventi

## Assirm Marketing Research Forum 2018: il mercato delle ricerche vale 546 mln. Per le associate Assirm acquisito a +6,1%. Fari accesi sulle sfide del marketing e sulla ricerca come strumento principale per proiettare le aziende nel futuro

Il forum s è tenuto ieri, 30 ottobre, al Talent Garden Calabiana di Milano. Durante l'evento Matteo Lucchi, presidente di Assirm (nella foto), parlando del trend di crescita dell'acquisito da parte delle associate, ha dichiarato: "Considerato il trend del secondo semestre dello scorso anno e del primo semestre del 2018, ci sentiamo di confermare questa crescita anche sulla chiusura dell'anno". Positivo anche l'andamento del 2017 per l'intero mercato delle ricerche italiane, con 500 milioni dei 546 complessivi realizzato dalle associate Assirm.

"Siamo orgogliosi di inaugurare l'edizione 2018 con un numero di adesioni che ha superato ogni nostra aspettativa, raggiungendo gli **800 iscritti**. Il Forum si conferma un appuntamento irrinunciabile per l'intero settore della ricerca che sta conoscendo un momento di crescita positiva. Una crescita che interessa in primis le nostre associate che nel primo semestre del 2018 registrano **un aumento dell'acquisito pari al 6,1%** rispetto alla prima metà del 2017. Considerato il trend del secondo semestre dello scorso anno e del primo semestre del 2018, ci sentiamo di confermare questa crescita anche sulla chiusura dell'anno. Positivo anche l'andamento del 2017 per **l'intero mercato delle ricerche italiane** che ha registrato un fatturato pari a circa **546 milioni di euro**, circa **500 milioni** dei quali realizzato dalle associate Assirm".

**Matteo Lucchi**, Presidente ASSIRM (nella foto), ha commentato così l'apertura dell'edizione 2018 dell'Assirm Marketing Research Forum, l'appuntamento annuale con il mondo del marketing e della ricerca, oggi 30 ottobre on air presso il Talent Garden Calabiana a Milano.

L'edizione di quest'anno è stata dedicata al tema "Le sfide del marketing. La ricerca rappresenta lo strumento per eccellenza per proiettare le aziende nel futuro": i numerosi interventi e occasioni di dibattito si sono concentrati sul ruolo della ricerca di mercato come volano per la crescita del business aziendale.

La giornata si è articolata in 3 momenti.

Il primo momento è rappresentato dalla plenaria, aperta dal Presidente Assirm **Matteo Lucchi** e moderata da **Armando Brescia**, direttore di Distribuzione Moderna, con la partecipazione di svariati relatori del panorama italiano. La cornice socio-economica è stata affidata a **Ciro Rapacciuolo**, Responsabile dell'area Congiuntura e Previsioni - Centro Studi Confindustria, che ha fornito un intervento di scenario previsivo per l'economia italiana sulla base degli ultimi avvenimenti economici e sociali.

**Alfredo Grasselli**, Partner di **Bain & Company**, ha affrontato la trasformazione profonda del comparto retail sul piano della digital disruption. L'intervento di Grasselli ha portato spunti di riflessione sui percorsi da attuare, basati sulla esperienza di supporto ai player del panorama nazionale ed internazionale, oltre che a ripetuti confronti con il Top Management delle stesse aziende.

**Cinzia Marchetti**, Market&People Insight Director - **Barilla**, ha definito la nuova era delle ricerche di marketing come quella dell'umanizzazione. Hanno inciso su questo passaggio alcuni cambiamenti sostanziali quali la rivoluzione tecnologica; la qualità e la profondità degli insights; il nuovo livello di integrazione dei dati e lo sviluppo di una comprensione acuta delle diverse fonti.

Il secondo momento della giornata è stato quello dei diversi **workshop** curati dagli sponsor, che hanno presentato **le principali case history del settore** registrate nell'ultimo anno.

Il terzo momento ha previsto una sessione plenaria conclusiva con la partecipazione straordinaria di **Jon Pulston** di **Esomar**, che ha trattato le implicazioni e l'impatto che la dipendenza dalle informazioni sta avendo sulla società, sul piano delle decisioni, sul panorama sociale e politico e sul comportamento dei consumatori.

Pulston ha analizzato, inoltre, **come stanno cambiando le dinamiche del marketing e le strategie che i brand devono attuare per attirare un nuovo profilo di consumatori**, pieni di informazioni e altamente influenzati socialmente, e come si sta evolvendo la ricerca per capire una società in rapida evoluzione.

L'evento è organizzato da **ASSIRM**, l'Associazione che riunisce le maggiori aziende italiane che svolgono Ricerche di Mercato, Sondaggi di opinione e Ricerca Sociale, con il supporto di 18 aziende del settore italiane e internazionali: **Ales Market Research, Bilendi, Cint, Doxa, GfK Italia, IFF International, IQVIA, LeFAC, Netquest, Nielsen, Norstat, Research Now-SSI, Statista, SWG, The Visual Agency, Toluna, VIA!, Yoodata.**