

REPUBBLICA.IT

DATA: 25-10-2019

TIPOLOGIA: Testata Generalista

LINK: <https://www.repubblica.it/economia/rapporti/impresa-italia/tecnologia/2019/10/25/news/lucchi-le-ricerche-di-mercato-sono-centrali-per-la-crescita-delle-imprese-239472739/>

MENU | CERCA

la Repubblica

R+ | Rep: | ABBONATI | ACCEDI

Economia & Finanza Segui su f t in

Ricerca titolo

HOME MACROECONOMIA ▾ FINANZA ▾ LAVORO DIRITTI E CONSUMI ▾ AFFARI&FINANZA OSSERVA ITALIA CALCOLATORI GLOSSARIO LISTINO PORTAFOGLIO



## IMPRESA ITALIA

Storie, fatti, numeri di un Paese che sfida la crisi. Ecco chi sono i protagonisti del made in Italy che investono e crescono in un mercato sempre più competitivo

HOME | MERCATI | FOOD | DESIGN | TURISMO | MANIFATTURA | TECNOLOGIA | ARCHIVIO

Cerca nel sito CERCA



# Lucchi: "Le ricerche di mercato sono centrali per la crescita delle imprese"



*Parla il presidente di Assirm, l'associazione che rappresenta un mercato da 15 miliardi di euro in tutta Europa: "Così si riduce il rischio nei processi che portano alle decisioni aziendali"*

25 Ottobre 2019

I dati a disposizione delle imprese sono sempre più abbondanti: big data e open data hanno moltiplicato il numero di informazioni disponibili. E di conseguenza il problema si è spostata dal reperimento delle informazioni alla capacità di verificarne l'affidabilità, di metterle all'interno di un sistema integrato e interpretarle in modo corretto. Per gli addetti ai lavori, dunque, la sfida è nella capacità di sfruttare la potenzialità dei sistemi informativi a disposizione per fornire insight di supporto alle strategie aziendali.

E' proprio in questo ambito rientra l'utilizzo da parte di molte aziende di alcune discipline legate all'intelligenza artificiale come il machine learning e i modelli previsionali. Per esempio, nel settore della Gdo si possono utilizzare per ottimizzare i programmi di fedeltà e Crm per massimizzare la propensione all'acquisto, nell'industria dell'intrattenimento per suggerire cosa vedere e/o sentire e far rimanere incollati alla sedia i consumatori. Le competenze necessarie per trarre vantaggio da queste opportunità risiedono negli specialisti di industry, in particolare nelle aziende che si occupano di ricerca di mercato, che oltre a supportare le imprese nelle attività di integrazione e interpretazione delle informazioni possono arricchire i data set a disposizione con ulteriori insight provenienti dal mercato, ovvero dai "consumatori".

Le ricerche di mercato rappresentano oggi un **supporto indispensabile per imprenditori e manager**, chiamati ogni giorno a prendere nuove decisioni. La ricerca consente di capitalizzare la ricchezza aziendale, di fare innovazione in modo sostenibile; è uno dei principali strumenti che consente di ridurre il rischio di impresa. La cultura imprenditoriale e manageriale del nostro Paese non può che trarre benefici dall'utilizzo della ricerca di mercato. Benefici diretti per le strategie aziendali, benefici indiretti per l'Italia stessa.

Da un'analisi condotta da Assirm, l'Associazione che riunisce le maggiori aziende italiane che svolgono Ricerche di mercato, Sondaggi di Opinioni e Ricerca Sociale, si evidenzia come l'Italia manifesti ancora profonde carenze in termini di investimenti in strategie di marketing e attività di ricerca rispetto ai principali Paesi europei. Una situazione che sta producendo un ampliamento del gap che separa il nostro Paese dalla testa di questa classifica e che incide negativamente sulla capacità di rimanere competitivi sui mercati globali.

Secondo Matteo Lucchi, presidente di Assirm, **"le ricerche di mercato sono centrali per la crescita delle imprese nel sistema Italia** e rappresentano un supporto fondamentale per il management delle aziende; consentono di avere una visione analitica del contesto di riferimento così da poter disporre di elementi che permettono di ridurre il rischio nei processi che portano alle decisioni aziendali. La ricerca consente inoltre alle aziende di innovare in modo sostenibile". Queste tematiche saranno al centro del dibattito domani al Marketing Research Forum, l'incontro annuale che si terrà a Palazzo Mezzanotte a Milano e che riunisce gli esperti del mondo della ricerca e del marketing.

Da un'elaborazione effettuata da Esomar (European Society of Opinion Surveys and Market Research) riferita al 2018, emerge che il mercato europeo delle ricerche vale circa **15 miliardi di dollari** e che i primi tre paesi per investimenti sono UK, Germania, Francia. Per quanto riguarda l'Italia - che si colloca al quarto posto - si parla di circa 690 milioni di dollari con una crescita del 4% rispetto all'anno precedente. Il trend nazionale è quindi positivo.

Analizzando il rapporto fra investimento in ricerca di mercato e Pil di ciascun Paese europeo si evidenzia come in genere le migliori performance nello sviluppo economico coincidano con maggiori investimenti da parte delle Imprese, anche in ricerca di mercato. Conclude Lucchi: "È quindi necessario valorizzare l'utilità delle ricerche di mercato anche come uno dei possibili ingredienti di una ricetta di sviluppo delle nostre imprese e quindi del nostro Paese".

---