

**Ultime notizie** a cura di MF-DowJonesNews**Economia: Assirm, 60% Pmi Italiane Investe in ricerche di mercato**

MILANO (MF-DJ)--Il 60% delle piccole e medie imprese italiane ha effettuato e/o commissionato ricerche di mercato o di opinione. Questa la prima evidenza dello studio condotto dal Centro Studi Assirm su un campione di 86 aziende italiane: il 95% ritiene infatti che la conoscenza dei propri clienti, ottenuta attraverso il marketing intelligence, sia fondamentale. Risultano altrettanto strategiche le informazioni sul trend di riferimento per il 95% dei rispondenti, l'anticipazione delle mode (93%) e la conoscenza dei propri competitor (91%). Secondo lo studio, il 77% delle piccole e medie imprese si ritiene soddisfatto dei dati forniti dalla ricerca di mercato a tal punto che il 52% di queste prevede, nei prossimi 5 anni, un aumento dei fondi a essa destinati. Tra le Pmi che scelgono la ricerca di mercato il 77% si dichiara inoltre soddisfatto del provider in particolare per quanto riguarda l'utilità dei risultati nelle decision making aziendali e nella chiarezza dell'esposizione degli stessi. Nonostante l'importanza riconosciuta alle ricerche di mercato esiste però un 40% tra le Pmi analizzate che non se ne avvale. I motivi che spingono le aziende a non investire in marketing intelligence sono in larga parte dovuti ai costi. Secondo il 42% delle imprese intervistate infatti solo le grandi aziende e le multinazionali possono permettersi di commissionare ricerche di mercato, e ancora, il 47% è convinto che la forza derivante dalla vendita e dal trade, unita alla conoscenza del mercato e dei clienti, non possa essere sostituita dalla ricerca di mercato. Minoritaria, seppur ancora presente, la credenza secondo la quale Internet possa ormai soppiantare il "vecchio" istituto di ricerca di mercato (27% dei rispondenti), oppure che bastino buon fiuto e intuito per avere successo (17%), o ancora che per farsi un'idea dell'andamento dell'azienda e di ciò che pensano i propri clienti, sia sufficiente monitorare i social media (14%). "La ricerca condotta dal Centro Studi", ha dichiarato Andrea Giovenali, Vicepresidente Assirm, "mette in evidenza gli stereotipi che persistono nelle PMI quando si parla di ricerca di mercato. Questo tipo d'investimento è ancora oggi motivo di conflittualità tra le esigenze del quadri e il punto di vista, spesso legato al passato, della proprietà. Confrontarsi sulla ricerca di mercato e sul valore che crea, anche nella piccola e media impresa, rimane un passo fondamentale per incentivare la crescita del Paese". com/alb.alberto.chimenti@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS 18:19 24 ott 2017