



### Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato Gruppo AQ

#### Verbale della Consultazione rappresentanti del mondo del lavoro, 10 maggio 2023.

Il gruppo AQ del CS in Marketing & ricerche di mercato si è riunito il giorno 10 Maggio 2023 ore 9.15 in riunione telematica su piattaforma Teams per discutere il seguente OdG

- Comunicazioni.
- Adempimenti scheda SUA 2022. Consultazioni rappresentanti del mondo del lavoro.
- Intervento del rappresentante del mondo del lavoro, dottor Vincenzo Freni.
- Intervento del rappresentante del mondo del lavoro, dottoressa Nadia Maselli.
- Discussione
- Varie ed eventuali

Presenti P. Manfredi (docente, presidente del CS e del gruppo AQ), L. Masserini (docente, vicepresidente CS), A. Gandolfo (docente), dott. Vincenzo Freni (rappresentante mondo del lavoro per il CS), dottoressa Leonarda Manuela Maselli (rappresentante mondo del lavoro per il CS), Olena Ishchenko (rappresentante studenti), Gianmarco Notarapasquale (rappresentante studenti).

**Punto1. Comunicazioni.** Il presidente ringrazia i partecipanti. Esprime subito un caloroso ringraziamento da parte del CL ai rappresentanti del mondo lavoro, dott. Vincenzo Freni, Ing. Gianpiero Negri, dottoressa Maselli per la loro sempre rinnovata disponibilità entusiasmo a condividere con il nostro corso di laurea le loro preziose conoscenze professionali attraverso queste "Consultazioni". Infatti, la presente attività di «Consultazione delle organizzazioni responsabili della produzione di beni e servizi» rappresenta un canale chiave con cui importare le innovazioni del mondo del lavoro nella didattica dei CS. Dà in particolare il benvenuto alla dottoressa Maselli che per la prima volta contribuisce attivamente alle Consultazioni. Il presidente ricorda l'importanza della presente attività di consultazione (formalmente richiesta dal MUR e molto apprezzata dal nostro Dipartimento) non solo per gli input ricevuti per la didattica ma anche per la disponibilità dei nostri rappresentanti del mondo del lavoro a condividere con gli studenti le loro impressioni più aggiornate sul mercato del lavoro locale e globale della Ricerca di Marketing, le sue necessità, al fine di garantire una panoramica aggiornata sullo stato del mercato del lavoro fronteggiato dai nostri laureati, le eventuali novità in termini di professionalità emergenti, e infine opportunità e temi da includere prospetticamente nelle future innovazioni didattiche. Per esempio, la dottoressa Maselli svolgerà un seminario per gli studenti del secondo anno del CS in data 11 maggio 2023. Il presidente ricorda anche che questa attività di consultazione è stato uno dei motori del piano di rientro del CS che aveva sofferto un buco di immatricolazioni negli anni 2017: il numero aggiornato di iscritti al primo anno nel nostro CS per l'AA 22-23 (66, all'ultima verifica con le segreterie) ha mostrato una ulteriore crescita rispetto agli anni precedenti allontanando ulteriormente l'allarme "estinzione" paventato ad autunno 2018. Il presidente ricorda anche che molti degli iscritti negli ultimi AA si sono avvicinati al nostro CS grazie alle nostre giornate "disseminative" – dove i nostri rappresentanti del mondo del lavoro sono sempre molto attivi – e la cui pianificazione nasce anche durante queste Consultazioni. Il dott Vincenzo Freni si complimenta per il buon esito delle giornate di disseminazione come esempio di buone pratiche di "ricerca di marketing per il marketing". Il presidente chiede quindi ai nostri rappresentanti di esporre le loro relazioni. Per questa occasione il presidente prof Manfredi ha chiesto al dott Vincenzo Freni, di svolgere una panoramica di ricognizione globale delle tendenze in corso nell'area della ricerca di mercato (RM) in coerenza con quelle svolte negli anni passati cui si era posta particolare attenzione agli scenari aperti dalla pandemia di COVID e guerra in corso in Europa.

**Relazione dott Vincenzo Freni** (<https://www.freniricerchedimarketing.com>;  
<https://www.facebook.com/frenimkt/>)

L'area delle ricerche di mercato ha sperimentato una spaventosa evoluzione negli ultimi decenni principalmente nell'area Business-to-Business (BTB). La mia esperienza professionale, condotta in buona parte attraverso una mia società accreditata ASSRM, ha toccato RM su una grande varietà di temi di RM (scelta delle materie prime, beni durevoli, politica e sondaggi di opinione, strutture ospedaliere private etc) in quanto le aree di applicazione delle metodologie RM sono innumerevoli. E anche se può sembrare sorprendentemente le RM avranno un ruolo chiave nell'epoca che si aprirà con la conclusione della attuale di guerra in Europa.

*Strumenti di IA e RM.* Voglio tuttavia oggi partire da un tema di attualità ma anche fondativo. Il punto ineludibile è che la ricerca di mercato deve sempre essere supportata da solide basi di conoscenza scientifica. Oggi si sente parlare tantissimo dei moderni strumenti di intelligenza artificiale (AI) come supporto alle imprese che intendono fare RM e non hanno contatti consolidati con esperti. Per esempio: chiediamoci quale possa essere il ruolo di strumenti di AI sulla bocca di tutti, come per esempio Chat GPT oppure il metaverso. Indubbiamente questi strumenti sono ottimi ausili per persone competenti (possono spettacolarmente efficientizzare il lavoro, per esempio nella fase desk research) ma assolutamente non sono strumenti con cui improvvisarsi ricercatori, tantomeno ricercatori di mercato. Invita su questo gli studenti a seguire il dibattito sul suo blog personale. Sull'altro tema delicato del "Metaverso", ASSIRM organizza una conferenza sul tema e personalmente raccomandando il blog "osservatorio.metaverso.it" che costituisce un punto di riferimento fondamentale per chi è interessato agli sviluppi di AI nelle RM. In generale, ricordo il ruolo ineludibile dei Tiny Data rispetto ai Big Data.

*Le prospettive di mercato e di lavoro per la RM.* Rispetto alle discussioni degli anni precedenti, dove era stato messo l'accento sui mercati emergenti dell'Est Europa, soprattutto la Russia, si sta aprendo in maniera straordinariamente rapida il mercato asiatico, che probabilmente rappresenterà la frontiera del lavoro delle RM. Raccomanda quindi fortemente, dovendo scegliere investimenti professionali (p.e., tirocini o anche esperienze lavorative) almeno un anno in area asiatica. Dopo l'inglese, la conoscenza della lingua cinese si sta rivelando un asset speciale per chi lavora nel campo RM.

*Grandi panel e BIG DATA.* Il processo di concentrazione dei grandi panel è ormai completo, con approdo ad un oligopolio di due sole grandi multinazionali. Tuttavia, queste grandi multinazionali, svolgono la loro concorrenza sulla base principalmente del prezzo servendosi principalmente di BIG DATA e mai di dati specialistici. Quindi l'informazione che forniscono alle aziende interessate a RM è assolutamente generica mentre l'impresa cerca informazione mirata. La presenza del ricercatore di mercato all'interno dell'azienda è quindi fondamentale e questo suggerisce comunque dello spazio per competenze di qualità nel campo.

*Come si cerca lavoro in UE rispetto all'Italia.* In Italia la situazione è ancorata ai centri pubblici per l'impiego + raccomandazioni dirette ma non finalizzate ad un corretto incontro tra domanda ed offerta, mentre in gran parte del mondo internazionale le recommendation letters hanno un significato completamente diverso. Esperienze internazionali da questo punto di vista possono quindi essere altamente educative. Un approccio "attivo" nel campo della ricerca del lavoro è quello della candidatura esplicita presso aziende del settore, chiedendo di potere essere associato ai responsabili della ricerca e potere così seguire tutte le fasi della RM invece di essere subito parcellizzati su compiti altamente specializzati che impediscono l'apprendimento del lavoro da RM. Pertanto (in risposta a domanda di GN) VF raccomanda, potendo scegliere, di partire da piccole realtà dove uno possa avere una esperienza a vasto raggio e diversificata piuttosto che nelle grandi realtà (per esempio IPSOS) dove si viene tipicamente inseriti all'interno di una catena di montaggio delle RM e associati ad unica mansione con possibilità di crescita ed allargamento di vedute molto più modeste. Raccomanda di cercare la possibilità di associarsi a contesti dove vi siano ricercatori di alta qualità. PM chiede se vi siano dei canali per internship/stage di ricerca nel senso inteso da VF e VF raccomanda di esplorare il sito della Market research society. Infine, incoraggia, quando possibile, cercare lavoro nel campo della ricerca motivazionale in campo politico (sondaggi su quello che gli elettori potrebbe chiedere alla politica): Salamon, Pagnoncelli, Mannheimer, Visintini, che resta comunque uno dei terreni di maggiore apprendimento.



Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

*Istituti di RM.* In Italia ASSIRM (<https://www.assirm.it/> - ricerche di mercato, sondaggi e ricerca sociale) ne coinvolge circa 40-45 degli 80 circa attivi in Italia. Ovviamente uno dei colossi resta IPSOS (<https://www.ipsos.com/>). A livello internazionale ESOMAR (<https://esomar.org/>) è il punto di riferimento riconosciuto. Il presidente interviene per ricordare che ESOMAR ha visitato regolarmente il CS attraverso anche attività di ricerca del collega AG in collaborazione con il dottor Freni ricerche mondiali del mercato. Infine, segnala la "Research chat" (<https://www.mrs.org.uk/> - della Market Research Society inglese), una bellissima iniziativa cui partecipano esclusivamente i ricercatori (non gli istituti) e dove gli studenti possono iscriversi per entrare in contatto diretto coi ricercatori ed eventualmente candidarsi per attività.

*Relazione dott. Nadia Maselli.* Come formazione, dopo la laurea in MRM ha svolto un master di Digital marketing. Pur avendo seguito un percorso molto diverso da quello di VF (ricerca di mercato) ritengo che il percorso del nostro CS sia stato molto importante per apprendere concretamente l'importanza di vedere e conoscere l'attività di impresa a 360 gradi. In una prima fase ha lavorato soprattutto come consulente di impresa aiutando le imprese nelle loro decisioni strategiche. A questo fine ha effettivamente fatto molta ricerca di mercato e anche ricerca più generale come supporto alle decisioni. Il messaggio principale di questa mia diversificata esperienza lavorativa (che racconterò in dettaglio nel seminario agli studenti del giorno 11 maggio 2023) è che la conoscenza del mercato è la chiave del lavoro, al punto che in taluni casi non si può nemmeno partecipare a bandi competitivi oppure accedere a finanziamenti bancari senza esibire una dettagliata RM.

9/2022 Ho fondato Polo 5.0: azienda di supporto, basata sul lavoro di un gran numero di professionisti esperti, alle decisioni strategiche delle aziende. Findfacilitynet, le imprese falliscono perché sbagliano decisioni strategiche. FFN svolge soprattutto attività di supporto alla finanza agevolata. Le richieste (ai governi, ai ministeri, ai panel UE) devono essere supportate da solide basi documentali e qui la ricerca di mercato (e non solo) svolge un ruolo fondamentale per avere successo competitivo.

MANA IMMOBILIARE, chance nelle richieste di finanziamento devono essere solidamente supportate da basi documentali di RM.

Conferma pienamente l'approccio del collega VF al mercato del lavoro. Molto del suo successo professionale viene dal fatto di stabilmente candidata con candidature spontanee, scoprendo che le imprese davanti a candidature serie e di rilievo per loro, rispondono sempre.

Pisa, 26/5/2023

Il presidente CS e gruppo AQ  
Prof. Piero Manfredi