

STUDIO DI SETTORE WG41U

ATTIVITÀ 73.20.00      RICERCHE DI MERCATO E SONDAGGI DI  
OPINIONE

Marzo 2016

*Documento non definitivo*

## **PREMESSA**

L'evoluzione dello Studio di Settore VG41U – Ricerche di mercato e sondaggi di opinione, è stata condotta analizzando i modelli per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi di settore per il periodo d'imposta 2014.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 2.553.

Nella prima fase di analisi 296 contribuenti sono stati scartati in quanto, pur tenuti alla compilazione dei modelli, non risultano utilizzabili nelle successive fasi dell'elaborazione dello studio di settore (cessazione di attività, situazioni di non normale svolgimento dell'attività, contribuenti forfettari, ecc.).

Sui modelli studi di settore della restante platea sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione del campione dello studio, lo scarto di ulteriori 970 posizioni.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei contribuenti oggetto delle successive analisi è stato pari a 1.287.

<b>DISTRIBUZIONE DEI CONTRIBUENTI PER FORMA GIURIDICA</b>		
	Numero	% sugli elaborati
Persone fisiche	838	65,1
Società di persone	136	10,6
Società di capitali, enti commerciali e non	313	24,3

## **INQUADRAMENTO GENERALE**

I gruppi omogenei sono stati individuati sulla base dei seguenti fattori:

- rilevanza del committente principale;
- tipologia dell'attività;
- metodologie di ricerca;
- dimensione/struttura dell'attività.

La **rilevanza del committente principale** ha consentito di distinguere i contribuenti che operano prevalentemente per il committente principale (cluster 4) da quelli che originano ricavi/compensi da un ventaglio più ampio di clienti.

La **tipologia dell'attività** ha permesso di individuare i contribuenti che si occupano di attività a servizio completo (ricerche di mercato e/o sondaggi di opinione) (cluster 1, 2 e 5) e coloro che offrono attività di servizio alle ricerche di mercato/sondaggi di opinione (cluster 3).

Le **metodologie di ricerca** hanno permesso di enucleare, tra coloro che si occupano di attività a servizio completo (ricerche di mercato e/o sondaggi di opinione), i contribuenti che utilizzano: colloqui individuali, interviste telefoniche e personali, panel, ricerche omnibus, indagini continuative o altre ricerche multiclient e "mystery shopping" (cluster 1).

La **dimensione/struttura dell'attività** ha permesso di identificare, tra coloro che si occupano di attività a servizio completo (ricerche di mercato e/o sondaggi di opinione), i contribuenti di più grandi dimensioni (cluster 5).

I contribuenti del presente studio possono esercitare attività di lavoro autonomo o d'impresa.

Nelle successive descrizioni dei cluster emersi dall'analisi, salvo segnalazione contraria, l'indicazione di valori numerici riguarda valori medi.

## **DESCRIZIONE ECONOMICA DEI CLUSTER**

**CLUSTER 1 - CONTRIBUENTI CHE SVOLGONO ATTIVITÀ A SERVIZIO COMPLETO (RICERCHE DI MERCATO E/O SONDAGGI DI OPINIONE) UTILIZZANDO, QUALI METODOLOGIE DI RICERCA, COLLOQUI INDIVIDUALI, INTERVISTE TELEFONICHE E PERSONALI, PANEL, RICERCHE OMNIBUS, INDAGINI CONTINUATIVE O ALTRE RICERCHE MULTICLIENT E "MISTERY SHOPPING"**

### **NUMEROSITÀ: 183**

Il cluster comprende soggetti che in prevalenza si occupano di attività a servizio completo utilizzando, quali metodologie di ricerca, diverse tipologie di indagini di campo. In particolare, per quanto concerne il servizio offerto, l'89% dei contribuenti del cluster ottiene l'87% dei ricavi/compensi dalle ricerche di mercato, mentre il 34% dei soggetti deriva il 56% dei ricavi/compensi da sondaggi di opinione. In termini di metodologie di ricerca invece si distinguono: colloqui individuali (37% dei ricavi/compensi); interviste personali (59% dei ricavi/compensi per il 45% dei soggetti); interviste telefoniche (52% per il 34%); panel e/o ricerche omnibus e/o indagini continuative e/o altre ricerche multiclient (40% per il 16%). Da

evidenziare anche che il 14% dei componenti il cluster deriva il 18% dei ricavi/compensi da attività condotte con la tecnica del “mystery shopping”.

L'attività dei soggetti appartenenti al cluster si concentra su svariati settori economici e si rivolge ad una clientela che risulta essere localizzata prevalentemente nel Nord del Paese (58% dei ricavi/compensi). Tuttavia, rispetto a quanto rilevato a livello settoriale, si segnala il dato relativo alla localizzazione della clientela nel Sud e nelle Isole (59% dei ricavi/compensi per il 28% dei soggetti).

Si tratta in maggioranza di imprese (53% del totale) che impiegano 2 addetti e dispongono di 31 mq di locali destinati esclusivamente all'esercizio dell'attività. La presenza di personale dipendente si riscontra nel 26% dei casi.

I lavoratori autonomi, che in genere non si avvalgono di personale dipendente, nel 23% dei casi dichiarano di disporre di locali adibiti esclusivamente all'attività.

**CLUSTER 2 - CONTRIBUENTI CHE SVOLGONO ATTIVITÀ A SERVIZIO COMPLETO (RICERCHE DI MERCATO E/O SONDAGGI DI OPINIONE) UTILIZZANDO METODOLOGIE DI RICERCA DIVERSE DA COLLOQUI INDIVIDUALI, INTERVISTE TELEFONICHE E PERSONALI, PANEL, RICERCHE OMNIBUS, INDAGINI CONTINUATIVE O ALTRE RICERCHE MULTICLIENT E “MISTERY SHOPPING”**

**NUMEROSITÀ: 278**

Il cluster in oggetto comprende soggetti che in prevalenza si occupano di attività a servizio completo utilizzando metodologie di ricerca diverse da: colloqui individuali; interviste telefoniche e/o personali; panel e/o ricerche omnibus e/o indagini continuative e/o altre ricerche multiclient; “mystery shopping”. Più nello specifico, per quanto concerne l'attività svolta, i contribuenti del cluster concentrano la propria offerta sulle ricerche di mercato (92% dei ricavi/compensi per il 96% dei soggetti), pur se il 14% degli appartenenti al cluster ottiene quasi la metà dei propri ricavi/compensi dai sondaggi di opinione.

L'offerta appare piuttosto diversificata dal punto di vista dei settori economici serviti. Si segnala che i contribuenti appartenenti a tale cluster, pur concentrando l'attività prevalentemente nel Nord del Paese (61% dei ricavi/compensi), si distinguono per fare riferimento anche a clienti del Centro Italia (58% dei ricavi/compensi per il 31% dei soggetti) e del Sud e delle Isole (59% per il 21%).

Le imprese del cluster (60% del totale) dichiarano di disporre di 29 mq di locali destinati esclusivamente all'attività. Si evidenzia che tali imprese impiegano generalmente un addetto e che la presenza di personale dipendente si riscontra nel 18% dei casi.

I lavoratori autonomi nel 27% dei casi dichiarano di possedere locali destinati esclusivamente all'attività. La presenza di personale dipendente si riscontra nell'1% dei casi.

### **CLUSTER 3 - CONTRIBUENTI CHE SVOLGONO ATTIVITÀ DI SERVIZIO ALLE RICERCHE DI MERCATO/SONDAGGI DI OPINIONE**

#### **NUMEROSITÀ: 138**

Il cluster in oggetto comprende soggetti che si occupano in prevalenza di attività di servizio alle ricerche di mercato/sondaggi di opinione, che si sostanziano principalmente in: rilevazione e raccolta dati (69% dei ricavi/compensi per il 67% dei soggetti); analisi dati (59% per il 46%); trattamento dati (46% per il 30%).

L'attività dei componenti il cluster, concentrata prevalentemente nel Nord del Paese (65% dei ricavi/compensi), è rivolta in misura significativa a soggetti che si occupano di ricerche di mercato e sondaggi di opinione (88% dei ricavi/compensi per il 43% dei soggetti).

La maggioranza della popolazione del cluster è rappresentata da imprese (58% del totale), che dichiarano di disporre di 72 mq di locali adibiti ad uso esclusivo dell'attività. Tali imprese si avvalgono in genere di 3-4 addetti e, nel 38% dei casi, fanno rilevare la presenza di personale dipendente.

I lavoratori autonomi nel 28% dei casi dichiarano di possedere locali destinati esclusivamente all'attività. Nel 2% dei casi si riscontra la presenza di personale dipendente.

### **CLUSTER 4 - CONTRIBUENTI CHE OPERANO PREVALENTEMENTE PER IL COMMITTENTE PRINCIPALE**

#### **NUMEROSITÀ: 623**

Questo cluster è formato da contribuenti che originano l'89% dei propri ricavi/compensi dal committente principale.

I tre quarti dei soggetti ottengono il 91% dei ricavi/compensi da ricerche di mercato. Dal punto di vista delle metodologie di ricerca adottate si distinguono in particolare: colloqui individuali (58% dei ricavi/compensi per il 25% dei soggetti); ricerche a tavolino (57% per il 15%); interviste personali (55% per il 14%); interviste telefoniche (51% per il 13%).

Nei termini dei comparti a cui rivolgono la propria offerta, rispetto a quanto rilevato a livello settoriale, si tende ad osservare una maggiore concentrazione dei ricavi/compensi in specifici ambiti: manifatturiero (prodotti di consumo e durevoli, etc.); chimico-farmaceutico (compreso agricolo e zootecnico); comunicazione (agenzie di pubblicità) e media (televisione, radio, ecc.); servizi economici e/o finanziari. La stessa osservazione vale in termini di localizzazione della clientela, con riferimento alla quale va rilevata, in linea con le tendenze settoriali, una prevalenza del Nord del Paese.

Si tratta in maggioranza di imprese (54% del totale) che, nel 47% dei casi, dispongono di 51 mq di locali destinati esclusivamente all'esercizio dell'attività. Da segnalare che tali soggetti impiegano 1-2 addetti e, nel 10% dei casi, si avvalgono di personale dipendente.

Riguardo al lavoro autonomo, si evidenzia la presenza di soggetti che, nel 27% dei casi, svolgono l'attività utilizzando locali adibiti ad uso esclusivo. In genere non si riscontra la presenza di personale dipendente.

**CLUSTER 5 - CONTRIBUENTI DI PIÙ GRANDI DIMENSIONI CHE SVOLGONO ATTIVITÀ A SERVIZIO COMPLETO (RICERCHE DI MERCATO E/O SONDAGGI DI OPINIONE)**

**NUMEROSITÀ: 62**

Questo cluster comprende soggetti di più grandi dimensioni (si avvalgono in genere di 11 addetti) che offrono in larga prevalenza attività a servizio completo. Più nello specifico, i contribuenti del cluster ottengono l'80% dei ricavi dalle ricerche di mercato, mentre il 23% di essi deriva poco più di un terzo dei ricavi da sondaggi di opinione.

Tali soggetti non presentano una particolare specializzazione dal punto di vista delle metodologie di ricerca adottate e dei settori serviti. La stessa osservazione vale in termini di localizzazione della clientela. Tuttavia a livello di clientela si evidenzia, rispetto alla situazione settoriale, una significativa frequenza nella fornitura di servizi a favore di Enti privati (58% dei ricavi per il 44% dei soggetti) ed Enti pubblici (12% per il 39%).

Il cluster si compone esclusivamente di imprese, che dichiarano di operare su 203 mq di locali adibiti ad uso esclusivo dell'attività. Tali imprese in larga prevalenza fanno rilevare la presenza di personale dipendente.