



Una ricerca di mercato è una raccolta, un'analisi, una elaborazione di dati: può essere anche definita uno studio degli elementi che sono in seguito utilizzabili per prendere efficacemente delle decisioni. Queste ricerche sono in genere di carattere esplorativo e servono per chiarire degli aspetti e farsi delle idee utilizzabili in diversi ambiti.

Senza le ricerche di mercato oggi non sapremmo che nell'Italia del 2007 un single con un reddito di 25 mila euro paga una tassa sulla persona fisica (IRPEF) del 20,51%, mentre in Spagna pagherebbe il 17,46%, in Austria il 16,53%, in Germania pagherebbe il 16,23%, nel Regno Unito il 13,85%, in Francia il 7,56%. Non sapremmo neppure che una famiglia italiana composta da coniuge e due figli a carico, con un reddito medio di 50 mila euro medio annuo paga il 26,43% contro lo stesso tipo di famiglia in Francia che paga il 5,00% (da *Il Sole 24ore* 15.01.07).

Un divario enorme da analizzare in altri contesti con la massima attenzione.

Per fortuna, con l'avvento dell'Euro, queste ricerche sono più facili da interpretare e da comprendere in quanto la standardizzazione della moneta aiuta a gestire meglio i risultati e le comparazioni diventano più semplici. Lo studio approfondito del Marketing in un'azienda, dicono alcuni ricercatori, equivale alla preparazione del campo alla battaglia durante un conflitto e porta, con buone probabilità alla vittoria;

infatti, più si studiano le tecniche di movimento delle truppe nella morfologia del territorio, più ci sono buone prospettive di successo.

Natural1 ha promosso un'iniziativa che ha coinvolto il settore del "naturale" con una Ricerca di Mercato giudicata dagli operatori molto utile, atta ad orientare la condotta strategica ed operativa delle imprese che lavorano in questo dinamico comparto comprendente diversi settori: la Fitoterapia, la Nutraceutica, la Cosmesi naturale.

E' da precisare che i dati raccolti, sono inerenti alle erboristerie ed ai negozi di prodotti naturali; quelli relativi ad altre categorie di punti vendita sono in elaborazione.

Come per ogni altra iniziativa dopo aver raccolto ed interpretato, Natural1 non arriva a facili conclusioni ma, proprio attraverso la stampa e la diffusione dei dati raccolti ed analizzati, mette in condizione il lettore di trarre lui stesso le proprie deduzioni. Interessante leggere a pagina 48 del fascicolo di settembre 2006 la presentazione del Progetto di Ricerca e poi su questo stesso fascicolo a pagina 52 ecco una versione "light" con i risultati e le conclusioni di analisi generale e dei "cluster".

I grafici nelle pagine seguenti poi aiutano il lettore ed evidenziano in modo chiaro i risultati di questa indagine, assolutamente necessaria a tutte le aziende (sia produttrici che distributrici che punti vendita) per poter pianificare le strategie di investimento nei prossimi anni.

Per ribadire l'importanza e la tradizione di questa scienza che, proprio nuova non è, nel contesto del futuro miraggio di un'evoluzione positiva della nostra società, citiamo infine senza nessuna intenzione di mancare di rispetto, alcune parole piene di sense of humour di Monsignor Ernesto Vecchi, contenute in una frase diventata famosa e pubblicata nella presentazione di un celebre libro: "Il Marketing? Ha cominciato Gesù, già duemila anni fa".

E noi, visti i risultati, anche se avremmo tante cose da dire...diciamo solo: "chapeau"!

Ci inchiniamo e ci togliamo il cappello in senso di rispetto.

Bruno Agostinelli