

**AUDIZIONE DELL'ASSIRM PRESSO
IL SENATO DELLA REPUBBLICA
COMMISSIONE 10^a INDUSTRIA, COMMERCIO, TURISMO
DDL 2337 - NORME PER LA TUTELA, LO SVILUPPO E LA COMPETITIVITÀ DEL SETTORE
DEI CALL CENTER
19 Settembre 2017**

Cos'è l'ASSIRM

Assirm è l'Associazione nata nel 1991 che riunisce le maggiori aziende italiane di **Indagini statistiche, Ricerche di Mercato, Sondaggi di opinione e Ricerca Sociale.**

Obiettivi dell'Associazione sono:

- **Presidio del sapere**
- **Valorizzare il ruolo e la funzione sociale della ricerca di mercato, sociale e di opinione**
- **Favorire e promuovere la crescita della qualità del servizio offerto dai propri Associati**
- **Sviluppo di relazioni istituzionali per la tutela degli interessi del settore**

Gli istituti associati sono società private e indipendenti, impegnate al rispetto del **Codice di Etica Professionale Assirm** ([http://www.assirm.it/il-codice-delle-ricerche-kcodice delle ricerche.htm](http://www.assirm.it/il-codice-delle-ricerche-kcodice-delle-ricerche.htm)) e delle relative **Norme di Qualità**, ispirati agli standard di settore Iso 20252 e Vision 2000. Il Codice regola l'attività degli istituti e integra quello di Esomar, l'Associazione Europea dei Professionisti di Ricerche di Mercato, con norme attinenti all'attività degli istituti.

Nella sua attività istituzionale, Assirm **collabora con Università** e con diverse associazioni di ricercatori e di studiosi, quali **Efamro** e **Esomar**. Assirm è socio promotore di **Pubblicità Progresso**.

Presidente di Assirm è ***Umberto Ripamonti***.

Mission

Assirm promuove una sempre più vasta affermazione del valore **della ricerca di mercato, sociale e d'opinione**, quale strumento di conoscenza e comprensione dei fenomeni sociali, economici e politici.

La mission di Assirm si ispira a quattro **valori fondamentali**:

- Il **valore sociale della ricerca**: inteso come capacità di andare oltre la mera informazione per offrire la comprensione del significato dei fenomeni e delle dinamiche sociali, grazie al costante perseguimento della competenza professionale e dell'eccellenza nelle prestazioni
- Il **valore della ricerca come alto impegno di servizio**: per l'utilità diretta dei committenti e il soddisfacimento delle loro esigenze, ma, indirettamente, anche per

l'utilità e il soddisfacimento di tutti i segmenti della collettività, per il bene della società stessa e per un futuro migliore

- Il **valore di una coscienza professionale matura**: per l'esercizio responsabile di una professione che sappia perseguire le finalità dei committenti non disgiuntamente da quelle sociali
- Il **valore della formazione dei ricercatori**: al fine di una intelligenza di ricerca adeguata alla crescente complessità della società ed alla sua progressiva trasformazione.

Vision

Operare in modo che la **ricerca di mercato** sia largamente riconosciuta ed **apprezzata per il suo valore**, che il suo **uso si diffonda in modo crescente tra istituzioni, imprese e associazioni** e che il suo **Codice di Etica Professionale** e le **Norme di Qualità** siano considerati garanzia di eccellenza.

La posizione dell'ASSIRM

L'Associazione accoglie con grande favore l'avvio dell'esame di questo disegno di legge, che, oltre ad occuparsi di migliorare alcune delle norme presenti nell'ordinamento, col tentativo di migliorarle, introduce degli elementi innovativi quali la **certificazione di qualità obbligatoria** per le imprese che operano nel settore, per garantire il rispetto dei contratti nazionali collettivi di lavoro, l'assolvimento degli obblighi contributivi, fiscali e assicurativi da parte dell'azienda, l'utilizzo di personale qualificato; e l'**osservatorio permanente** per monitorare lo stato dell'arte e le vertenze e per sostenere l'innovazione tecnologica e la formazione del personale.

I principi ispiratori del disegno di legge sono assolutamente in linea con quanto l'Associazione persegue da anni avendo previsto, fin dalla sua costituzione, una serie di organi statutari che hanno il compito di dettare le regole di buona condotta e di verificarne l'applicazione comminando sanzioni che vanno fino all'espulsione dall'Associazione stessa.

Tali organi sono il Comitato Standard di Qualità (http://www.assirm.it/il-comitato-standard-di-qualit-assirm_kprogramma_qualita.htm) e il Comitato Disciplinare (composto da membri esterni all'associazione - http://www.assirm.it/il-comitato-disciplinare-assirm_kcomitato_disciplinare.htm).

Cosa chiede l'ASSIRM

Il legislatore ha molto spesso accumulato, nei diversi provvedimenti legislativi, le indagini statistiche, sociali e d'opinione e le ricerche di mercato condotte, per mezzo dello strumento telefonico, alle attività di telemarketing. In realtà le indagini statistiche hanno differenze rilevanti rispetto alle attività di telemarketing (in appendice le principali).

Per questo motivo, l'Associazione richiede i seguenti cambiamenti nel disegno di legge:

- **Art.6, punto 2**: L'Associazione auspica che il punto 2) di questo articolo faccia riferimento alle sole attività *inbound* (attività che non rientrano nell'ambito di applicazione delle indagini statistiche e ricerche di mercato). Le attività tipiche delle aziende Associate, essendo unicamente *outbound*, prevedono l'utilizzo di contratti di collaborazione coordinata e continuativa che mal si conciliano con quanto richiesto da questo punto. Tra l'altro, come

specificato meglio in appendice, i contratti stipulati tra le aziende associate e i propri clienti, hanno tipicamente una durata che va da poche settimane a qualche mese e solo eccezionalmente hanno durata pluriennale.

- **Art.7, punto 1:** Anche per questo punto, l'Associazione chiede che vengano prese in considerazione le differenze che esistono tra le attività di *contact center* più tipiche (telemarketing, assistenza tecnica, back office e recupero crediti) da quelle specifiche legate alle indagini statistiche e ricerche di mercato. In quest'ultimo caso, la gran parte delle attività hanno un ciclo di vita relativamente breve: dal momento in cui una azienda contatta un'azienda Associata per affidargli un incarico, al momento in cui le attività che prevedono l'utilizzo di un *contact center* iniziano, passano poche settimane e questo renderebbe impossibile poter comunicare con 120 giorni di anticipo la volontà di delocalizzare tali attività.

Appendice

Cosa differenzia gli Associati ASSIRM dalle società che fanno telemarketing.

Sebbene alcune delle società che appartengono all'ASSIRM utilizzino il mezzo telefonico per realizzare parte delle proprie attività, sono enormi le differenze rispetto alle società che si occupano di telemarketing. Nello specifico:

- **Finalità sociali del lavoro svolto dalle società aderenti all'Assirm:** le ricerche di mercato rilevano, descrivono e spiegano i comportamenti, le opinioni, gli atteggiamenti dei consumatori e dei clienti e li comunicano alle imprese e agli altri soggetti economici e sociali interessati a conoscerli. Il ruolo della ricerca è di creare e diffondere conoscenza e di fornire un indirizzo alle azioni della Committenza (aziende, enti e istituzioni pubbliche – tra le quali - Istat, Banca d'Italia, Enti/Amministrazioni Centrali e Locali, ecc. – e private, etc.).
- **La vendita diretta o la promozione commerciale è esplicitamente vietata agli Associati:** il Codice delle ricerche di mercato, sociali e d'opinione esclude che essi possano mai esercitare l'attività diretta di promozione e di vendita, né possano assumere, nei confronti dei propri Clienti incarichi operativi che possano risultare in conflitto, non solo rispetto al Cliente, ma anche rispetto all'insieme dei soggetti con i quali entrano in relazione per la loro attività di ricerca: fornitori, intervistati, il pubblico in generale, colleghi e comunità scientifica. In particolare, gli Associati Assirm si dissociano da qualsiasi attività che abbia lo scopo di sfruttare le relazioni attivate con la ricerca per vendere alcunché agli intervistati.
- **Utilizzo dei dati personali degli intervistati:** gli Associati Assirm utilizzano i dati raccolti unicamente in forma aggregata. Ciò vuol dire che alla Committenza verranno fornite unicamente analisi sui fenomeni oggetto di studio e mai sui singoli intervistati che hanno permesso di realizzare tali analisi. Eccezionalmente, i dati raccolti possono essere comunicati a terze parti, ma solo dietro esplicito e informato consenso dell'interessato.
- **Durata dei contratti delle attività che gli Associati realizzano:** solitamente le commesse che gli Associati ricevono hanno un orizzonte temporale molto più ristretto rispetto alle commesse legate al telemarketing o alla gestione di contact center. Tipicamente, un contratto per indagini statistiche o ricerche di mercato posso avere una durata da poche settimane a qualche mese e solo eccezionalmente hanno durata pluriennale.