



G&G ASSOCIATED

SONDAGGI DI OPINIONE E MARKETING OPINION POLLS AND MARKETING SURVEYS

G&G Associated, Istituto italiano e internazionale per le Ricerche di Marketing, i Sondaggi di Opinione e gli Studi Sociali, nasce nel 2008 su iniziativa di Giacomo Galante, ricercatore statistico proveniente da GFK Eurisko, insieme a Giuseppe Torre e Alessandro Santoni, direttori di ricerca provenienti da Mesomark.

Il 2008 è un anno difficile per dar vita ad una nuova avventura imprenditoriale, a causa della sfavorevole congiuntura economica che inizia a manifestarsi e che porterà in breve tempo la maggior parte degli Istituti di Ricerca italiani a ridimensionarsi o a sospendere l'attività. Cosa induce, dunque, questi ricercatori a intraprendere un percorso così impegnativo e gravido di incognite?

Innanzitutto, una motivazione di tipo razionale: la volontà di non disperdere un ricchissimo patrimonio di competenze nelle ricerche di marketing, acquisito nel corso di una lunga carriera professionale, che spazia dalle indagini in campo farmaceutico a quelle sui beni di largo consumo, dai servizi alla comunicazione, dai prodotti di intrattenimento agli studi sulle tendenze culturali e sui fenomeni sociali. Ma accanto a questa esigenza più razionale, a spingere questo pool di ricercatori è anche una motivazione psicologica: il desiderio di sfidare l'opinione corrente in quegli anni, che consigliava di avventurarsi in una nuova impresa, e di dimostrare, a dispetto della crisi, che con la consapevolezza dei propri mezzi, la volontà di riuscita, l'applicazione costante ed un pizzico di temerarietà, si potessero raggiungere risultati impronosticabili. Sin dai primi anni, G&G Associated conosce una costante crescita di fatturato e di portafoglio clienti, e in breve tempo passa dalla piccola sede nel quartiere Prati, popolata da un ridotto team di professionisti, alla più prestigiosa sede di Viale Regina Margherita, dove oggi operano oltre 20 dipendenti fissi e dove ruota l'esercito di collaboratori, free lance, consulenti e intervistatori, linfa vitale delle numerose attività dell'Istituto.

Questo percorso evolutivo, caratterizzato anche dall'ampliamento degli orizzonti applicativi dell'Istituto, sempre meno ancorato alle tradizionali ricerche di marketing e sempre più votato anche agli studi di tipo sociale ed economico, porta il gruppo dirigente ad affiancare alle consolidate Business Unit interne un Centro Studi, al servizio di importanti organizzazioni private e istituzionali, dedicato all'analisi dei più rilevanti fenomeni in ambito sociale: dal mondo della sanità a quello delle imprese produttive, dai servizi alle competenze manageriali, dalla tecnologia alla comunicazione social, fino ad arrivare alle prospettive future connesse alla green economy, all'intelligenza artificiale, ai nuovi modelli organizzativi. Nel frattempo, nasce e si consolida rapidamente anche G&G Idee e Soluzioni (IES): un centro di eccellenza per le attività di Customer Service e di Customer Relationship Management del Gruppo, con un'imponente struttura operativa e risorse tecnologiche d'avanguardia. Questo centro, oltre ad ampliare le potenzialità operative del Gruppo, risponde anche ad esigenze etiche, sempre centrali negli orientamenti del gruppo dirigente: degli oltre 70 dipendenti impiegati, la grande maggioranza proviene da call center che, a causa della crisi, negli ultimi anni avevano chiuso o trasferito le proprie attività in altre sedi. In questo modo si è contribuito a restituire una certezza di lavoro ad oltre 70 famiglie. A ciò si aggiunge il fatto che il 72% delle risorse impiegate è costituito da donne: una quota in controtendenza rispetto al gender gap che caratterizza lo spazio occupazionale in Italia. Un lungo percorso, quello di G&G Associated, trasformatosi negli anni – e nonostante i tempi tutt'altro che favorevoli - da piccolo laboratorio di professionisti qualificati ad un Istituto di ricerca e consulenza, in grado di porsi oggi come un importante punto di riferimento nel panorama degli studi e delle analisi sociali del nostro Paese.



G&G Associated, an Italian and international agency specialising in Marketing Research, Opinion Polls and Social Studies, was founded in 2008 by Giacomo Galante, a statistical researcher formerly at GFK Eurisko, together with Giuseppe Torre and Alessandro Santoni, research directors formerly at Mesomark.

2008 was an especially difficult year to launch a new business enterprise in the unfavourable economic climate that had then begun to develop, which rapidly led to the rationalisation or even closure of a significant number of Italian market research agencies. So what induced these researchers to embark on a path that was so demanding and fraught with unknowns? For a rational reason first and foremost: the determination not to waste a rich heritage of marketing research skills honed throughout a long professional career. But alongside this more rational need this team was also driven by a psychological motivation: a desire to challenge the prevailing attitude of the time which advised against venturing on new enterprises, and to show that by being aware of their resources, by having the determination to succeed and by combining diligence and a touch of recklessness, they could achieve big results. From its very first years G&G Associated enjoyed steady growth in its turnover and portfolio, with its team of professionals at its compact premises in Rome's Prati district rapidly needing to be moved to more prestigious offices in Viale Regina Margherita. Working here now are over 20 full-time employees and a rotating army of assistants, freelance researchers and interviewers who are the life blood of the agency's many activities. This evolutionary path, also accompanied by a broadening of G&G's field of activity to increasingly include social and economic studies as well as traditional marketing research, has led the company management to launch a Centre of Studies. This Centre is at the service of major private and institutional organisations and specialises in the analysis of the most significant social phenomena. Also founded and rapidly consolidated in the meantime has been G&G Ideas and Solutions (IES): a centre of excellence for the Group's Customer Service and Customer Relationship Management activities that boasts an impressive operational structure

and cutting-edge technological resources. As well as expanding the operational potential of the Group, this centre also meets an ethical need that was always central to the corporate culture: the majority of the 70-plus IES employees came from call centres in Rome that, due to the economic crisis, had in recent years closed down or transferred their activities to decentralized locations. A long journey for G&G Associated, which has transformed itself over the years - in a by no means favourable climate - from a small workshop of qualified professionals to a research and consultancy agency positioned as an important point of reference within the panorama of Italian research and social analysis.

