



Osservatorio Multicanalità, Rcs Pubblicità torna come main sponsor. Rcs Pubblicità conferma anche quest'anno il suo ruolo di main sponsor (con Enel e Yahoo) alla quinta edizione dell'Osservatorio Multicanalità. La ricerca 2011 condotta da Nielsen, Connexia e la School of Management del Politecnico di Milano sarà presentata il 15 dicembre in occasione del convegno «La multicanalità genera sviluppo?».