

Osservatorio Multicanalità 2011: i risultati della ricerca

di **OlimpiaB** | 16/12/2011 10:30

Si è tenuto ieri il convegno di presentazione dei risultati dell'**Osservatorio Multicanalità 2011**, condotto da **Nielsen**, **Connexia** e la **School of Management del Politecnico** di Milano. I dati rivelati riguardano il progetto di ricerca che studia l'evoluzione del consumo multicanale e l'approccio strategico delle aziende alla multicanalità.

Ecco alcuni risultati emersi dall'edizione 2011, dopo cinque anni di ricerca: i consumatori multicanale sono il 47% della popolazione italiana (+7% rispetto al 2010). Le aziende italiane, caratterizzate da un approccio multicanale strategico, hanno ottenuto performance superiori ai competitors. La crisi non ha rallentato l'introduzione e l'uso di nuove tecnologie e di device digitali: i tablet solo nel 2011 hanno raggiunto una diffusione pari a un milione di possessori. Boom per l'e-commerce, complici i gruppi d'acquisto, noti a 10,1 milioni di italiani, con un incremento dell'uso di internet.

Abbiamo intervistato **Andrea Boaretto** - *Head of Marketing Projects della School of Management del Politecnico di Milano* - che ai nostri microfoni ha descritto nel dettaglio la relazione tra le imprese italiane e la multicanalità.

