



LA VIDEO INTERVISTA

MULTICANALITÀ COME MOTORE DI SVILUPPO PER AZIENDE E CONSUMATORI



CLICCA SUL FRAME PER IL VIDEO

Crisi o non crisi, la multicanalità genera sviluppo sia nelle aziende sia tra i consumatori. Gli individui multicanale, difatti, hanno ormai raggiunto quota 47% della popolazione italiana mentre ottime performance di business supe-

riori alla concorrenza hanno caratterizzato le imprese che hanno adottato un simile approccio negli ultimi anni. A evidenziarlo la quinta edizione dell'**Osservatorio Multicanalità** proposto da **Nielsen** in collaborazione con

Connexia e **School of Management del Politecnico di Milano** che coinvolge ogni anno circa di 7mila individui di età superiore ai 14 anni. Appartenenti a 3mila famiglie del panel Nielsen Homescan.