

HOME PAGE & NEWS

[ARCHIVIO B&P](#)

[EVENTI E FIERE](#)

[RADIOTV FORUM](#)

[BEST OF](#)

[INFO SU B&P](#)

[MEDIA KIT](#)

[NEWSLETTER GRATIS](#)

Ultimo numero



cerca nel sito...

cerca

Broadcast and Production

Reg. Trib. Mi n. 275
del 16 aprile 1999

Direttore: A. Rivetta

Editore **NewBay
Media Italy srl**
P.I. 03775710274

IN ITALIA LA MULTICANALITÀ GENERA SVILUPPO

PDF PRINT

lunedì 19 dicembre 2011

Presentati i risultati dell'Osservatorio Multicanalità 2011 condotto da Nielsen, Connexia e la School of Management del Politecnico di Milano.

Con all'attivo cinque anni di ricerca, l'**Osservatorio Multicanalità** studia l'evoluzione del consumo multicanale e l'approccio strategico delle aziende alla multicanalità.

Secondo quanto emerso dall'edizione 2011, i cui risultati sono stati presentati il 15 dicembre scorso nel consueto appuntamento con il convegno al Politecnico di Milano, la multicanalità in Italia porta un contributo alla crescita e allo sviluppo economico, sia per le aziende che per i consumatori.

Si assiste, infatti, a una maturità dei consumatori multicanale, che continuano a crescere, raggiungendo il 47% della popolazione italiana maggiore di 14 anni (+7% rispetto al 2010), ma che si avviano a una stabilizzazione.

Se da un lato la crisi economica ha dato la spinta ai consumatori ad essere maggiormente coinvolti nel processo di acquisto, incentivando la migrazione dall'area della tradizione a quella dell'innovazione, dall'altro ha contribuito a fissare alcuni comportamenti maggiormente consolidati sui segmenti chiamati in gergo "Reloaded" (consumatori maturi ed "affamati" di informazioni, ma che cercano sempre un contatto diretto) e "Open Minded" (consumatori tecnologicamente avanzati, che sono alla ricerca di soluzioni rapide e convenienti e che non cercano un contatto diretto).

Anche per quanto concerne le aziende, l'Osservatorio Multicanalità ha dimostrato come le imprese italiane più virtuose, che in questi anni hanno adottato un approccio multicanale strategico e integrato, abbiano ottenuto ottime performance di business sia in termini di fatturato, profittabilità, quota di mercato, che in termini di customer satisfaction e loyalty.

La crisi non ha, invece, arrestato l'adozione di tecnologie e device digitali, che conferma il trend in crescita: aumenta il numero di potenziali navigatori da PC, ma soprattutto cresce il numero di utenti attivi nel mese (+12%) e nel giorno medio (+7,5%).

Anche il **mobile** si conferma sempre più al centro della dieta mediatica del consumatore multicanale, con una previsione di sorpasso degli smartphone sui cellulari tradizionali già entro la fine dell'anno.

Il 2011 inoltre è l'anno dei tablet, che raggiungono una diffusione pari a 1 milione di possessori. Una nota sui risultati presentati al convegno di Milano dall'Osservatorio Multicanalità è consultabile **QUI**.

Le presentazioni illustrate al convegno sono invece consultabili **QUI**

< Prec.

Pros. >

[Indietro]

© 2011 Broadcast & Production