Il negozio nell'era di Internet: primo, saper emozionare.

Fra 10 anni, i negozi "tradizionali", fra cui le agenzie di viaggio, ci saranno ancora. E ancora rivestiranno un **ruolo importante, ma solo se capaci di emozionare e di coinvolgere il cliente**: ci crede oltre il 70% degli intervistati (consumatori e imprenditori) nell'indagine "**Il negozio nell'era di internet"**, realizzata da Confcommercio-Imprese per l'Italia in collaborazione con Format Ricerche.
Per gli esercenti è una buona notizia, ma insieme um monito. Nel dettaglio, secondo la ricerca un'ampia maggioranza di consumatori (76%) e di imprenditori (66%) ritiene che i negozi tradizionali tra dieci anni avranno ancora un ruolo importante, ma solo se capaci di emozionare e di coinvolgere il cliente, trasformando quel comportamento che fino a ieri era considerato soltanto un evento in una vera e propria **"esperienza di acquisto"**. La pensa diversamente solo il 14% dei consumatori e il 27% degli imprenditori, secondo cui i negozi tradizionali spariranno e il mercato sarà esclusivamente on line; secondo il 10% dei consumatori e il 7% degli imprenditori, infine, i negozi tradizionali continueranno a esistere, ma ricopriranno soltanto un ruolo di consulenza e di assistenza sui prodotti.
Secondo l'indagine, il **55,6% dei consumatori dichiara di aver acquistato almeno una volta online** (di questi, oltre la metà, il 51,2%, su siti di e-commerce specializzati, il 21,4% su siti dove si possono comprare o vendere un bene/servizio sia nuovo che usato, il 18,3% su siti di grandi catene commerciali che hanno anche negozi fisici tradizionali, il 9,1% su siti dedicati ai gruppi d'acquisto con coupon scontati) per ragioni legate soprattutto ai **prezzi inferiori** praticati in rete e alla possibilità di confrontare con facilità i prezzi. Chi non acquista online, invece, lo fa principalmente per l'impossibilità di provare il prodotto (59,2%), la scarsa fiducia nei siti internet (53%), la mancanza di interazione con il venditore/commesso (43,7%). In ogni caso, anche per chi non acquista su Internet, la rete ha assunto un fondamentale ruolo di **"guida degli acquisti"**: il 54,9% dei consumatori dichiara di aver cercato un prodotto su internet prima dell'acquisto in un negozio tradizionale.
Per quanto riguarda le tipologie di consumatori, l'acquirente tradizionale è soprattutto donna, di età superiore ai 45 anni, coniugata o convivente, residente in comuni superiori ai 40mila abitanti; l'heavy e-shopper è principalmente uomo, sotto i 45 anni, non coniugato e residente in famiglia, residente in comuni con meno di 40mila abitanti.