

to di vendita il quale gode di una potenzialità di posizione e fornisce un servizio molto personalizzato ad una clientela di ceto sociale medio-alto; un elemento di "modernizzazione", che identifica una tipologia di esercizi sostanzialmente efficienti e redditivi, che attuano moderne strategie organizzative, promozionali e di vendita; l'elemento "esposizione alla concorrenza del dettaglio moderno", che caratterizza un gruppo di punti di vendita che presentano, a parità di altre condizioni, una situazione economica relativamente meno favorevole, rispetto agli esercizi non esposti a tale concorrenza; l'elemento "ricorso a manodopera dipendente", che identifica un insieme di punti di vendita piuttosto moderni ed efficienti, di buona redditività ed in media di dimensioni fisiche relativamente elevate; il quinto elemento, infine, rappresentato dalla localizzazione del punto di vendita in zona agricola, che individua una tipologia sostanzialmente statica, caratterizzata da relativamente scarsa redditività ed efficienza.

Quanto al dettaglio moderno, l'applicazione separata dell'analisi al settore "non discount" ed a quello "discount" ha portato ad identificare due serie distinte di raggruppamenti.

Nel settore non discount si sono individuati cinque raggruppamenti significativi, caratterizzati rispettivamente dai seguenti elementi di peculiarità: un primo elemento di dinamismo e servizio, che consente un raggruppamento di imprese efficienti e redditizie, che godono di sensibili economie di scala; un elemento di efficiente gestione del lavoro; un elemento di caratterizzazione merceologica dell'offerta, che identifica un gruppo di esercizi - a carattere locale e di media dimensione - con elevata integrazione di deperibile; l'elemento "compressione dei costi" intorno al quale si raggruppano le imprese indipendenti a vari livelli dimensionali; l'elemento "alto volume di