

In linea generale si osserva una reattività più intensa e più articolata da parte delle imprese che denunciano una perdita di clienti rispetto al gruppo che esprime una clientela stabile; si osserva altresì che - all'interno dei gruppi - i valori della reattività crescono, tendenzialmente, al crescere del livello di professionalità.

Infatti, per la categoria di negozi che ha avvertito una riduzione della propria clientela a causa delle conflittualità presenti nella sua area di mercato, ben l'88% degli imprenditori di medio-alto livello attua politiche di sostegno; con un ventaglio molto articolato fra tutte le tipologie di intervento: il 18% interviene sulla struttura dell'assortimento, il 17% sui livelli dei prezzi, il 25% su entrambe le forme, il 13% con strategie di pubblicità sul prodotto e sul punto di vendita.

Per gli imprenditori dello stesso gruppo, ma di livello medio-basso, la percentuale degli interventi è pari al 57% ed anche più ridotto è il ventaglio operativo.

Come già accennato, per la categoria dei negozi che - pur operando in zone contigue alla concorrenza del moderno - non ha rilevato una perdita di clienti, i segnali di intervento, pur presenti, sono molto più ridotti. Infatti solo il 47% degli imprenditori di livello medio-alto interviene, con pesi differenziati, su tutte le iniziative; per gli imprenditori classificati a livello medio-basso, solo il 20% dichiara di applicare iniziative atte a fronteggiare il confronto con il mercato, peraltro con interventi più circoscritti, sia come peso che come qualità.

Nonostante il significato "relativamente qualitativo" che assumono queste indicazioni, ognuna delle quali andrebbe verificata con