

Per quanto concerne gli elementi di maggior caratterizzazione, i negozi di questo gruppo risultano più ampi della media (73 metri quadrati di superficie di vendita); hanno un volume di affari superiore a tutti gli altri gruppi, margini intorno alla media del comparto, utili di impresa lievemente inferiori a quella dei negozi "modernizzati" che su dimensioni abbastanza omogenee non occupano o occupano meno dipendenti.

Tali negozi sono ben attrezzati di gondole espositive, banchi frigoriferi e per surgelati in misura appena inferiore ai negozi modernizzati dai quali si distinguono, essenzialmente, per la tecnica di vendita adottata, poiché invece di vendere quasi interamente a self-service conservano una struttura più tradizionale in cui la vendita al banco è, se non totale, almeno prevalente. Tali esercizi hanno, più spesso di tutti gli altri, un'insegna al neon che ne segnala la presenza; sono localizzati centralmente o in zone fittamente abitate, inserite in un tessuto commerciale ricco di negozi simili o di altra specializzazione merceologica. Servono una clientela sempre abbiente o di ceto medio. L'ambiente del negozio è molto accogliente sia all'interno che all'esterno. I dipendenti comprendono un cassiere che è in generale diverso dal commesso che effettua la vendita.

I titolari sono mediamente in età compresa tra i 40 ed i 50 anni; per il 50% circa hanno livelli di scolarizzazione superiori alla media e per il 30% hanno fatto corsi di specializzazione.

I negozi del quinto gruppo (pari al 17% del campione) rappresentano una realtà sociologica molto precisa: sono negozi localizzati in campagna, gestiti da titolari in tarda età e con un basso livello di scolarizzazione (il 77% ha la licenza elementare); non hanno frequentato corsi di formazione e sono insensibili a quasi tutti gli sti-