

2. REATTIVITA' E STRATEGIE AZIENDALI DEL COMPARTO TRADIZIONALE RISPETTO ALL'IMPATTO DELLE AZIENDE MODERNE

Dalle valutazioni fin qui emerse, risulta abbastanza chiaro che il dettaglio moderno, nelle diverse forme tipologiche e dimensionali, gioca un ruolo espansivo della propria quota di mercato. Stante l'attuale situazione di crisi dei consumi, l'espansione del moderno interviene necessariamente nell'area di influenza del dettaglio tradizionale; al riguardo sono già stati esaminati, sulla base della contabilità economica, gli effetti depressivi sulla produttività e redditività registrata dai punti di vendita che sembrano ascrivibili ad un "ambiente economico" più segnatamente concorrenziale.

In ordine al problema della conflittualità concorrenziale, il questionario era strutturato in modo da cogliere non solo le ripercussioni sull'economia del punto di vendita, ma anche le eventuali forme di risposta, in termini di diversificazione delle strategie aziendali. Le domande quindi sondavano, da un lato, la stabilità o meno della clientela, dall'altro eventuali modificazioni nella politica dei prezzi e/o dell'assortimento, l'avvio di campagne promozionali ecc..

Una valutazione incrociata degli effetti e delle reazioni è stata fatta sul sotto-insieme di punti di vendita che si trovavano localizzati nelle immediate vicinanze di una o più strutture moderne.

La concentrazione dell'analisi su questa parte del campione (che peraltro interessa il 67% del totale, pari a 419 punti di vendita) non implica di per sé che la prossimità fisica sia assunta come funzione determinante della precarietà aziendale.

Abbiamo avuto modo infatti di accertare, in molti casi, che effetti di nuovi insediamenti moderni sono stati percepiti in aree suf-