

tre come il fattore in esame presenti una correlazione di segno negativo (-0.22) con la variabile "età del titolare": tale risultato sembra fornire un'adeguata legittimazione all'ipotesi che i titolari giovani - in conseguenza soprattutto del loro più elevato livello medio di scolarizzazione - abbiano una "propensione all'ammodernamento" ed all'innovazione sensibilmente più alta di quella dei titolari più anziani.

Fattore 3. Concorrenza

Questo fattore identifica in modo piuttosto preciso un'influenza negativa della concorrenza sui risultati aziendali.

Ad esercitare in misura significativa tale concorrenza sembra essere non soltanto la grande distribuzione (coefficiente di saturazione 0.71), ma anche il tessuto dei punti di vendita tradizionali. Si riscontra infatti una forte correlazione positiva (0.64) con la variabile "localizzazione in Torino". Si noti che questa duplice correlazione non è in realtà frutto della correlazione diretta tra localizzazione in Torino e maggior frequenza di distribuzione moderna. Non è cioè, in parole povere, la conseguenza del fatto che in Torino vi sia una maggior presenza - in termini assoluti - di unità di dettaglio organizzato (l'indice di correlazione tra le due variabili, evidenziato nella matrice dei coefficienti, è infatti solo di 0.21). Sembra piuttosto di essere in presenza di un fattore che coglie tutte le valenze negative che l'ambiente metropolitano può esercitare su di un punto di vendita tendenzialmente più piccolo della media (coefficiente di correlazione negativo), non di proprietà del titolare (proprietà -0.23) e caratterizzato da un livello relativamente elevato di spese percentuali.