

## ALLEGATO B

### Linee guida per la realizzazione di indagini sul grado di desertificazione territoriale

OBIETTIVI della D.G.R. n.....del.....:

- a) salvaguardare e rivitalizzare o recuperare il servizio commerciale facilitando l'approvvigionamento per tutte le fasce della popolazione in aree "a rischio di desertificazione commerciale"
- b) assicurare alla popolazione residente, negli ambiti territoriali individuati, la fornitura di beni e servizi che ne migliorino la qualità di vita
- c) sostenere l'associazionismo intercomunale

Per aree "a rischio di desertificazione commerciale" si intendono:

- i comuni desertificati cioè sprovvisti di esercizi commerciali ovvero dotati di un numero massimo di due esercizi commerciali, con la possibile estensione alle frazioni desertificate (prive, con uno o due esercizi commerciali) di comuni non desertificati.
- le forme associative di comuni riconosciute dalla Regione Piemonte, in attuazione delle L.L.R.R. nn. 11/12 e 3/14, purchè l'intervento ricada in comuni desertificati, così come sopra definiti, con la possibile estensione alle frazioni desertificate (prive, con uno o due esercizi commerciali) di comuni non desertificati. Il comune capofila può essere un comune non desertificato purchè siano rispettate le condizioni precedenti.

I citati obiettivi sono diversificati: comprendono elementi di natura quantitativa, qualitativa e racchiudono aspetti di natura economica e sociale.

Le soluzioni da proporre in tali contesti dovranno quindi essere mirate al rafforzamento, alla evoluzione e al miglioramento delle **modalità organizzative** attraverso le quali assicurare la fornitura di beni e servizi alla popolazione residente, soprattutto alle fasce più deboli.

**La funzione di una indagine sul grado di desertificazione territoriale** deve essere quella di raccogliere dati e informazioni utili a valutare in quali comuni del territorio appaiano esistere le condizioni più idonee alla realizzazione degli interventi organizzativi proposti: **i progetti di consegna di merci a domicilio e i progetti di trasporto di persone alle sedi mercatali.**

L'indagine deve essere articolata in due parti:

- **l'analisi**, in cui sono esaminati e valutati tutti gli elementi e i fattori utili ad individuare le criticità ed i punti di forza della struttura e dell'articolazione del sistema distributivo del territorio nonché ad individuare l'equilibrio del rapporto domanda-offerta, l'equilibrio del rapporto gravitazione-attrazione e la qualità della vita;

- **il piano strategico** con il quale, sulla base delle informazioni raccolte e degli elementi valutati tramite l'analisi, si individuano gli ambiti territoriali più critici in cui sia necessario localizzare gli interventi agevolativi.

Sul versante dell'**offerta**, gli elementi ed i fattori da esaminare nell'**analisi** sono:

- la struttura e l'articolazione del sistema distributivo del territorio che permette di ottenere un quadro complessivo dell'offerta commerciale localizzata sul territorio
- l'individuazione dell'equilibrio del rapporto gravitazione – attrazione e del rapporto domanda – offerta che permette di comprendere dove sono localizzati i poli commerciali che esercitano un'attrazione, intorno ai quali gravitano normalmente i residenti nel territorio e fino a dove i residenti di ciascun comune sono solitamente abituati a recarsi per il proprio approvvigionamento di beni e servizi
- la qualità della vita, intesa come ricognizione sulla dotazione di servizi para – commerciali che permette di ottenere un quadro complessivo del sistema di servizi disponibili nel territorio e valutarne l'agevole o disagiata accessibilità e fruibilità da parte dei residenti dei singoli comuni

BACINO TERRITORIALE OGGETTO DELL'INDAGINE:

il singolo Comune o i comuni che fanno parte dell'Unione

e

gli eventuali comuni polo, sub polo o intermedi (così come individuati ai sensi della D.C.R n. 563-13414/1999 e s.m.i.), in cui siano presenti medie e/o grandi strutture di vendita di generi alimentari o misti, localizzati ad una distanza, misurata da centro urbano a centro urbano, uguale o inferiore ai 30' minuti di percorrenza dal/dai comune/i desertificati appartenenti all'Unione

Per rendere più immediata l'analisi, è stata predisposta la seguente **CHECK LIST** di verifica, che andrà compilata per ciascuno dei comuni desertificati potenzialmente beneficiari degli interventi di consegna di merci a domicilio e di trasporto di persone alle sedi mercatali.

**CHEK LIST DI VALUTAZIONE**

<p align="center"><b>CRITERIO 1: STRUTTURA E ARTICOLAZIONE DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO DEL TERRITORIO</b></p>	<p align="center"><b>Fonte dati : Amministrazione comunale</b></p>	<p align="center"><b>P.TI</b></p>
<p align="center"><b>PARAMETRO 1.1: Articolazione del sistema distributivo del territorio, punti di forza e criticità</b></p>		<p align="center"><b>P.ti al parametro: 40</b></p>
<p align="center"><b>EVIDENZE</b></p>	<p align="center"><b>Scala</b></p>	<p align="center"><b>Punti massimi da attribuire</b></p>
<p>a) Sono stati enumerati gli esercizi appartenenti alle tipologie del commercio in sede fissa (esercizi di vicinato, medie e grandi strutture e centri commerciali) localizzati nei comuni appartenenti al bacino territoriale oggetto di indagine, e tale operazione evidenzia che, rispetto al comune desertificato considerato:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Una o più strutture di media/grande superficie alimentari o miste si trovano a una distanza inferiore a 5 Km;</li> <li>2. Una o più strutture di media/grande superficie alimentari o miste si trovano a una distanza superiore a 5 Km e inferiore a 10 Km;</li> <li>3. Una o più strutture di media/grande superficie alimentari o miste si trovano a una distanza superiore a 10 Km e inferiore a 15 Km;</li> <li>4. Una o più strutture di media/grande superficie alimentari o miste si trovano a una distanza superiore a 15 Km e inferiore a 20 Km;</li> <li>5. Una o più strutture di media/grande superficie alimentari e miste si trovano a una distanza superiore a 20 km.</li> </ol>	<p align="center">1 = 20 2 = 15 3 = 10 4 = 5 5= 0</p>	<p align="center"><b>20</b></p>
<p>b) Sono stati enumerati i mercati su area pubblica, in cui siano presenti almeno banchi di generi alimentari o misti, localizzati nei comuni appartenenti al bacino territoriale oggetto di indagine, e tale operazione evidenzia che, rispetto al comune desertificato considerato:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uno o più mercati si trovano a una distanza inferiore a 5 Km;</li> <li>2. Uno o più mercati si trovano a una distanza superiore a 5 Km e inferiore a 10 Km;</li> <li>3. Uno o più mercati si trovano a una distanza superiore a 10 Km e inferiore a 15 Km;</li> <li>4. Uno o più mercati si trovano a una distanza superiore a 15 Km e inferiore a 20 Km;</li> <li>5. Uno o più mercati si trovano a una distanza superiore a 20 km.</li> </ol>	<p align="center">1 = 20 2 = 15 3 = 10 4 = 5 5= 0</p>	<p align="center"><b>20</b></p>

<b>CRITERIO 2: EQUILIBRIO DEL RAPPORTO GRAVITAZIONE – ATTRAZIONE</b>	Fonte dati : Amministrazione comunale	P.TI
<b>PARAMETRO 2.1: Stima della capacità teorica di orientare/attrarre la domanda potenziale</b>		<b>P.ti al parametro: 40</b>
<b>EVIDENZE</b>	Scala	Punti massimi da attribuire
a) In riferimento al comune desertificato preso in esame, almeno un comune attrattore è localizzato ad una distanza, raggiungibile con mezzo privato: 1. Superiore a 5 e inferiore a 10 minuti di percorrenza; 2. Superiore a 10 e inferiore a 15 minuti di percorrenza; 3. Superiore a 15 e inferiore a 20 minuti di percorrenza; 4. Superiore a 20 e inferiore o uguale a 30 minuti di percorrenza; 5. Non ci sono comuni attrattori a meno 31 minuti	1 = 16 2 = 12 3 = 8 4 = 4 5 = 0	16
b) Il comune desertificato preso in esame è collegato al comune attrattore <sup>1</sup> più vicino: 1. Da una strada statale; 2. Da una strada regionale; 3. Da una strada provinciale; 4. Da una strada comunale;	1 = 8 2 = 4 3 = 2 4 = 0	8
c) Dal comune desertificato preso in esame al comune attrattore <sup>2</sup> più vicino, è necessario un tempo di spostamento con l'utilizzo dei mezzi pubblici (di andata e ritorno dal comune attrattore) della durata di: 1. non più di 1 ora; 2. di più di 1 ora e fino a di 2 ore; 3. di più di 2 ore e fino a di 3 ore; 4. di più di 3 ore e fino a di 4 ore; 5. di oltre 4 ore.	1 = 16 2 = 12 3 = 8 4 = 4 5 = 0	16

<sup>1</sup> In questo caso occorre prendere a riferimento il comune attrattore più prossimo, anche se è ad una distanza superiore ai 31 minuti.

<sup>2</sup> Vedi nota precedente.

<b>CRITERIO 3:</b>			
<b>QUALITA' DELLA VITA</b>		Fonte dati : Amministrazione comunale	
<b>PARAMETRO 3.1:</b> <i>Sistema ed articolazione dei servizi para - commerciali</i>		Valutazione Qualitativa sulla dotazione dei servizi	
<b>EVIDENZE</b>		<b>P.ti al parametro: 20</b>	
a) Nel comune desertificato preso in esame sono localizzati più di 2 pubblici esercizi:	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
b) Nel comune desertificato preso in esame è localizzata almeno 1 impresa turistica (alberghi, locande, rifugi, campeggi, bed and breakfast):	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
c) Nel comune desertificato preso in esame è localizzata almeno 1 edicola (anche non esclusiva):	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
d) Nel comune desertificato preso in esame è localizzata almeno 1 farmacia:	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
e) Nel comune desertificato preso in esame è localizzata almeno 1 rivendita di generi di monopolio (anche annessa ad altra attività):	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
f) Nel comune desertificato preso in esame è localizzato almeno 1 distributore di carburante (anche annesso ad altra attività):	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
g) Nel comune desertificato preso in esame è localizzato almeno 1 sportello bancario:	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
h) Nel comune desertificato preso in esame è localizzato almeno 1 ufficio postale:	<b>SI</b>	<b>NO</b>	

<b>N° dei SI</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
<b>Punti</b>	0	2,50	5	7,50	10	12,50	15	17,50	20
<b>Valutazione qualitativa</b>	Assolutamente insufficiente	Scarsa	Insufficiente	Appena sufficiente	Sufficiente	Discreta	Buona	Molto Buona	Ottimale

Compilate le rispettive check list per ciascuno dei comuni desertificati sarà possibile visualizzare una sintesi dei risultati in una matrice e conseguentemente stilare una graduatoria dei comuni che evidenziano le situazioni di maggior svantaggio dal punto di vista della strutturazione dell'offerta, della capacità teorica di orientare la domanda e della localizzazione di servizi para - commerciali.

GRIGLIA DI VALUTAZIONE DELL'OFFERTA E DEI SERVIZI ESISTENTI NEI COMUNI DESERTIFICATI  
POTENZIALMENTE BENEFICIARI DEL SOSTEGNO REGIONALE

Comune desertificato	Punti Criterio 1	Punti Criterio 2	Punti Criterio 3	PUNTEGGIO COMPLESSIVO
1)				
2)				
3)				
4)				
5)				
6)				
7)				
8)				
9)				
10).....				

<p><b>I comuni che otterranno il punteggio inferiore saranno quelli che, rispetto ai criteri ed alle caratteristiche considerati, manifestano una situazione di maggior disagio.</b></p>
--

Sul versante della **domanda**, gli elementi e i fattori da esaminare nell'**analisi** possono essere rilevati sul campo.

Per verificare la potenziale sussistenza di elementi di disagio nella soddisfazione della domanda occorre affiancare alle informazioni demografiche e statistiche, che si possono reperire dalle fonti pubbliche (indici di vecchiaia, di dipendenza), una puntuale rilevazione sul campo con l'obiettivo di:

- verificare l'esistenza di una domanda insoddisfatta dalla attuale articolazione ed organizzazione dell'offerta;
- valutarne la numerosità;
- circoscriverne geograficamente i confini;

allo scopo di poter disporre di tutti gli elementi utili a formulare delle ipotesi di soluzione alle criticità esistenti.

**DEFINIZIONE DEL CAMPIONE DELL'INDAGINE SUL CAMPO E DELLA METODOLOGIA PER LA RILEVAZIONE E LA STIMA DELLO STATO DI DISAGIO ESPRESSO DALLA DOMANDA NON SODDISFATTA**

Una delle possibili fonti presso cui effettuare una rilevazione ed una stima del disagio espresso dalla domanda non soddisfatta, può essere rappresentata dagli amministratori di quei comuni, in primo luogo i Sindaci che, molto spesso, sono in possesso di conoscenze ed informazioni in quantità e qualità sufficiente a consentire una valutazione obiettiva delle condizioni presenti nei singoli comuni.

In ogni caso non si esclude a priori la possibilità, laddove se ne riscontrassero la necessità, la praticità e la praticabilità, di fare ricorso ad altri sistemi di rilevazione, quali, ad esempio, incontri e assemblee con la popolazione e somministrazione diretta di interviste e/o questionari ai responsabili degli acquisti dei nuclei familiari stabilmente residenti o, sempre se utile alle finalità ed agli scopi del lavoro, anche a coloro che eventualmente risiedono nel comune solo per una parte dell'anno come, ad esempio i proprietari o affittuari di seconde case.

Il numero di nuclei familiari da intervistare, nella persona del componente che si occupa abitualmente degli acquisti, dipenderà dal totale dei nuclei familiari presenti in ciascuno dei comuni in cui si effettuerà la rilevazione. Il campione cui verrà proposto il questionario dovrà essere statisticamente rappresentativo della popolazione presente nel comune.

#### PREDISPOSIZIONE DEL QUESTIONARIO O DELLA GRIGLIA DI RILEVAZIONE E STIMA DELLO STATO DI DISAGIO ESPRESSO DALLA DOMANDA NON SODDISFATTA

Considerata la varietà e l'articolazione delle situazioni che il panorama dei piccoli comuni piemontesi esprime, non si ritiene utile proporre uno specifico modello di questionario o di griglia di rilevazione.

Si propone invece una traccia unitaria di elementi che andranno rilevati e di argomentazioni che andranno affrontate al fine di ottenere un quadro sufficientemente completo ed esaustivo della situazione per ciascuno dei comuni.

Occorrerà definire:

- *quanti nuclei familiari risiedono abitualmente* in ciascuno dei comuni potenzialmente beneficiari degli interventi di sostegno regionale
- *di quante persone sono formati i nuclei*
- *quanti sono i percettori di reddito*
- *chi si occupa abitualmente degli acquisti per tutta la famiglia* dei generi alimentari di consumo quotidiano o frequente e *con quali tempi e modalità svolge tale incombenza*.

Occorrerà evidenziare e quantificare l'esistenza di un qualunque tipo di economia turistica (stazioni sciistiche, seconde case, parchi, particolari attività sportive, percorsi escursionistici, ecc.) descrivendone sinteticamente le caratteristiche e, in particolare, evidenziare la domanda di consumo generata e come viene soddisfatta.

Andrà anche evidenziato, se sufficientemente significativo, il fenomeno dell'auto produzione e dell'auto consumo di generi alimentari.

Successivamente, anche sulla base delle informazioni raccolte durante la fase di analisi dell'offerta commerciale, occorrerà approfondire dove e come i responsabili familiari degli acquisti provvedono agli approvvigionamenti, e cioè :

- in quale/i punto/i distributivo/i viene fatta abitualmente la spesa;
- a quale distanza si trova/no dalla residenza familiare;
- a quale distanza si trova/no dal suo luogo di lavoro;
- con quale frequenza vi si reca abitualmente;
- con che mezzo di trasporto;
- quanto tempo impiega a raggiungere il/i luogo/luoghi dove acquista;
- quanto tempo in media vi rimane;

- per quali acquisti si deve recare più lontano rispetto al/ai punto/i distributivo/i presso cui si reca di solito;

Andranno inoltre rilevate:

- le situazioni di pendolarismo dovuto a ragioni di lavoro e se tale fenomeno include la consuetudine di effettuare gli acquisti nel comune dove ci si reca per lavoro o presso strutture localizzate lungo il percorso da e per il comune di residenza.
- L'esistenza e la frequenza di collegamenti effettuati da mezzi di trasporto pubblico verso luoghi dove sono localizzati attrattori commerciali.
- L'esistenza di reti di servizi territoriali che, opportunamente integrate, potrebbero essere un utile supporto ad eventuali servizi e/o iniziative coerenti con le finalità regionali e/o la disponibilità a partecipare o a promuovere nuove reti di servizi territoriali.

## LA SINTESI DEI RISULTATI

Conclusa la fase di raccolta di tutte le informazioni potenzialmente utili sui versanti della ricognizione delle risorse localizzate nel territorio, dell'offerta commerciale e della domanda dei residenti si potranno sintetizzare gli esiti e sviluppare **un piano strategico** che permetta di indicare in quale/i comune/i fra quelli localizzati nel territorio oggetto dell'analisi sia prioritario od opportuno sviluppare interventi a sostegno dei comuni desertificati.