

# ALLEGATO E

## Misura 2 – Predisposizione di indagini sul grado di desertificazione territoriale

### BENEFICIARI E INIZIATIVE FINANZIABILI

Possono beneficiare delle agevolazioni di cui al presente bando:

le Comunità montane, le Comunità collinari e i Comuni in forma associativa, inseriti e non in Comunità montana e collinare, realizzatori di “indagini sul grado di desertificazione territoriale” con finalità di lotta alla desertificazione commerciale.

Le “indagini sul grado di desertificazione territoriale” costituiscono **strumenti di governo dello sviluppo commerciale territoriale, di valorizzazione delle specificità locali**, nonché guida alla promozione di investimenti volti a favorire l’insediamento di nuove attività commerciali e l’attrazione di utenti potenziali, nel quadro delle iniziative programmate con la presente deliberazione.

L’indagine è considerata propedeutica e di grande aiuto a ciascuno dei progetti illustrati agli Allegati A – C e D.

L’ambito dell’indagine è rappresentato dal territorio, o sua parte, sul quale opera la Comunità montana o collinare o la forma associativa di Comuni.

L’indagine dovrà 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, la qualità della vita;
- **il piano strategico** con il quale, sulla base delle informazioni raccolte e degli elementi valutati tramite l’analisi, si definiscono le misure e gli interventi da ritenersi prioritari che abbiano una ricaduta sul settore commerciale, le possibili linee di azione e la programmazione delle risorse, sempre nel quadro delle iniziative programmate con la presente deliberazione.

L’Amministrazione regionale ha individuato ed approvato “**linee guida**” per la realizzazione delle “indagini sul grado di desertificazione territoriale” di seguito riportate.

### DOMANDE

Ai fini del presente bando, le domande devono contenere:

1. l’indicazione dell’ambito territoriale di sviluppo dell’indagine”
2. la proposta di “analisi” così come sopra definita
3. la proposta di “piano strategico” così come sopra definito
4. l’indicazione di metodologie di lavoro, tempi e soggetti coinvolti

### DIREZIONE E SETTORE A CUI PRESENTARE LE DOMANDE

Le domande, redatte sulla base dei fac-simili che saranno disponibili sul sito internet della Regione Piemonte [www.regione.piemonte.it/commercio/credito](http://www.regione.piemonte.it/commercio/credito), devono essere inviate alla Direzione Regionale Turismo, Commercio e Sport - Settore Tutela del consumatore - Mercati all’ingrosso ed aree mercatali - Piazza Nizza n. 44 – 10126 Torino.

Per eventuali informazioni rivolgersi a:

Carlo Salvatore (Responsabile del Settore) 011/4322357

Pierdomenico Albanese 011/4326054  
Nunzia Pignataro 011/4322512

## **DATA DI APERTURA E CHIUSURA DELLE DOMANDE**

Le domande devono essere presentate a partire **dal 15/04/2008 sino al 30/5/2008 e dal 1/11/2008 sino al 19/12/2008**. Per le domande inviate per posta fa fede il timbro in partenza dell'ufficio postale.

## **CRITERI DI SELEZIONE DEI PROGETTI E PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE**

E' prevista la formulazione di una graduatoria sulla base delle domande presentate da tutti i candidati. Tale graduatoria è approvata dall'Amministrazione regionale entro novanta giorni dalla data di scadenza di presentazione delle domande.

Ai fini della formulazione della graduatoria, i punteggi attribuibili sono i seguenti:

- a. *punti da 0 a 5*, in relazione alla congruità della proposta di "indagine" rispetto alle finalità di cui al presente atto
- b. *punti da 0 a 5*, in relazione al livello di integrazione degli interventi proposti sul territorio sovracomunale e che abbiano una ricaduta nel settore commerciale
- c. *punti da 0 a 5*, in relazione al grado di adeguatezza, completezza della proposta di "indagine" e congruità dei tempi di realizzazione degli interventi

## **TIPO, ENTITA' DEL FINANZIAMENTO**

E' prevista l'assegnazione di un "premio", stabilito nella misura massima di Euro 5.000,00 (IVA inclusa) per la copertura delle spese sostenute per la realizzazione della sperimentazione di cui al presente atto.

## **MODALITA' DI EROGAZIONE**

La liquidazione del "premio" a favore del soggetto beneficiario avviene su presentazione di specifica richiesta, di una relazione finale che attesti lo svolgimento della sperimentazione, su presentazione della **idonea documentazione di spesa** e dei dati bancari per l'accreditamento della somma dovuta.

In caso di giustificativi di spesa inferiori al limite massimo di € 5.000,00, il premio sarà proporzionato all'effettiva spesa sostenuta.

Saranno escluse le domande ritenute non valutabili in quanto mancanti delle parti essenziali in cui esse si articolano.

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

***LA REALIZZAZIONE DI UNA INDAGINE SUL GRADO DI  
DESERTIFICAZIONE TERRITORIALE***

## ***Gli obiettivi delle azioni previste dalla Misura 2, la metodologia e il campo d'indagine su cui focalizzare l'analisi sul grado di desertificazione territoriale***

Le caratteristiche geografiche del territorio e la parcellizzazione degli enti locali piemontesi inducono ad ipotizzare che, dovendo effettuare un'indagine, questa non possa essere limitata all'analisi "a tavolino" delle informazioni disponibili, in quanto la varietà delle potenziali casistiche che la realtà piemontese dei piccoli comuni presenta è tale da rendere indispensabile che la fase di analisi dei dati effettuata a tavolino sia accompagnata da alcune rilevazioni che dovranno necessariamente essere effettuate "sul campo".

Il rischio che si correrebbe infatti limitandosi ad un semplice esame delle informazioni presenti nelle banche dati sarebbe quello di non cogliere in modo puntuale alcune delle caratteristiche dei territori analizzati, quali ad esempio, la reale consistenza numerica delle persone che, risiedendo in questi comuni, sono effettivamente impossibilitate o trovano serie difficoltà a provvedere al proprio approvvigionamento e per le quali si può quindi rendere necessario supplire al problema, attraverso il ricorso a strumenti agevolativi.

Il solo fatto di risiedere in un piccolo comune montano, magari non dotato di una situazione viabilistica particolarmente agevole e di essere anziano, fa ipotizzare che sia ragionevole pensare che esista un problema, ma non è di per sé risolutivo nel definirne i contorni precisi, né fornisce una qualche indicazione realisticamente attendibile circa il fatto che, qualora fosse favorita l'evoluzione e/o l'apertura di un punto vendita in quel particolare luogo, si ridurrebbero effettivamente gli svantaggi per una quota significativa dei residenti; e nemmeno che in tal modo si garantirebbe all'impresa commerciale "potenziata" o neo costituita una redditività sufficiente.

E' pertanto opportuno richiamare quali sono gli obiettivi che la Regione persegue con le differenti azioni a cui prevede di dare sostegno, al fine di poter focalizzare l'attenzione su quelli che potranno essere gli elementi oggetto di analisi e ,anche, per provare a ipotizzare una prima delimitazione del "campo" di un'indagine sul grado di desertificazione territoriale.

Nel testo della D.G.R. n. 10-4030 del 17 ottobre 2006 si legge:

*"In particolare la Misura 2. ha il duplice obiettivo di garantire l'offerta commerciale, in termini di servizio, nei contesti rurali e montani a rischio di desertificazione commerciale, contesti con bassa densità di popolazione ed affetti da carenze strutturali del settore e, nel contempo, di garantire il mantenimento dell'offerta commerciale nelle aree commercialmente deboli. La presente Misura punta dunque ad ottenere un duplice risultato: assicurare alla popolazione residente la fornitura di beni e servizi che ne migliorino la qualità di vita e garantire alle imprese interessate a questa innovazione ed evoluzione la redditività sufficiente a renderne duratura l'attività"*

Gli obiettivi dichiarati sono quindi:

- a) assicurare alla popolazione residente (nei comuni individuati nell'elenco allegato alla delibera) la fornitura di beni e servizi che ne migliorino la qualità di vita e garantire alle imprese interessate a questa innovazione ed evoluzione la redditività sufficiente a renderne duratura l'attività;
- b) garantire l'offerta commerciale, in termini di:
  - servizio, nei contesti rurali e montani a rischio di desertificazione commerciale, contesti con bassa densità di popolazione ed affetti da carenze strutturali del settore;
  - mantenimento dell'offerta commerciale nelle aree commercialmente deboli.

Gli obiettivi indicati sono diversificati ed in particolare comprendono elementi di natura quantitativa, qualitativa e racchiudono aspetti di natura economica e di natura "sociale".

Quanto dichiarato al punto a) infatti individua obiettivi diversi, per la popolazione residente e per le imprese.

Per le imprese aderire alle innovazioni favorisce la crescita di redditività e la capacità di renderne duratura l'attività; per la popolazione residente l'obiettivo è quello di poter fruire di beni e servizi che ne migliorino la qualità della vita.

Al punto b) viene ulteriormente specificato che l'offerta commerciale, vale a dire la fornitura di beni e servizi, va garantita nei contesti rurali e montani a rischio di desertificazione, con bassa densità di popolazione e affetti da carenze *strutturali* del settore, perseguendo soluzioni che privilegino la componente di *servizio* , in quanto si ritiene che in un contesto che presenta tali criticità non vi siano condizioni tali da *"garantire la redditività sufficiente a renderne duratura l'attività"* per imprese che decidano di aprire ex – novo.

Le soluzioni da proporre in tale contesto dovranno quindi essere mirate al rafforzamento, alla evoluzione ed al miglioramento delle **modalità organizzative** attraverso le quali assicurare la fornitura di beni e servizi alla popolazione residente.

Questo non esclude, però, *a priori* che per ottenere un miglioramento del servizio non si debba anche intervenire, da parte dei comuni, nella **predisposizione di condizioni strutturali idonee** a realizzare tale obiettivo.

Occorrerà quindi assumere, da parte dei comuni interessati, decisioni in relazione agli obiettivi indicati dalla Regione Piemonte, sulla base degli esiti di una puntuale indagine, che integri le analisi a tavolino con una **rilevazione sul campo** e che sia in grado di evidenziare quali sono i problemi effettivamente esistenti e le soluzioni realisticamente perseguibili.

Le indicazioni fornite consentono inoltre di ipotizzare che il campo di indagine debba essere circoscritto a quegli aspetti che siano in grado di fornire indicazioni utili a prospettare soluzioni idonee a perseguire gli obiettivi prima esplicitati.

### ***Il percorso per la realizzazione di un'indagine sul grado di desertificazione territoriale coerente con gli obiettivi perseguiti***

Per poter concretamente realizzare il duplice risultato di *“colmare e/o integrare le carenze che il servizio commerciale attualmente rilevato presenta”* nei contesti rurali e montani a rischio di desertificazione commerciale, oppure di *“mantenere il livello attuale”* nelle aree commercialmente deboli, si propone di realizzare una *indagine sul grado di desertificazione territoriale*.

Viene cioè puntualizzato che l'indagine non dovrà essere limitata all'analisi degli aspetti strettamente riconducibili alle relazioni domanda/offerta commerciale, ma dovrà essere estesa anche ad altri elementi e caratteristiche proprie di un determinato territorio per disporre di un quadro più completo delle criticità e delle positività espresse da un determinato ambito.

L'insieme delle informazioni raccolte, opportunamente analizzate in relazione al tipo di obiettivi indicati dovrebbe, conseguentemente, indirizzare i Comuni, con il coordinamento delle rispettive Comunità Montane e collinari, ad assumere le decisioni ed intraprendere le azioni più efficaci per contrastare il fenomeno della desertificazione.

Vale a dire che ciascuno dei comuni appartenenti alla Comunità Montana, Collinare o Unione, purché sia anche compreso in uno degli elenchi allegati alla D.G.R. n. 10-4030 del 17 ottobre 2006, potrà presentare domanda per la realizzazione di una delle azioni di sostegno previste, ma che tale decisione dovrà essere presa in modo coordinato con l'ente territoriale sovra comunale, per evitare inutili sovrapposizioni.

Appare quindi con ancora maggiore chiarezza che **la funzione di una indagine sul grado di desertificazione territoriale** deve essere quella di raccogliere dati ed informazioni utili a valutare in quali comuni del territorio appaiano esistere le condizioni più idonee alla localizzazione di uno degli interventi strutturali (centri polifunzionali o sistemazione/predisposizione di aree/posteggi mercatali) e organizzativi (quelli previsti dall'intervento C2).

Nel testo dell'ALLEGATO C si precisa inoltre che:

Le *“indagini sul grado di desertificazione territoriale”* devono costituire strumenti di governo dello sviluppo commerciale territoriale, di valorizzazione delle specificità locali, nonché guida alla promozione di investimenti volti a favorire l'insediamento di nuove attività commerciali e l'attrazione di utenti potenziali, nel quadro delle iniziative programmate con la presente deliberazione.

*L'ambito dell'indagine è rappresentato dal territorio, o sua parte, sul quale opera la Comunità montana o collinare o la forma associativa di Comuni.*

*L'indagine dovrà 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, la qualità della vita;

- **il piano strategico** con il quale, sulla base delle informazioni raccolte e degli elementi valutati tramite l'analisi, si definiscono le misure e gli interventi da ritenersi prioritari che abbiano una ricaduta sul settore commerciale, le possibili linee di azione e la programmazione delle risorse, sempre nel quadro delle iniziative programmate con la presente deliberazione." (allegato C1 alla Misura 2 – Beneficiari e iniziative finanziabili)

Una fase di raccolta e valutazione di informazioni e dati dovrà quindi essere accompagnata da una definizione delle "priorità" e si dovranno infine individuare gli interventi ritenuti opportuni e prioritari.

### **Indicazioni metodologiche per la realizzazione di indagini sul grado di desertificazione territoriale**

In ragione del numero dei comuni potenzialmente interessati alle Misure, delle caratteristiche geografiche del territorio piemontese, degli aspetti che la D.G.R. n. 10-4030/2006 prende in considerazione e delle numerose e diversificate articolazioni dei soggetti localizzati nel territorio ed il cui sistema di relazioni dovrà essere oggetto dell'indagine, l'approccio metodologico più idoneo si ritiene essere quello basato su un' **analisi multi – criteri**.

Tale metodo appare il più efficace, in quanto data la varietà degli elementi che il sistema di relazioni tra i diversi soggetti presenta, permette di ottenere una *valutazione ponderata* dell'importanza e del ruolo che ciascun fattore ha nell'influenzare positivamente o negativamente un processo progettuale e decisionale finalizzato al contrasto del fenomeno della desertificazione commerciale, attraverso il ricorso agli strumenti resi disponibili dalla D.G.R. 10-4030/2006.

Nel caso specifico si può applicare tale metodologia definendo, entro un determinato spazio circoscritto, che nel nostro caso è rappresentato dall'insieme dei territori dei comuni che compongono uno degli enti territoriali sovracomunali, dei *criteri*, ovvero delle caratteristiche, che debbono necessariamente essere analizzate nel processo logico di studio (sia a tavolino che sul campo), in quanto rappresentano dei fattori fondamentali per lo sviluppo di un percorso progettuale e decisionale finalizzato alla realizzazione degli obiettivi indicati.

Tali *criteri* dovranno, per definizione, possedere la peculiarità di essere rilevanti nel sistema di interrelazioni esistente e di essere rilevabili in ciascuno dei territori oggetto di indagine.

Coerentemente con tale impostazione occorrerà poi ipotizzare più dettagliatamente, per ciascun criterio, quali possano essere i termini di raffronto (*parametri*) da utilizzare per definire gli elementi più importanti.

Per ciascuno dei parametri individuati sarà quindi necessario stabilire le *evidenze*, ovvero le informazioni e/o i supporti che rendano *documentalmente verificabile e confrontabile* lo *stato di fatto* in cui ciascuno dei termini di raffronto individuati è rilevabile nei comuni che compongono l'insieme territoriale oggetto dell'indagine.

Le informazioni necessarie potranno essere reperite attraverso la rilevazione da fonti di informazione certe, oggettive, pubbliche e/o da una puntuale raccolta sul campo.

Sarà contestualmente necessario effettuare una *valutazione quantitativa* degli elementi raccolti, ovvero *quantificare numericamente il peso* di ciascuna evidenza all'interno del parametro e il peso di ciascun parametro rispetto al criterio in modo da ottenere una *scala di valori* attribuibile a ciascun criterio.

Questo consentirà di definire un *peso ponderato* per ciascun criterio, definendone l'importanza nel sistema di relazioni territoriali, in riferimento agli obiettivi dell'indagine.

Per ciascuna scala di valori deve poi essere individuato un *verso di preferenza*, utile a definire, in relazione alla posizione occupata nella scala dall'aspetto esaminato (*evidenza riferita al parametro*), i *punteggi* per stabilire la *posizione relativa* che gli elementi oggetto di analisi occupano in ogni singolo comune rispetto al resto dell'ambito territoriale.

Si potrà così verificare in quali comuni, appartenenti alla Comunità montane, collinare, ecc., si rilevino le maggiori criticità e/o potenzialità e, di conseguenza, definire su quali territori appare preferibile localizzare gli interventi agevolativi.

Alla conclusione di questo processo si potrà disporre di una *griglia di valutazione* che permetterà di stabilire una graduatoria, in termini di opportunità/minacce e di punti forti/deboli, per ciascuno dei comuni dell'area di indagine e trarre utili indicazioni sul percorso progettuale da intraprendere, *su dove possano essere*

localizzate e su quali possano essere, tra le iniziative rese disponibili, quelle applicabili e che diano maggiori garanzie in termini di efficace contrasto al fenomeno della desertificazione commerciale.

### **Indicazioni per l'applicazione operativa della metodologia multi - criteri**

Seguendo tale impostazione di metodo e con riferimento a quanto scritto nell'allegato alla delibera, le caratteristiche (*criteri*) rispetto a cui si dovrà sviluppare l'indagine sul grado di desertificazione territoriale sono:

- la struttura e l'articolazione del sistema distributivo sul 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 nei singoli comuni

Sul versante dell'*analisi dell'offerta commerciale espressa*, singolarmente e dall'insieme dei comuni che fanno parte della Comunità montana o collinare su cui si intende intervenire, occorrerà pertanto esaminare e valutare i seguenti *parametri*:

1. le criticità ed i punti di forza della struttura, della distribuzione territoriale e dell'articolazione del sistema distributivo (vicinato, medie, grandi strutture, centri commerciali, commercio su area pubblica) nei comuni potenzialmente beneficiari: *articolazione, densità, evoluzione nel tempo*, da valutare rispetto al/agli *attrattore/i*<sup>1</sup> più prossimo/i individuato/i attraverso la misurazione di un tempo di percorrenza predefinito (30 minuti);
2. l'accessibilità viabilistica, il sistema e l'offerta di trasporto pubblico esistente nei comuni potenzialmente beneficiari da e verso il/i comune/i attrattore/i più prossimo/i (viabilità di collegamento, tempi di percorrenza, distanza tra i diversi comuni, orari, frequenza delle corse, costo dei biglietti);
3. il sistema e l'articolazione dei servizi para – commerciali (edicole, farmacie, distributori di carburante, rivendite generi di monopolio, imprese e servizi turistici, sportelli bancari, uffici postali) nei comuni potenzialmente beneficiari rispetto a quanto è localizzato nel/nei comune/i attrattore/i più prossimo/i.

Sul versante dell'*analisi della domanda*:

1. verificare se, nei comuni potenzialmente beneficiari, esiste una domanda potenziale di consumo di beni e di servizi che non trova piena soddisfazione, in concomitanza con una carenza nell'offerta del servizio commerciale di vicinato e dei servizi ivi localizzati;
2. verificare quanta parte della domanda potenziale insoddisfatta individuata potrebbe essere soddisfatta da un'offerta facilmente raggiungibile, con mezzi privati o con mezzi pubblici di trasporto, localizzata entro un raggio di 30', oppure parzialmente soddisfatta dall'auto produzione di beni di consumo alimentare;
3. quantificare quanta parte della domanda insoddisfatta residua non possa sopperire, spostandosi, alla carenza di offerta locale; ovvero quanta parte della domanda sia in una situazione tale da rendere difficoltoso uno spostamento

Dall'analisi comparata degli aspetti sopra evidenziati, a ciascuno dei quali occorrerà necessariamente attribuire un *peso proporzionale*, quantificato con un punteggio, sarà possibile ottenere una *griglia di*

---

<sup>1</sup> gli eventuali comuni polo, sub polo o intermedi, in cui siano presenti medie e/o grandi strutture di vendita di generi alimentari o misti, localizzati ad una distanza uguale o inferiore ai 30' minuti di percorrenza dal/dai comune/i minori desertificati appartenenti all'ente sovracomunale. Per l'individuazione della tipologia e delle soglie dimensionali delle strutture di vendita il riferimento è all'Allegato A alla D.G.R. n.° 563 – 13414 del 29/10/99 e s.m. e i.

*valutazione* che, per ciascuna delle caratteristiche analizzate, renda espliciti quali possono essere i punti forti su cui far leva per un programma di sviluppo e quali i punti deboli da correggere e/o superare.

Conseguentemente a tale valutazione si dovrebbe essere quindi in condizione di prospettare una o più soluzioni in grado di soddisfare la domanda insoddisfatta esistente attraverso un rafforzamento dell'offerta commerciale locale, in termini strutturali e/o organizzativi, che, ove opportuno, integrata da servizi aggiuntivi, rappresenti una opzione economicamente sostenibile e in grado di produrre reddito per il soggetto che la gestisce.

Per ottenere tale griglia di valutazione occorre però, da un punto di vista pratico, identificare attraverso quali *evidenze* sia documentalmente verificabile e confrontabile lo stato di fatto presente nei diversi comuni che dovranno essere analizzati.

## **GLI STRUMENTI PER L'ANALISI DELL'OFFERTA**

Il percorso dovrà essere il seguente:

- delimitare il campo di svolgimento dell'indagine per individuare con precisione i territori inclusi nell'indagine
- tracciare un profilo demografico della popolazione residente e delle principali caratteristiche infrastrutturali ed economiche
- stabilire gli aspetti da analizzare rispetto ai quali valutare il sistema dell'offerta distributiva

### LA DEFINIZIONE DEL BACINO TERRITORIALE OGGETTO DELL'INDAGINE

TUTTI i comuni che fanno parte dell'ente amministrativo sovra comunale (Comunità Montana, Collinare o Unione)

+

gli eventuali comuni polo, sub polo o intermedi, 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 minori desertificati appartenenti all'ente sovracomunale (inclusi nell'Elenco dei Comuni desertificati ex Allegati C e D della D.G.R. 10 - 4030<sup>2</sup>).

### LA COMPOSIZIONE DEMOGRAFICA DEI COMUNI DESERTIFICATI POTENZIALMENTE BENEFICIARI

Elencare per classi d'età, in valori percentuali, i residenti nei comuni potenziali beneficiari e mettere a confronto i dati con i valori medi del bacino territoriale in termini di indici di vecchiaia e di dipendenza.

### LE CARATTERISTICHE INFRASTRUTTURALI ED ECONOMICHE DEL TERRITORIO

Illustrare brevemente il sistema di collegamenti e di infrastrutture<sup>3</sup> del territorio e riportare dati di sintesi riferiti alle attività economiche e alla eventuale dotazione di infrastrutture turistiche e di servizi pubblici.

### **I criteri da prendere in esame**

#### CRITERIO 1

La struttura e l'articolazione del sistema distributivo del territorio che permette di ottenere un quadro complessivo dell'offerta commerciale localizzata nel territorio e di individuare il/i comune/i attrattore/i localizzato/i in questo ambito;

#### PARAMETRO

Criticità e punti di forza della struttura, della distribuzione territoriale e dell'articolazione del sistema distributivo (esercizi di vicinato, medie, grandi strutture, centri commerciali, commercio su area pubblica)

#### EVIDENZE

Per ciascuno dei comuni che fanno parte del bacino territoriale ed amministrativo considerato **enumerare gli esercizi commerciali** appartenenti alle tipologie del commercio in sede fissa (esercizi di vicinato, medie, grandi strutture e centri commerciali) e giorno di svolgimento, numero e tipo di banchi dell'eventuale mercato su area pubblica o, nel caso di comuni totalmente privi di esercizi commerciali, la data di chiusura dell'ultimo esercizio commerciale.

---

<sup>2</sup> Si ricorda che tale elenco, consultabile sul sito <http://www.regione.piemonte.it/commercio/credito/index.htm> include tutti i comuni desertificati riportati negli elenchi riferiti ai beneficiari dei sostegni previsti agli Allegati A e B della medesima delibera.

<sup>3</sup> Nella definizione di "infrastrutture" sono ricomprese, oltre a quelle riferite alla viabilità ed ai trasporti, anche scuole, servizi pubblici e quanto altro possa rappresentare un fattore tale da determinare una significativa e continuativa presenza e/o transito di persone in un'area definita.

Per ciascuno dei comuni che fanno parte del bacino territoriale ed amministrativo considerato **calcolare il dato di densità commerciale**<sup>4</sup>, nel modo seguente:

- **per i negozi di vicinato:** abitanti/n.° esercizi
- **per le medie, grandi strutture e centri commerciali:** superficie di vendita/abitanti per 1.000.

Nel caso in cui uno o più comuni siano totalmente privi di esercizi commerciali, il dato non va calcolato.

Per ciascuno dei comuni che fanno parte del bacino territoriale e amministrativo considerato **enumerare i pubblici esercizi**, suddivisi per tipologia (bar, ristoranti, etc.). Nel caso in cui uno o più comuni siano totalmente privi di pubblici esercizi, il dato non va calcolato.

## CRITERIO 2

Equilibrio del rapporto gravitazione – attrazione, che permette di comprendere dove sono localizzati i poli commerciali che esercitano un’attrazione, intorno ai quali gravitano normalmente i residenti nel territorio ed il limite territoriale entro cui i residenti di ciascun comune gravitano per l’approvvigionamento di beni e servizi

### PARAMETRO

Stimare la capacità teorica di orientare/attrarre la domanda potenziale

### EVIDENZE

Elencare e confrontare per ciascuno dei comuni potenzialmente beneficiari i seguenti elementi:

- *distanza* in tempo di percorrenza e chilometri dal/dai comune/i attrattore/i<sup>5</sup> del bacino territoriale;
- *livello gerarchico delle strade di collegamento* con il/i comune/i attrattore/i del bacino territoriale;
- *frequenza delle corse dei mezzi pubblici di trasporto* da e per il/i comune/i attrattore/i del bacino territoriale.

## CRITERIO 3

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 nei singoli comuni;

### PARAMETRO

Il sistema e l’articolazione dei servizi para – commerciali (edicole, farmacie, distributori di carburante, rivendite generi di monopolio, imprese e servizi turistici, sportelli bancari, uffici postali) nei comuni potenzialmente beneficiari rispetto ai servizi presenti nel/nei comune/i attrattore/i più prossimo/i

### EVIDENZE

Elencare per ciascuno dei comuni del bacino territoriale il sistema ed articolazione dei servizi para – commerciali

Per ciascuno dei comuni potenzialmente beneficiari, elencare a quale distanza, in termini di tempo di percorrenza e di chilometri, sono localizzati i seguenti servizi più vicini: farmacie, sportelli bancari e uffici postali.

Per rendere più immediata l’auto valutazione delle evidenze sopra menzionate è stata predisposta la seguente **CHECK LIST** di verifica, che andrà compilata per ciascuno dei comuni desertificati potenzialmente beneficiari degli interventi di sostegno:

---

<sup>4</sup> Per una definizione puntuale vedi “*Note metodologiche e criteri di lettura*” e “*Glossario e definizioni*” del volume “Il Commercio in Piemonte” edizione 2005 e precedenti; vedi inoltre “*Definizioni*” in “Manuale sinottico di autoverifica del percorso e del contenuto progettuale per l’accreditamento dei soggetti promotori di un Programma di Qualificazione Urbana”. Entrambi i testi sono scaricabili dal sito <http://www.regione.piemonte.it/commercio/credito/index.htm>

<sup>5</sup> Vedi precedente nota n.° 1

**CHEK LIST DI VALUTAZIONE**

| <p align="center"><b>CRITERIO 1:</b><br/><b>STRUTTURA E ARTICOLAZIONE DEL SISTEMA<br/>DISTRIBUTIVO DEL TERRITORIO</b></p>  | <p align="center"><b>Fonte dati :</b><br/>Amministrazione<br/>comunale</p> | <p align="center"><b>P.TI</b></p>                            |
|--|--|--|
| <p align="center"><b>PARAMETRO 1.1:</b><br/><i>Articolazione del sistema distributivo del territorio, punti di<br/>forza e criticità</i></p>   |  | <p align="center"><b>P.ti al parametro:<br/>40</b></p>       |
| <p align="center"><b>EVIDENZE</b></p>  | <p align="center"><b>Scala</b></p>   | <p align="center"><b>Punti massimi da<br/>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<br/>2 = 15<br/>3 = 10<br/>4 = 5<br/>5 = 0</p>     | <p><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<br/>2 = 15<br/>3 = 10<br/>4 = 5<br/>5 = 0</p>     | <p><b>20</b></p>   |

| <b>CRITERIO 2:<br/>EQUILIBRIO DEL RAPPORTO GRAVITAZIONE –<br/>ATTRAZIONE</b>  | Fonte dati :<br>Amministrazione<br>comunale | P. TI                            |
|---|---|----------------------------------|
| <b>PARAMETRO 2.1:<br/>Stima della capacità teorica di orientare/attrarre la domanda<br/>potenziale</b>  |   | <b>P.ti al parametro:<br/>40</b> |
| <b>EVIDENZE</b>   | Scala                                       | Punti massimi da<br>attribuire   |
| a) In riferimento al comune desertificato preso in esame,<br>almeno un comune attrattore è localizzato ad una distanza:<br>1. Superiore a 5 e inferiore a 10 minuti di percorrenza;<br>2. Superiore a 10 e inferiore a 15 minuti di percorrenza;<br>3. Superiore a 15 e inferiore a 20 minuti di percorrenza;<br>4. Superiore a 20 e inferiore o uguale a 30 minuti di<br>percorrenza;<br>5. Non ci sono comuni attrattori a meno 31 minuti | 1 = 16<br>2 = 12<br>3 = 8<br>4 = 4<br>5 = 0 | 16                               |
| b) Il comune desertificato preso in esame è collegato al<br>comune attrattore <sup>6</sup> più vicino:<br>1. Da una strada statale;<br>2. Da una strada regionale;<br>3. Da una strada provinciale;<br>4. Da una strada comunale;   | 1 = 8<br>2 = 4<br>3 = 2<br>4 = 0            | 8                                |
| c) Dal comune desertificato preso in esame, al comune<br>attrattore <sup>7</sup> più vicino è necessario un tempo di spostamento (di<br>andata e ritorno dal comune attrattore) della durata di:<br>1. non più di 1 ora;<br>2. di più di 1 ora e fino a di 2 ore;<br>3. di più di 2 ore e fino a di 3 ore;<br>4. di più di 3 ore e fino a di 4 ore;<br>5. di oltre 4 ore.   | 1 = 16<br>2 = 12<br>3 = 8<br>4 = 4<br>5 = 0 | 16                               |

<sup>6</sup> In questo caso occorre prendere a riferimento il comune attrattore più prossimo, anche se è ad una distanza superiore ai 31 minuti.

<sup>7</sup> Vedi nota precedente.

|   |           |   |  |
|---|-----------|---|--|
| <b>CRITERIO 3:</b>  |           | Fonte dati :<br>Amministrazione comunale            |  |
| <b>QUALITA' DELLA VITA</b>  |           |   |  |
| <b>PARAMETRO 3.1:</b><br><i>Sistema ed articolazione dei servizi para - commerciali</i>   |           | Valutazione Qualitativa sulla dotazione dei servizi |  |
| <b>EVIDENZE</b>   |           | <b>P.ti al parametro:<br/>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>   |  |

|                         |                              |          |               |                    |             |          |          |             |          |
|-------------------------|------------------------------|----------|---------------|--------------------|-------------|----------|----------|-------------|----------|
| N° dei SI               | <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> |
| Punti                   | 0                            | 2,50     | 5             | 7,50               | 10          | 12,50    | 15       | 17,50       | 20       |
| Valutazione qualitativa | Assolutament e 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<br>Criterio 1 | Punti<br>Criterio 2 | Punti<br>Criterio 3 | PUNTEGGIO<br>COMPLESSIVO |
|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------------|
| 1)                   |                     |                     |                     |                          |
| 2)                   |                     |                     |                     |                          |
| 3)                   |                     |                     |                     |                          |
| 4)                   |                     |                     |                     |                          |
| 5)                   |                     |                     |                     |                          |
| 6)                   |                     |                     |                     |                          |
| 7)                   |                     |                     |                     |                          |
| 8)                   |                     |                     |                     |                          |
| 9)                   |                     |                     |                     |                          |
| 10)                  |                     |                     |                     |                          |

**I comuni che otterranno il punteggio inferiore saranno quelli che, rispetto ai criteri ed alle caratteristiche considerati, manifestano una situazione di maggior disagio.**

## **GLI STRUMENTI PER L'ANALISI DELLA DOMANDA E GLI OBIETTIVI DELLA RILEVAZIONE SUL CAMPO**

Nel capitolo precedente si è visto come le evidenze da raccogliere sul versante dell'offerta possano essere raggiunte attraverso un'indagine a tavolino sui dati regionali e/o su quelli forniti direttamente dalle Comunità montane e dai Comuni.

Sul versante della domanda sarà invece opportuno ricorrere ad un'indagine sul campo.

Come già scritto nel capitolo dedicato alla esplicitazione degli obiettivi che si intendono perseguire attraverso la Misura 2, è necessario individuare:

- se e dove esista la concreta presenza di un disagio della popolazione nel dare soddisfazione alle proprie esigenze di approvvigionamento di beni di largo e generale consumo.

Ma anche:

- se possono sussistere le condizioni economiche affinché l'apertura di un nuovo esercizio, sostenuta nella sua fase di avvio da un intervento dell'ente locale, possa poi durare nel tempo sostenuta dalla necessaria redditività, che può essere garantita dall'esistenza di un bacino d'utenza potenziale locale adeguato.

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 dei problemi e dei programmi e progetti di intervento che possano rispondere al duplice obiettivo da perseguire.

### **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**

Tenuto conto che tra i comuni potenzialmente beneficiari delle misure regionali nessuno supera i 1.200 abitanti 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 correttamente stratificato e 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 famigliari 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 della presente Misura di Intervento regionale e/o o la disponibilità a partecipare o a promuovere nuove reti di servizi territoriali.

## LA SINTESI DEI RISULTATI E L'ELABORAZIONE DI UN PROGRAMMA OPERATIVO

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 in una matrice che permetta di visualizzare *minacce ed opportunità e punti deboli e punti forti*<sup>8</sup> per ciascuna delle realtà comunali che potenzialmente possono beneficiare del sostegno regionale.

Comune desertificato : \_\_\_\_\_

| <b>Opportunità</b>    | <b>Minacce</b>      |
|-----------------------|---------------------|
|                       |                     |
|                       |                     |
|                       |                     |
| <b>Punti di Forza</b> | <b>Punti Deboli</b> |
|                       |                     |
|                       |                     |
|                       |                     |

A questo punto sono disponibili e chiare tutte le informazioni utili per sviluppare un programma operativo che permetta di indicare in quale/i comune/i fra quelli localizzati nel territorio della Comunità Montana o Collinare sia prioritario od opportuno sviluppare uno o più degli interventi a sostegno dei comuni desertificati resi disponibili.

---

<sup>8</sup> Opportunità e Minacce, sono aspetti che fanno parte dello “scenario” all’interno del quale si agisce e di cui occorre essere consapevoli, poiché possono influenzare le nostre decisioni, ma rispetto ai quali la nostra possibilità di esercitare un potere decisionale è minima se non addirittura nulla.

Punti Forti e Punti Deboli, sono osservazioni riferite al tema oggetto di analisi e rilevate nel momento in cui si effettua l’indagine; di norma i decisori pubblici e privati hanno, nelle rispettive sfere di competenza, il potere di intervenire per migliorarli o per correggerli.