



**Strategia  
per le Montagne  
del Piemonte**

VISIONI PER I TERRITORI MONTANI



# LA REGIONE PIEMONTE INVESTE NELLE BOTTEGHE DEI SERVIZI NEI PICCOLI COMUNI MONTANI



**Bottega  
dei  
Servizi**

**VIVIAMO I TERRITORI MONTANI**

Il rapporto è a cura di Claudia Cominotti (IRES Piemonte)

L'introduzione è a cura di Chiara Musolino (Regione Piemonte – Sviluppo della Montagna)

Hanno collaborato:

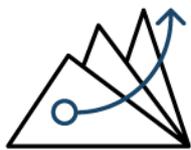
Regione Piemonte – Settore Sviluppo della Montagna: Chiara Musolino, Marco Godino, Germano Modena, Veruschka Piras, Daniele Rinaldi.

IRES Piemonte: Stefano Aimone, Marco Adamo, Claudia Galetto, Ludovica Lella, Stefania Tron

CSI Piemonte: Marisa Matta, Filomena Nardacchione, Michela Sigliano, Fernanda Termine

La cartografia a pag 28 è stata realizzata da Daniele Rinaldi (Regione Piemonte Settore Sviluppo della Montagna)

Novembre 2023



# INDICE

<b>1. Introduzione</b> .....	<b>5</b>
<b>2. Dalla rilevazione del fabbisogno all'intervento per la creazione e lo sviluppo di Botteghe dei servizi</b> .....	<b>6</b>
<b>3. L'indagine conoscitiva sull'offerta di servizi di prossimità nel territorio montano Piemontese</b> .....	<b>8</b>
3.1 Organizzazione dell'indagine.....	8
3.2 L'analisi delle risposte ai questionari.....	11
3.2.1 L'offerta di servizi alla popolazione.....	11
3.2.2 I servizi aggiuntivi offerti o potenzialmente attivabili da parte degli esercizi commerciali al dettaglio di prodotti alimentari .....	15
3.2.3 I servizi aggiuntivi offerti o potenzialmente attivabili da parte dei bar e dei servizi di ristorazione localizzati nei comuni privi di esercizi alimentari .....	21
3.3 Considerazioni di sintesi sui risultati delle rilevazioni dirette.....	23
<b>4. Le "Botteghe dei servizi" finanziate</b> .....	<b>25</b>
4.1 Il bando pubblicato.....	25
4.2 Le Botteghe finanziate .....	27
4.3 Confronto tra risultati dell'indagine conoscitiva e caratteristiche delle Botteghe dei servizi finanziate.....	30
<b>5. Bibliografia</b> .....	<b>31</b>

### Indice tabelle

- Tab. 1 – I comuni aderenti all'indagine per fascia di popolazione residente
- Tab. 2 – Quali sono i soggetti erogatori dei servizi alla popolazione?
- Tab. 3 – Il grado di copertura territoriale dei servizi alla popolazione
- Tab. 4 – Quanti esercizi di commercio di alimentari hanno partecipato all'indagine?
- Tab. 5 – Quanti esercizi erogano servizi aggiuntivi e quanti sono disposti ad offrirne di nuovi?
- Tab. 6- Esercizi di ristorazione e bar localizzati nei comuni privi di rivendite alimentari e tabacchi
- Tab. 7 – Quanti esercizi di ristorazione e bar erogano servizi aggiuntivi e quanti sono disposti ad offrirne di nuovi?
- Tab 8 – Le Botteghe dei servizi finanziate

### Indice figure

- Fig. 1 - Distribuzione territoriale dei comuni aderenti all'Indagine
- Fig. 2 - Quali sono i servizi erogati per la popolazione residente?
- Fig. 3 - Quali sono i servizi necessari non attualmente presenti?
- Fig. 4 - Percentuale di esercizi per tipologia di attività
- Fig. 5 - Percentuale di esercizi per anni di apertura
- Fig. 6 - Percentuale di esercizi per numero di addetti
- Fig.7 - Numero di esercizi per % di presenza di addetti giovani
- Fig. 8 - Numero di esercizi per orario di apertura
- Fig. 9 - Numero di esercizi per percentuale di clientela turistica
- Fig. 10 - Servizi erogati o potenzialmente attivabili da parte degli esercizi commerciali intervistati
- Fig. 11 - Necessità da soddisfare per attivare nuovi servizi
- Fig. 12- Motivi che ostacolano l'attivazione di nuovi servizi
- Fig. 13- Motivazioni che ostacolano l'attivazione delle diverse tipologie di servizi
- Fig. 14 - Servizi erogati o potenzialmente attivabili da parte degli esercizi di ristorazione e bar intervistati
- Fig. 15- Servizi erogati dalle "botteghe dei servizi" finanziate

## 1. Introduzione

I territori montani sono colpiti dal fenomeno dello spopolamento, con evidenti conseguenze economiche, ambientali e sociali. L'abbandono di queste aree, infatti, significa indebolimento delle attività economiche, esposizione del territorio a rischi ambientali, aumento dei costi dei servizi essenziali per i cittadini.

Per mantenere la montagna viva e abitata è necessario mettere a disposizione di residenti e turisti quei servizi necessari ad affrontare la quotidianità.

Con le Botteghe dei Servizi la Regione Piemonte sostiene gli esercizi commerciali di prossimità per la vendita al dettaglio di beni alimentari e di prima necessità che offrono anche servizi di utilità pubblica ai cittadini: in sostanza, veri e propri presidi territoriali e antenne di servizi pubblici volti a migliorare la qualità di vita dei residenti.

Questa importante iniziativa rappresenta uno degli investimenti che Regione ha attivato in attuazione della Strategia per le Montagne del Piemonte, costruita per e con il territorio, partendo dalla Strategia di Sviluppo Sostenibile di Regione Piemonte.

## 2. Dalla rilevazione del fabbisogno all'intervento per la creazione e lo sviluppo di Botteghe dei servizi

Il rapporto “Le Montagne del Piemonte” pubblicato da IRES Piemonte nel 2019 rileva come la desertificazione commerciale della montagna sia in atto già da alcuni decenni in Piemonte ma, se fino al 2008 il fenomeno sembrava numericamente stabile, negli ultimi anni, invece, sono molto aumentati i comuni montani rimasti del tutto privi di attività commerciali. Oggi ben il 15% dei comuni montani è commercialmente desertificato, il doppio rispetto al 2008 (da 44 comuni montani privi di negozi nel 2008 a 76 nel 2016). La desertificazione riguarda tutte le tipologie di commercio, compresi i locali di somministrazione (bar e ristoranti). Dal punto di vista della dotazione commerciale nella montagna piemontese, la contrazione più significativa è quella degli esercizi di vicinato (-8%), mentre gli esercizi di media superficie rimangono stabili (+1%) e in controtendenza aumentano significativamente i supermercati (+40%) e i posti banco di generi alimentari nei mercati (+16%).

Il rapporto<sup>1</sup> evidenzia anche come gli esercizi di vicinato, di tutte le tipologie commerciali, siano quelli che evolvono in modo più affine alla popolazione e siano quindi quelli di maggior interesse per le politiche rivolte alla residenzialità.

In considerazione dell'evoluzione delle fasce di età dei residenti e dei collegamenti spesso non agevoli tra i comuni, lo studio propone di investire in un tipo nuovo di struttura commerciale: la bottega multifunzionale che possa rispondere ad alcuni principi specifici, tra cui:

- l'essere gestito da persone del luogo che socializzino con i residenti;
- il differenziarsi per servizi ed offerta dalle strutture tradizionali esistenti;
- l'integrare il servizio all'utenza nella cultura del territorio in modo da diventare un naturale punto di riferimento per la popolazione residente e per le persone in transito, sia per motivi famigliari o professionali, sia turistici;
- l'adottare modalità di vendita ed orari adatti a servire le diverse fasce di età, in particolare la fascia da 26 a 65 anni che, legata da impegni di lavoro, potrebbe riceverne l'offerta nei momenti in cui gli orari tradizionalmente adottati dal commercio, anche dal commercio moderno, rendono difficile l'acquisto dei beni di prima necessità;
- l'integrare servizi non tipicamente commerciali di cui si lamenta la mancanza da parte della potenziale utenza: reperibilità di artigiani per la manutenzione della casa, “Bancomat”, totem

---

<sup>1</sup> A cura di F. Ferlaino, F. S. Rota, G. Dematteis, “Le montagne del Piemonte”, IRES Piemonte-Dislivelli, 2019.

“certificati”, “punto internet”, ecc. Queste mansioni contribuiranno a renderlo più funzionale alla qualità della vita e ne aumenteranno il valore aggiunto;

- il prevedere un punto di informazione del turista e la fornitura di materiale sulla valle.

Il modello commerciale proposto è un negozio a servizio assistito che ha come motore l’assortimento di prodotti freschi e freschissimi provenienti dal territorio circostante; il negozio integra servizi sia ai residenti sia all’utenza di passaggio.

In considerazione di tali indicazioni, in attuazione della L.R 14/2019 “disposizioni in materia di tutela e sviluppo della montagna” e nell’ambito della “Strategia Regionale per lo sviluppo della montagna, nell’estate del 2021 la Regione Piemonte dispone l’emanazione di un bando per l’erogazione di contributi a soggetti economici, volti alla creazione o rafforzamento delle “Botteghe dei servizi”, ossia di esercizi commerciali multifunzionali in determinate zone del territorio regionale carenti di strutture di vendita e di punti di erogazione di servizi. Il bando si articola in tre fasi:

- a) Raccolta di manifestazioni di interesse da parte delle Unioni Montane volte allo sviluppo delle “Botteghe dei servizi”, ossia di esercizi commerciali multifunzionali nei comuni montani e marginali, carenti di strutture di vendita e di erogazione di servizi ai cittadini e ai turisti (luglio-settembre 2021)
- b) Realizzazione di un’indagine conoscitiva approfondita con l’obiettivo di individuare le aree di carenza di servizi e di maggior fragilità economica, sociale e territoriale, nonché di individuare i criteri per la valutazione delle iniziative di “botteghe dei servizi” e per meglio orientarle verso le aree maggiormente fragili e con carenza di servizi alla popolazione (dic. 2021 – apr. 2022).
- c) Emanazione del Bando per la concessione di contributi per lo sviluppo ed il mantenimento delle Botteghe dei Servizi (30/09/2022 – 15/11/2022) e pubblicazione della graduatoria delle domande ammesse al finanziamento (27/04/2023)

## 3.L'indagine conoscitiva sull'offerta di servizi di prossimità nel territorio montano Piemontese

### 3.1 Organizzazione dell'indagine

Al fine di individuare le aree di maggior carenza di servizi nel territorio montano piemontese, nonché i principali criteri per orientare le “botteghe dei servizi” verso le aree maggiormente fragili, l'indagine conoscitiva ha interessato i 465 comuni classificati come montani al di sotto dei 5000 abitanti.

La realizzazione della rilevazione diretta tramite questionari è stata affidata alle Unioni Montane che hanno avuto la possibilità di aggregarsi individuando un'Unione Montana capofila responsabile dell'indagine. Delle 53 Unioni Montane, le 46 effettivamente titolari dell'indagine, hanno coperto l'intero territorio, compresi i 30 comuni che, pur non aderendo ad alcuna Unione Montana, sono comunque compresi in territorio montano e al di sotto dei 5000 abitanti.

Le risorse stanziare per la realizzazione dell'indagine, pari a 516.000 €, sono state ripartite tra tutti i comuni eleggibili in proporzione a superficie (70%) e popolazione residente (30%), e ogni Unione Montana capofila ha potuto disporre della sommatoria delle “quote” assegnate ai singoli comuni sui quali la stessa Unione Montana ha realizzato l'indagine.

L'individuazione delle aree a maggior carenza è avvenuta mediante intervista diretta ai Sindaci o loro delegati sui servizi alla popolazione erogati o potenzialmente attivabili nel proprio comune.

Per meglio definire le caratteristiche delle “botteghe dei servizi” da finanziare, intese come esercizi commerciali di prossimità che unitamente alla vendita al dettaglio di beni alimentari e di prima necessità, offrano anche altri servizi aggiuntivi a favore sia dei cittadini residenti che dei turisti e fruitori in senso lato del territorio stesso, l'indagine si è rivolta a tutti gli esercizi al dettaglio di prodotti alimentari localizzati nei comuni oggetto dell'indagine, o agli esercizi di ristorazione e bar nei comuni privi di esercizi alimentari, per rilevarne le modalità operative, i servizi aggiuntivi eventualmente già offerti e quelli potenzialmente attivabili dall'esercente.

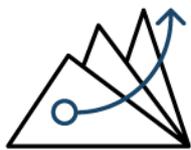
La rilevazione è avvenuta con interviste dirette ai destinatari mediante somministrazione di questionari strutturati da parte dei professionisti incaricati dalle unioni Montane che, dopo averli compilati, li hanno inseriti nel sistema informatico per l'acquisizione e l'elaborazione dei dati predisposto dal CSI Piemonte.

Il tasso di adesione da parte dei comuni all'indagine è stato molto elevato, con 438 comuni in cui sono avvenute le rilevazioni (92%) e soltanto 37 comuni (8%) che non hanno risposto ad alcun tipo di questionario.

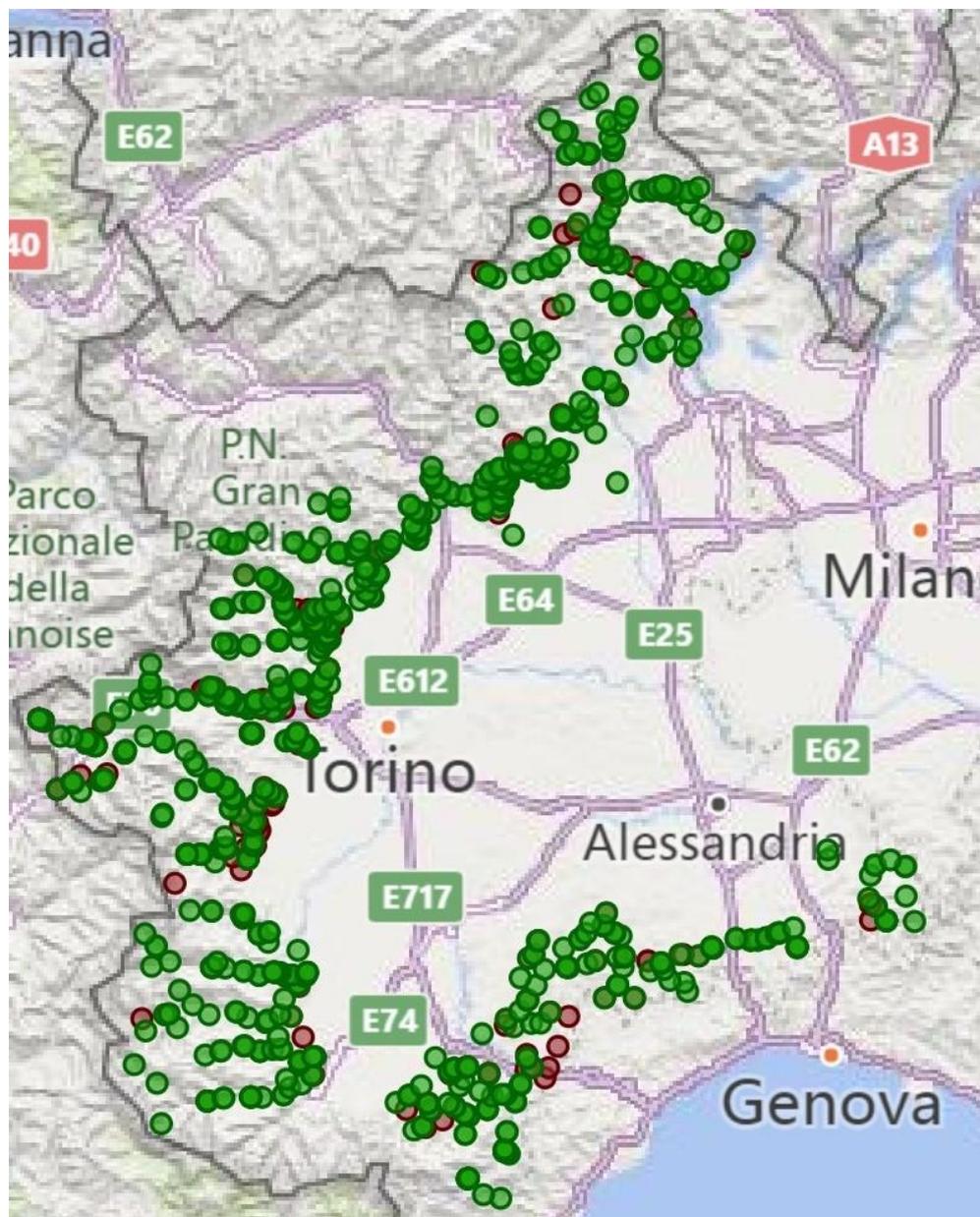
Complessivamente la popolazione dei comuni aderenti all'indagine è di 405.305 residenti, ma la Tab.1 conferma l'estrema frammentazione amministrativa e demografica delle aree montane, con quasi un quarto dei comuni (99) al di sotto dei 200 abitanti in cui risiede il 3% degli abitanti e comunque il 67% dei comuni (296) non supera i 900 abitanti, mentre la maggior parte della popolazione (73,7%) si concentra nei 142 comuni con più di 900 abitanti.

**Tab. 1 – I comuni aderenti all'indagine per fascia di popolazione residente**

FASCIA POPOLAZIONE	COMUNI		POPOLAZIONE RESIDENTE	
	N.	%	N°	%
Meno di 200 residenti	99	23%	12.406	3%
Tra 200 e 400 residenti	85	19%	24.995	6%
Tra 400 e 600 residenti	59	13%	29.405	7%
Tra 600 e 900 residenti	53	12%	39.607	10%
Tra 900 e 1200 residenti	34	8%	34.715	9%
Tra 1200 e 1500 residenti	22	5%	30.144	7%
Tra 1500 e 2500 residenti	42	10%	80.241	20%
Tra 2500 e 3500 residenti	26	6%	78.419	19%
Più di 3500 residenti	18	4%	75.373	19%
<b>Totale complessivo</b>	<b>438</b>	<b>100%</b>	<b>405.305</b>	<b>100%</b>



*Fig. 1 - Distribuzione territoriale dei comuni aderenti all'Indagine*



Adesione all'indagine ● NO ● SI

## 3.2 L'analisi delle risposte ai questionari

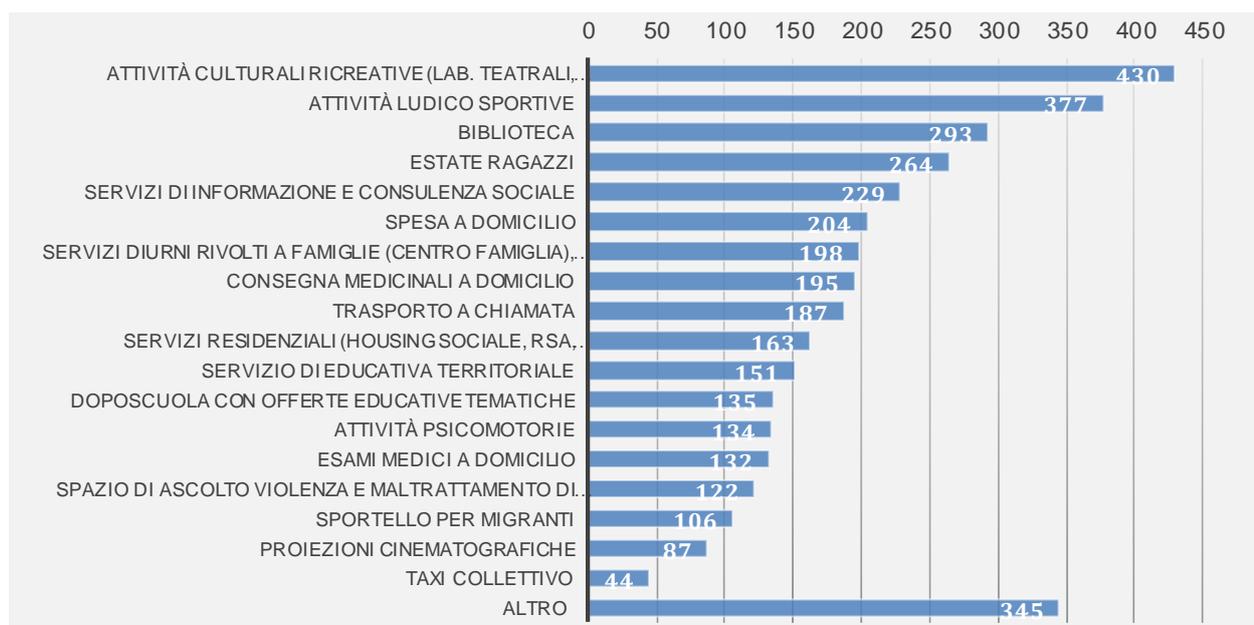
### 3.2.1 L'offerta di servizi alla popolazione

Ai Sindaci è stato chiesto di selezionare da una lista predefinita, quali erano i servizi destinati alla popolazione residente presenti nel loro comune e quale fosse il soggetto erogatore. Inoltre, è stata rilevata anche l'eventuale presenza di mercati locali di generi alimentari/ortofrutta o di Gruppi di Acquisto Solidale con rete di vendita tra produttori locali e famiglie residenti.

Per quanto riguarda la rilevazione dell'eventuale carenza di servizi è stato loro richiesto di descrivere l'eventuale necessità di servizi al momento non erogati e, nel caso in cui il servizio fosse stato attivo nei precedenti cinque anni, quali motivi avessero portato alla disattivazione.

Dalle risposte dei Sindaci emerge un'offerta di servizi alla popolazione diffusa e diversificata su tutto il territorio considerato. Complessivamente si contano 3.796 servizi offerti, ma come visualizzato in Fig.2, prevalgono principalmente le attività culturali ricreative di vario genere, le attività ludico sportive e le Biblioteche.

**Fig. 2 - Quali sono i servizi erogati per la popolazione residente?**



Tuttavia, aggregando i servizi offerti in macrocategorie (culturali, educativi/ricreativi, sociosanitari, mobilità e trasporti e consegne a domicilio), prevalgono nettamente i servizi sociosanitari (più del 30%) rivolti alle diverse fasce deboli come anziani, minori, migranti, persone malate, persone che

hanno subito violenza ecc. a cui seguono i servizi ricreativi/educativi principalmente rivolti ai giovani (28%) e i servizi culturali (21%). Meno diffusi i servizi erogati dal comune per il trasporto e mobilità (6%) e di consegne a domicilio (5%). Nella categoria “altro” ricorre una miscelanea di servizi vari per lo più riconducibili alle tipologie elencate.

Come indicato in Tab.2, i soggetti erogatori sono di vario tipo, sia pubblici (52%) che privati (31%, che salgono a più di 40% se si considera che la categoria “altri gestori” è rappresentata in larga maggioranza da soggetti privati), tra cui prevalgono le Associazioni (26%) e i comuni (25%) e gli enti gestori delle funzioni socioassistenziali (17%)

**Tab. 2 – Quali sono i soggetti erogatori dei servizi alla popolazione?**

SOGGETTI EROGATORI	SERVIZI EROGATI	
	N°	%
Associazioni	981	26%
Comune	967	25%
Enti gestori delle funzioni socioassistenziali	639	17%
Servizi Sociali	201	5%
Privato sociale	196	5%
Altri enti pubblici singoli o associati	94	2%
Unione montana	82	2%
Altro specificare	636	17%
<b>Totale complessivo</b>	<b>3796</b>	<b>100%</b>

La diffusione dei servizi sul territorio è capillare, pertanto anche gli abitanti dei comuni più piccoli e marginali sembrano poter disporre di un'adeguata offerta. Infatti, dal confronto tra il numero di servizi erogati e la popolazione residente (Tab.3) emerge come anche i comuni più piccoli siano in grado di assicurare buoni livelli di servizi alla propria popolazione, nonostante l'esiguo numero di cittadini serviti (in media, 21 abitanti per servizio nei comuni con meno di 200 residenti e 59 abitanti per servizio nei comuni tra i 200 e i 900 residenti).

**Tab. 3 – Il grado di copertura territoriale dei servizi alla popolazione**

COMUNI PER FASCIA POPOLAZIONE RESIDENTE	SERVIZI EROGATI		POPOLAZIONE RESIDENTE		N° medio di abitanti per servizio
	N.	%	N°	%	
Meno di 200 residenti	583	15%	12.406	3%	21
tra 200 e 900 residenti	1.606	42%	94.007	23%	59
tra 900 e 2500 residenti	1.108	29%	145.100	36%	131
più di 2500 residenti	499	13%	153.792	38%	308
<b>Totale complessivo</b>	<b>3.796</b>	<b>100%</b>	<b>405.305</b>	<b>100%</b>	<b>107</b>

Spesso (nel 24% dei casi) i comuni partecipano al mantenimento dei servizi attivi mettendo a disposizione le proprie strutture mediante concessione ai soggetti gestori prevalentemente in comodato a titolo gratuito (40%), in convenzione (26%) o in affitto (19%).

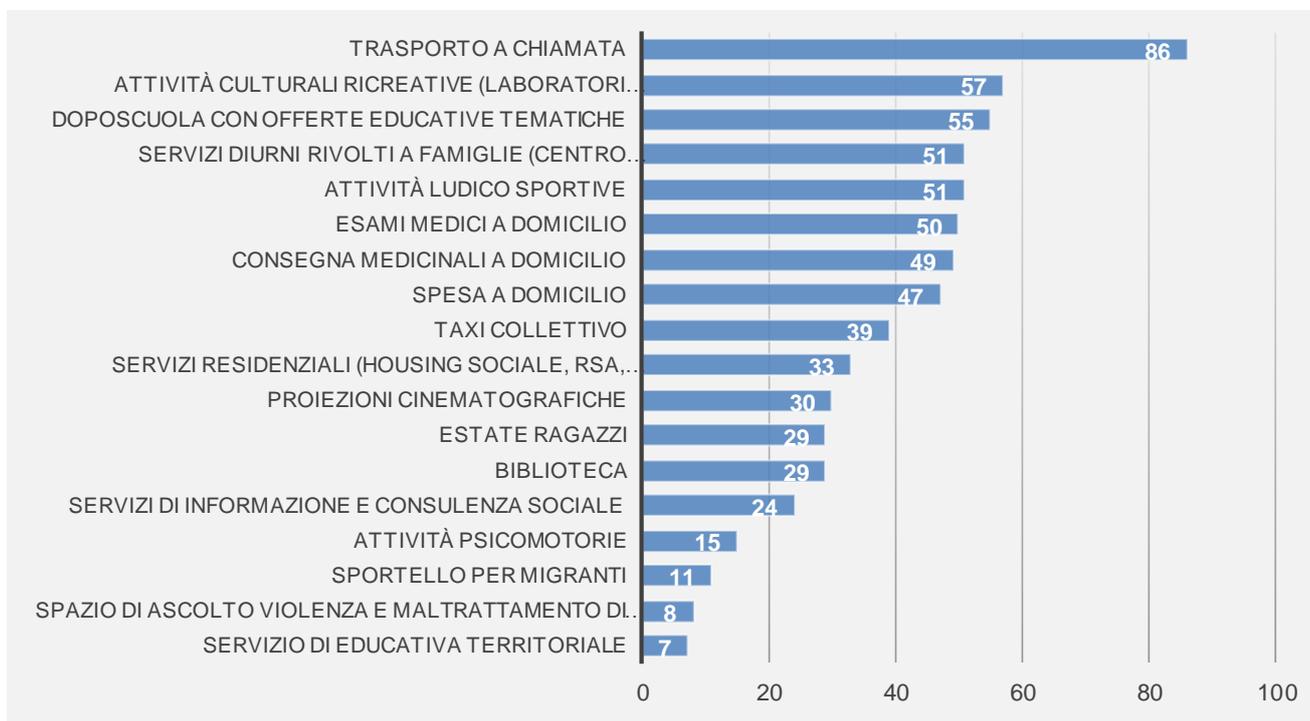
L'indagine ha inoltre evidenziato una buona diffusione di mercati locali di generi agro/alimentari (238) in maggioranza a frequenza settimanale e la presenza di 19 Gruppi di Acquisto Solidali con rete di vendita tra produttori locali e famiglie residenti.

Ai Sindaci è stato inoltre chiesto quali servizi attualmente non presenti, sarebbero utili per il loro comune. Su un totale di 1.198 servizi indicati come necessari, dal grafico in Fig.2 il servizio ritenuto più necessario è il trasporto a chiamata, seguito dalle attività culturali e dai servizi di doposcuola e dalle altre tipologie di servizio dell'elenco definito.

Se aggregati in macrocategorie (culturali, educativi/ricreativi, sociosanitari, mobilità e trasporti e consegne a domicilio), i servizi di cui si sente maggiormente il bisogno sono i sociosanitari (26%) nonostante siano già i più diffusi tra quelli attivi, evidenziando quanto siano importanti le forme di supporto alle persone fragili in un territorio gravato da dispersione territoriale e forte invecchiamento della popolazione. Anche il fabbisogno di servizi di trasporto a chiamata o taxi collettivo di cui si evidenzia un elevato fabbisogno (19% delle risposte) mette in luce la necessità attivare forme di trasporto collettivo funzionali a bassi numeri di utenze e territori da collegare molto dispersi.

Tra le risposte nella categoria "Altro" (458 risposte, oltre quelle elencate in Fig.3), oltre a essere indicati diversi tipi di servizi in maggior parte riconducibili a quelli dell'elenco pre definito, si rilevano anche 33 risposte che indicano la necessità di servizi assimilabili a quelli delle "Botteghe dei servizi".

**Fig. 3 - Quali sono i servizi necessari non attualmente presenti?**



La maggior parte dei servizi necessari si rivolge a tutta la popolazione (es. trasporti, ambulatori e servizi medici, Bancomat, ufficio postale ecc.), con particolare attenzione a quelli per gli anziani (16%).

Negli ultimi 5 anni, il 66% dei servizi indicati come necessari non era presente, mentre i 224 attivi hanno cessato l'attività per vari motivi come chiusura dell'attività, costo eccessivo, mancanza di utenza, o mancanza di un gestore, senza una particolare prevalenza di uno sull'altro.

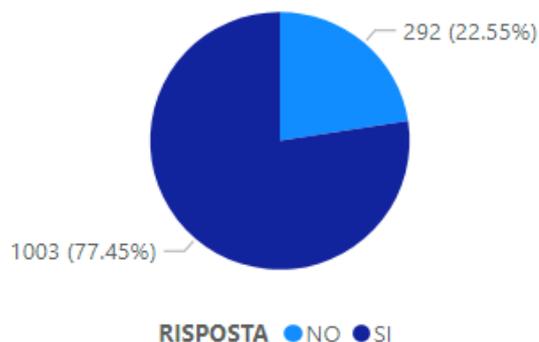
### 3.2.2 I servizi aggiuntivi offerti o potenzialmente attivabili da parte degli esercizi commerciali al dettaglio di prodotti alimentari

Scopo dell'indagine era approfondire la conoscenza delle modalità di funzionamento e di erogazione di eventuali servizi aggiuntivi nei piccoli esercizi di prossimità operanti nei piccoli comuni montani al di sotto dei 5000 abitanti, per trarre informazioni utili alla definizione delle caratteristiche delle "botteghe dei servizi" da finanziare, intese come esercizi commerciali di prossimità che unitamente alla vendita al dettaglio di beni alimentari e di prima necessità, offrano anche altri servizi aggiuntivi a favore sia dei cittadini residenti che dei turisti e fruitori in senso lato del territorio stesso.

Gli esercizi commerciali di vendita di alimentari (misti o specifici o rivendite di tabacchi) contattati sono stati 1295, con un elevato tasso di adesione all'intervista (77,45%).

**Tab. 4 – Quanti esercizi di commercio di alimentari hanno partecipato all'indagine?**

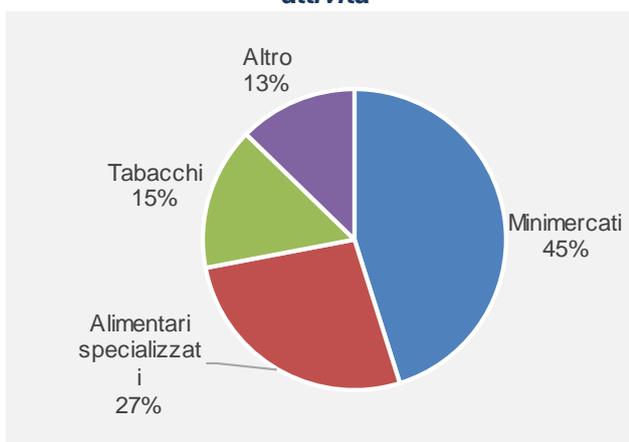
FASCIA DI POPOLAZIONE DEI COMUNI	ESERCIZI COMMERCIALI INTERVISTATI	
	N°	%
Meno di 200 residenti	66	7%
Tra 200 e 400 residenti	101	10%
Tra 400 e 600 residenti	97	10%
Tra 600 e 900 residenti	112	11%
Tra 900 e 1200 residenti	119	12%
Tra 1200 e 1500 residenti	68	7%
Tra 1500 e 2500 residenti	150	15%
Tra 2500 e 3500 residenti	160	16%
Più di 3500 residenti	130	13%
<b>Totale complessivo</b>	<b>1003</b>	<b>100%</b>



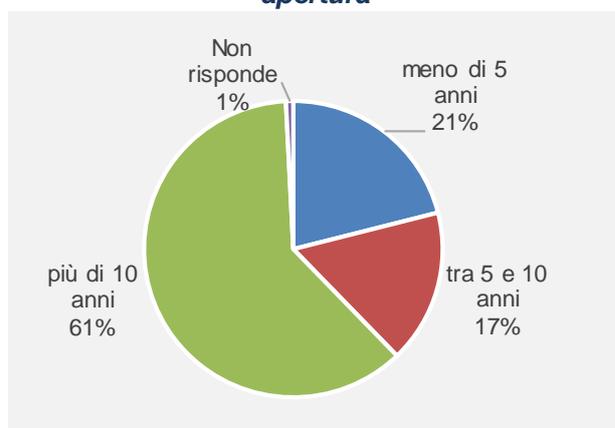
Agli esercenti sono state sottoposte domande relative alle modalità di funzionamento della loro attività (attività prevalente e secondarie, anni di apertura dell'attività, addetti totali e addetti giovani, tipologie di clientela e dimensione del mercato di riferimento) e all'eventuale offerta di servizi aggiuntivi in essere o potenzialmente attivabile.

Complessivamente, dalle risposte ai questionari emerge un quadro di esercizi commerciali (Fig. 4,5,6,7) di piccolissime dimensioni, costituiti dal 45% da Minimercati (la restante parte sono rivendite di un solo tipo di prodotto alimentare o rivendite tabacchi), condotti prevalentemente da ditte individuali (77%) o società di persone (18%), in maggioranza attivi da più di 10 anni (61%), con un addetto solo (39%) o al massimo due (34%). Bassissima la presenza di addetti giovani (nessuno addetto giovane nel 62% dei casi), che si concentrano soprattutto nei locali di maggiori dimensioni (nei 4 esercizi con più di 10 addetti lavorano in media 7 addetti giovani).

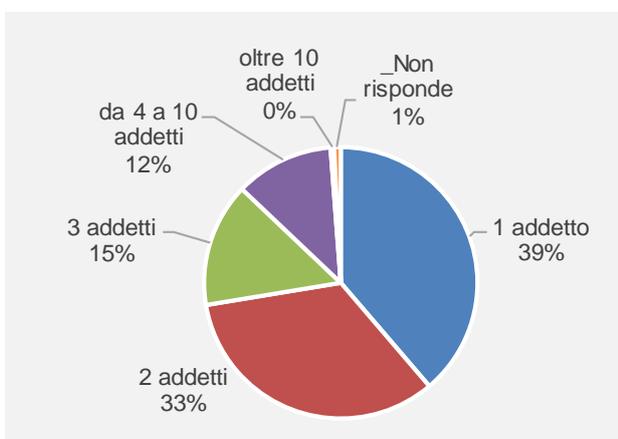
**Fig. 4 - Percentuale di esercizi per tipologia di attività**



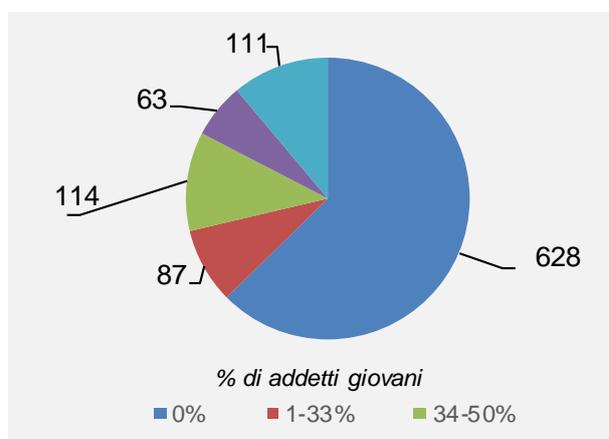
**Fig. 5 - Percentuale di esercizi per anni di apertura**



**Fig. 6 - Percentuale di esercizi per numero di addetti**

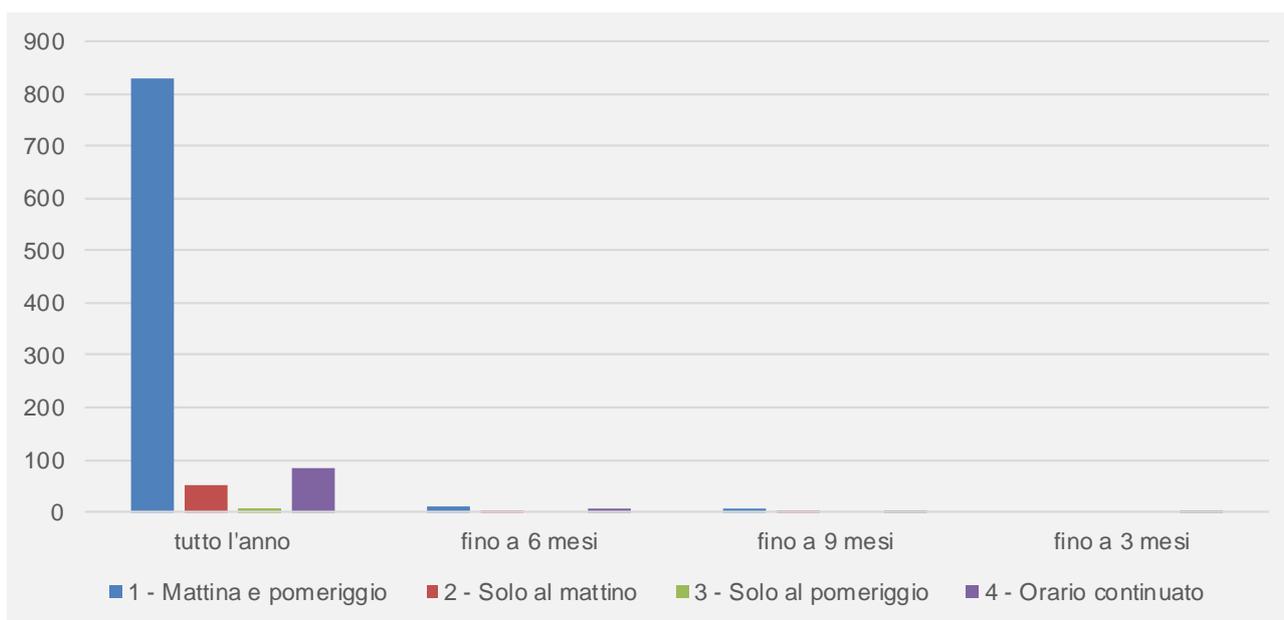


**Fig.7 - Numero di esercizi per % di presenza di addetti giovani**

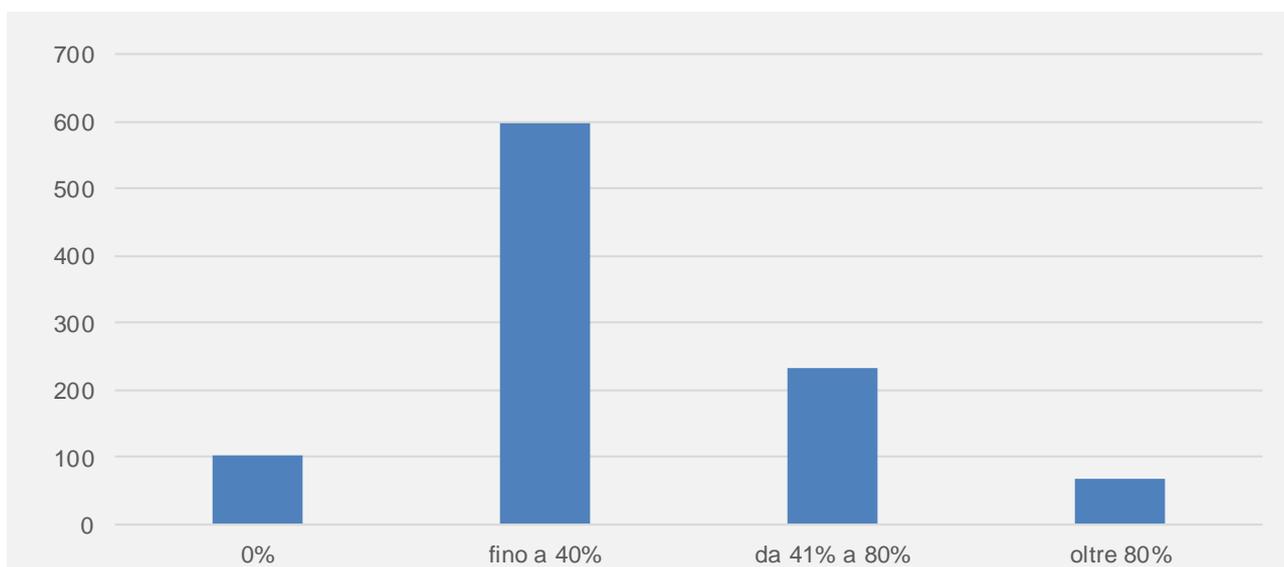


Si tratta di negozi per lo più di tipo tradizionale, aperti tutto l'anno (97%) con orario di apertura spezzato mattino e pomeriggio (85%) e soltanto il 9% con orario continuato (Fig.8). Si rivolgono principalmente a una clientela di prossimità o di passaggio (>85%) anche se viene segnalata una discreta presenza turistica (in quasi il 90% dei negozi i turisti rappresentano più del 40% della clientela) concentrata principalmente nei fine settimana (66%) e a frequentazione stagionale (82%).

**Fig. 8 - Numero di esercizi per orario di apertura**



**Fig. 9 - Numero di esercizi per percentuale di clientela turistica**



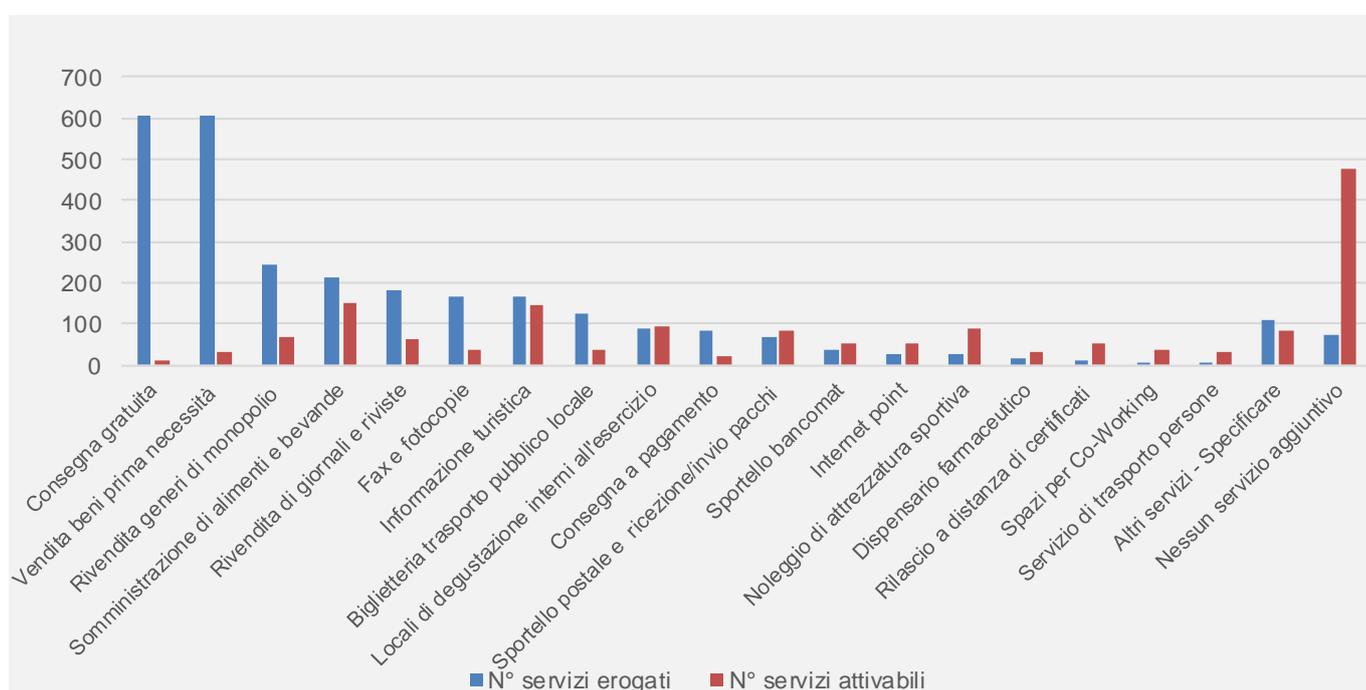
Per quanto riguarda l'offerta attuale di servizi aggiuntivi e la propensione ad attivare di nuovi (Tab.5) si è riscontrato un buon livello di quelli offerti da parte degli esercenti intervistati; infatti, solo il 7% degli esercizi non offre nessun servizio, mentre il 47% ne offre più di 3. Tuttavia, quasi la metà degli esercizi (47%) non è disposta ad attivare altri servizi aggiuntivi, facendo pensare a una limitata possibilità di aumentare ulteriormente l'offerta.

**Tab. 5 – Quanti esercizi erogano servizi aggiuntivi e quanti sono disposti ad offrirne di nuovi?**

NUMERO DI SERVIZI AGGIUNTIVI OFFERTI	ESERCIZI CHE OFFRONO SERVIZI		ESERCIZI DISPOSTI A OFFRIRE NUOVI SERVIZI	
	N°	%	N°	%
Nessun servizio aggiuntivo	75	7%	476	47%
1 servizio aggiuntivo	228	23%	244	24%
2 servizi aggiuntivi	229	23%	125	12%
tra 3 e 5 servizi aggiuntivi	355	35%	128	13%
più di 5 servizi aggiuntivi	116	12%	30	3%
<b>Totale complessivo</b>	<b>1003</b>	<b>100%</b>	<b>1003</b>	<b>100%</b>

Per quanto riguarda le tipologie di servizi, quelli attualmente offerti si concentrano soprattutto in quelli più attinenti all'attività principale dell'esercizio stesso, come la consegna gratuita o la vendita di altri beni di prima necessità, seguiti da una discreta diffusione di altri servizi come la rivendita di tabacchi, somministrazione di alimenti e bevande, rivendita giornali, fax e fotocopie, e informazione turistica (Fig. 10)

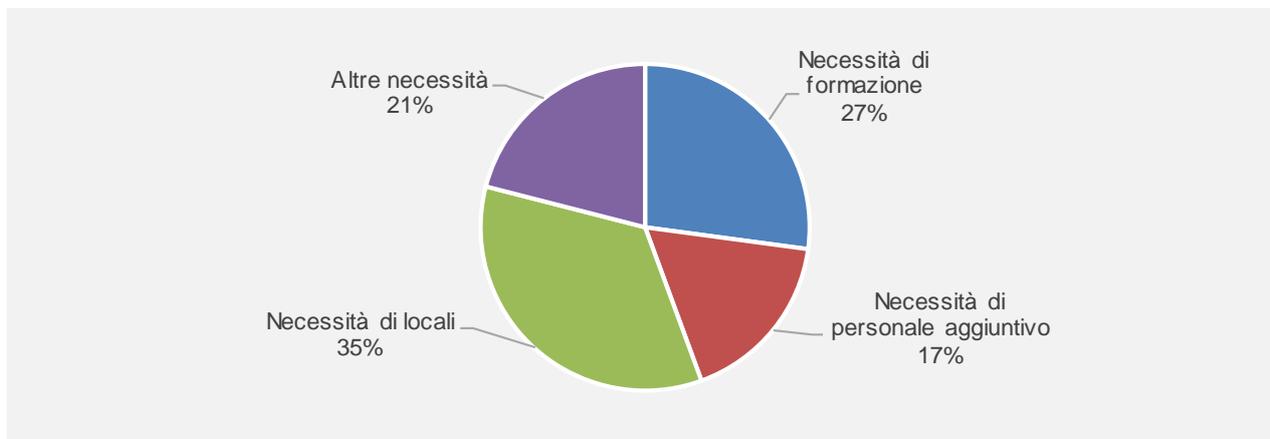
**Fig. 10 - Servizi erogati o potenzialmente attivabili da parte degli esercizi commerciali intervistati**



Tra i servizi potenzialmente attivabili si riscontra una maggiore diversificazione tra le varie tipologie indicate in Fig.10, con una discreta propensione verso i servizi legati al turismo (somministrazione alimenti, locali di degustazione interni, informazione turistica, noleggio attrezzature sportive).

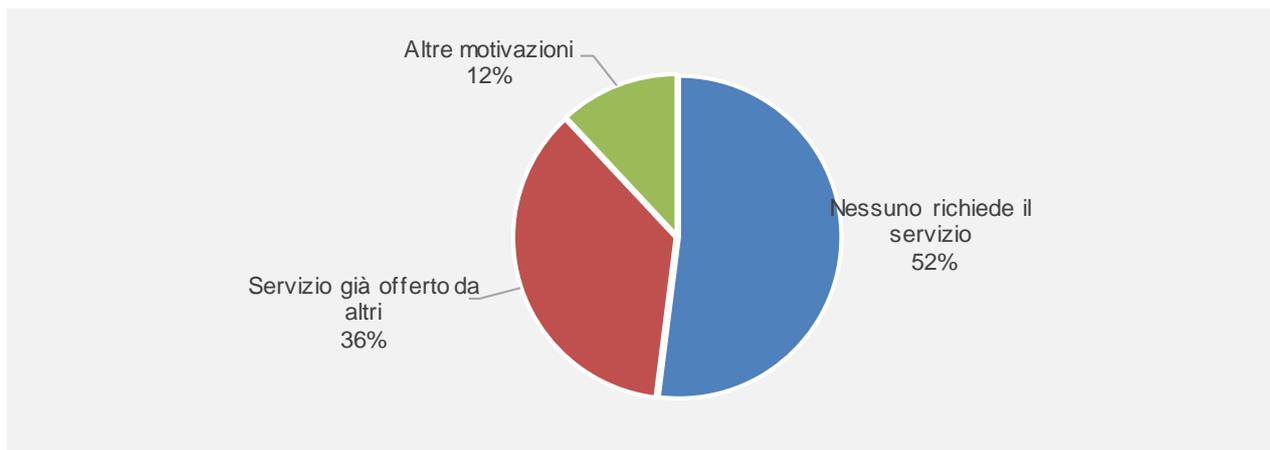
Come indicato in Fig.11 per l'eventuale attivazione di nuovi servizi prevale il fabbisogno di nuovi locali (35%), seguito dalla necessità di formazione (27%) e di personale aggiuntivo (17%). Tra le altre necessità sono spesso indicati i contributi pubblici per l'attivazione del servizio, l'installazione o l'acquisto di attrezzature specifiche (es. e-bike e colonnine per ricarica e-bike, armadi dedicati a dispensario farmaceutico, materiale di informazione turistica aggiornato, ecc.).

**Fig. 11 - Necessità da soddisfare per attivare nuovi servizi**



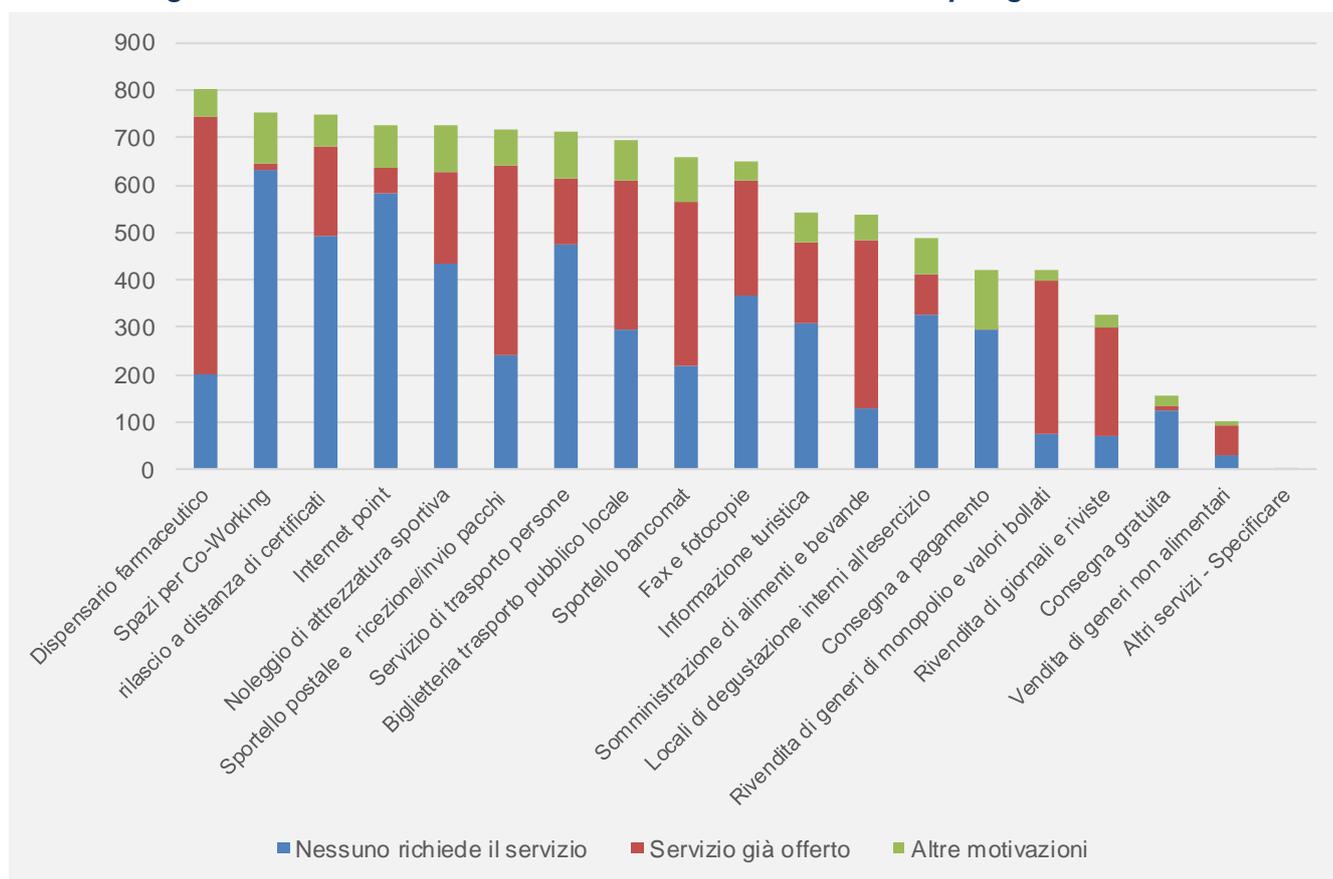
Tra le motivazioni di coloro che hanno dichiarato di non essere propensi ad attivare nuovi servizi (Fig.12), prevale la mancanza di richiesta (52%) oppure la presenza del servizio già offerto da altri (36%)

**Fig. 12- Motivi che ostacolano l'attivazione di nuovi servizi**



Il grafico in Fig. 13 evidenzia come la mancanza di richiesta sembra prevalere per i tipi di servizio a carattere più innovativo come gli spazi per il co-working, gli internet point, il rilascio a distanza di certificati della Pubblica Amministrazione, il noleggio di attrezzatura sportiva, il servizio di trasporto di persone, oppure quelli maggiormente connessi alla frequentazione turistica come l'informazione turistica, i locali di degustazione interna. I servizi già offerti da altri operatori sono principalmente il dispensario farmaceutico, lo sportello postale e consegna/ricevimento pacchi, lo sportello bancomat e la somministrazione di alimenti e bevande (Bar e ristorazione).

**Fig. 13- Motivazioni che ostacolano l'attivazione delle diverse tipologie di servizi**



### 3.2.3 I servizi aggiuntivi offerti o potenzialmente attivabili da parte dei bar e dei servizi di ristorazione localizzati nei comuni privi di esercizi alimentari

Al fine di completare il quadro conoscitivo, nei comuni dove non è stata rilevata la presenza esercizi commerciali alimentari o rivendite tabacchi, il questionario è stato somministrato agli eventuali esercizi di ristorazione e bar presenti, che sono risultati essere 152, prevalentemente localizzati piccoli comuni fino a 600 residenti (73%). Dei 152 esercenti intervistati, il 52% ha mostrato interesse per l'eventuale attivazione di una "bottega dei servizi" (Tab.6).

**Tab. 6- Esercizi di ristorazione e bar localizzati nei comuni privi di rivendite alimentari e tabacchi**

FASCIA DI POPOLAZIONE DEI COMUNI	N° DI BAR E RISTORANTI INTERESSATI A BOTTEGHE DEI SERVIZI					
	si		no		TOTALE	
	N°	%	N°	%	N°	%
Meno di 200 residenti	34	68%	16	32%	50	100%
Tra 200 e 400 residenti	17	38%	28	62%	45	100%
Tra 400 e 600 residenti	9	56%	7	44%	16	100%
Tra 600 e 900 residenti	9	50%	9	50%	18	100%
Tra 900 e 1200 residenti	6	75%	2	25%	8	100%
Tra 1200 e 1500 residenti	2	25%	6	75%	8	100%
Tra 1500 e 2500 residenti	1	25%	3	75%	4	100%
Tra 2500 e 3500 residenti	0	0%	1	100%	1	100%
Più di 3500 residenti	1	50%	1	50%	2	100%
<b>Totale complessivo</b>	<b>79</b>	<b>52%</b>	<b>73</b>	<b>48%</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

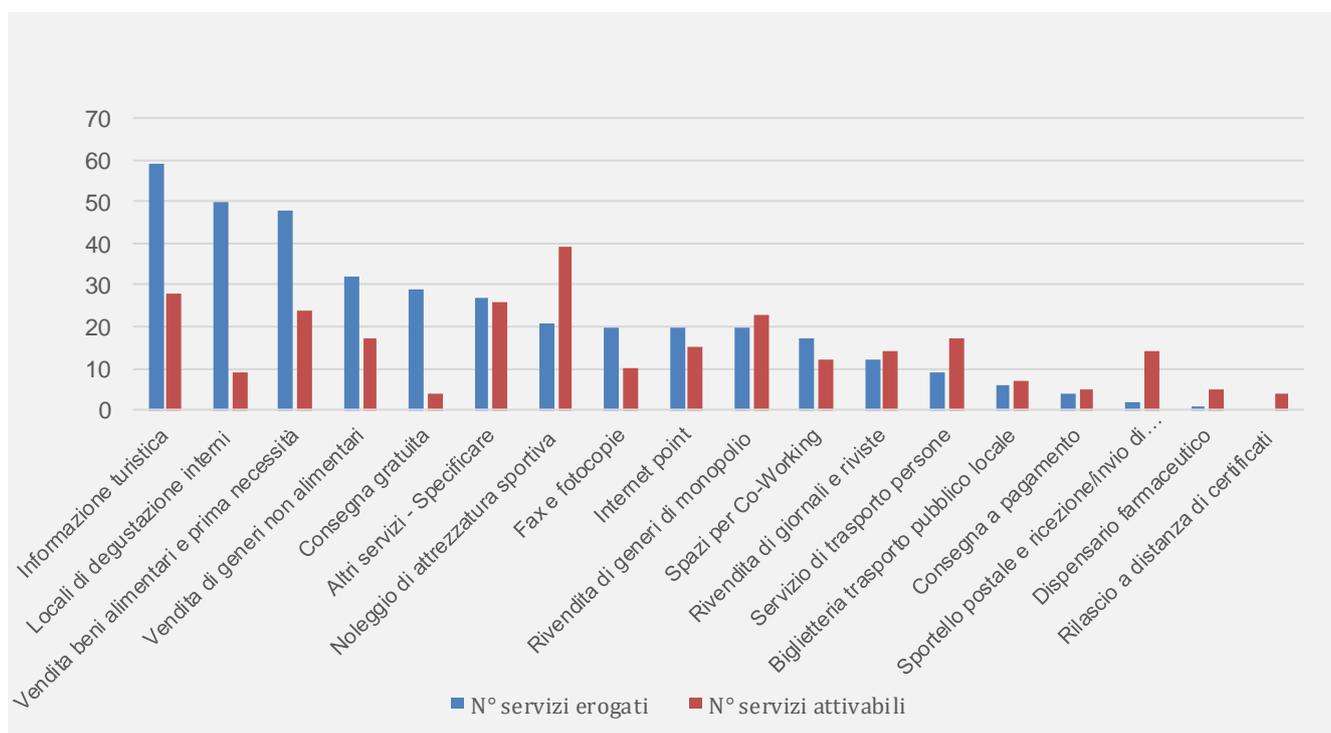
Analogamente alle rivendite di alimentari, nella tab.7 si può vedere che i ristoranti e i bar che attualmente offrono già servizi aggiuntivi sono numerosi (80%) e che un buon numero di essi non è tuttavia disponibile ad offrire nuovi servizi (37%) o al massimo 1 (24%).

**Tab. 7 – Quanti esercizi di ristorazione e bar erogano servizi aggiuntivi e quanti sono disposti ad offrirne di nuovi?**

NUMERO DI SERVIZI AGGIUNTIVI OFFERTI	ESERCIZI CHE OFFRONO SERVIZI		ESERCIZI DISPOSTI A OFFRIRE NUOVI SERVIZI	
	N°	%	N°	%
Nessun servizio aggiuntivo	30	20%	56	37%
1 servizio aggiuntivo	29	19%	36	24%
2 servizi aggiuntivi	30	20%	22	14%
Tra 3 e 5 servizi aggiuntivi	45	30%	25	16%
Più di 5 servizi aggiuntivi	18	12%	13	9%
<b>Totale complessivo</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

Tra i servizi aggiuntivi attualmente erogati, prevalgono l'informazione turistica e i locali di degustazione interni indicando una buona propensione verso le attività di accoglienza turistica. Seguono la vendita di generi alimentari e prima necessità, compresa la consegna gratuita, facendo anche supporre che tali esercizi già sopperiscano, almeno in parte, all'assenza di esercizi di prossimità nello stesso comune (Fig. 14).

**Fig. 14 - Servizi erogati o potenzialmente attivabili da parte degli esercizi di ristorazione e bar intervistati**



Le maggiori disponibilità ad allargare l'offerta di servizi si rivolgerebbero soprattutto alla domanda turistica, con servizi di informazione turistica e di noleggio di attrezzature sportive. Per coloro che non sono disponibili all'attivazione di nuovi servizi aggiuntivi i motivi d'impedimento sono rappresentati soprattutto dalla mancanza di richiesta del servizio (65%) e in minor misura la presenza del servizio già offerto da altri operatori (22%).

### 3.3 Considerazioni di sintesi sui risultati delle rilevazioni dirette

L'alto tasso di adesione all'indagine sia da parte dei Sindaci che da parte degli esercizi commerciali contattati, ha consentito di conseguire un elevato grado di copertura territoriale e di ricavare informazioni significative sulle caratteristiche dei servizi attualmente disponibili nei comuni montani piemontesi al di sotto dei 5000 abitanti.

Si conferma l'estrema frammentazione amministrativa e demografica delle aree montane, con quasi un quarto dei comuni al di sotto dei 200 abitanti in cui risiede il 3% degli abitanti e comunque il 67% dei comuni non supera i 900 abitanti, mentre la maggior parte della popolazione (73,7%) si concentra nei 142 comuni con più di 900 abitanti.

Per quanto riguarda l'offerta di servizi alla popolazione, dalle risposte dei Sindaci emerge un'offerta diffusa e diversificata su tutto il territorio considerato e come anche i comuni più piccoli siano in grado di assicurare buoni livelli di servizi alla propria popolazione. Prevalgono nettamente i servizi sociosanitari (più del 30%) rivolti alle diverse fasce deboli, a cui seguono i servizi ricreativi/educativi principalmente rivolti ai giovani (28%) e i servizi culturali (21%). I servizi da potenziare secondo i Sindaci sono quelli rivolti a tutta la popolazione (es. trasporti, ambulatori e servizi medici, Bancomat, ufficio postale ecc.), con particolare attenzione a quelli per gli anziani.

Complessivamente, dalle risposte ai questionari agli esercizi commerciali emerge un quadro di strutture piccolissime dimensioni, costituiti dal 45% da Minimercati, condotti prevalentemente da ditte individuali in maggioranza attivi da più di 10 anni, con uno o due addetti e una bassissima presenza di addetti giovani. Si tratta di negozi per lo più di tipo tradizionale, aperti tutto l'anno con orario di apertura spezzato mattino e pomeriggio. Si rivolgono principalmente a una clientela di prossimità o di passaggio anche se viene segnalata una discreta presenza turistica concentrata principalmente nei fine settimana e a frequentazione stagionale.

Gli esercizi commerciali intervistati che svolgono funzioni assimilabili a quelle delle "Botteghe dei servizi" sono numerosi e diffusi. Infatti, solo il 7% degli esercizi non offre alcun servizio aggiuntivo, mentre il 47% ne offre più di 3, anche se la propensione ad aumentare ulteriormente l'offerta sembra

limitata. Le tipologie di servizi attualmente offerti si concentrano soprattutto in quelli più attinenti all'attività principale dell'esercizio stesso, come la consegna gratuita o la vendita di altri beni di prima necessità, seguiti da una discreta diffusione di altri servizi come la rivendita di tabacchi, somministrazione di alimenti e bevande, rivendita giornali, fax e fotocopie, e informazione turistica.

Tra i servizi potenzialmente attivabili si riscontra una discreta propensione verso i servizi legati al turismo (somministrazione alimenti, locali di degustazione interni, informazione turistica, noleggio attrezzature sportive), per i quali vengono individuati fabbisogni di nuovi locali, seguiti dalla necessità di formazione e di personale aggiuntivo, ma anche l'ottenimento di contributi pubblici per l'attivazione del servizio e l'installazione o l'acquisto di attrezzature specifiche.

Anche nei comuni privi di esercizi di commercio alimentare, i ristoranti e i bar presenti erogano numerosi servizi aggiuntivi tra cui prevalgono l'informazione turistica e i locali di degustazione interni indicando una buona propensione verso le attività di accoglienza turistica. La vendita di generi alimentari e di prima necessità, compresa la consegna gratuita, fanno anche supporre che tali esercizi già sopperiscano, almeno in parte, all'assenza di esercizi di prossimità nello stesso comune.

## 4. Le “Botteghe dei servizi” finanziate

### 4.1 Il bando pubblicato

Tenendo in considerazione i dati emersi dall'indagine conoscitiva, il Settore Sviluppo della Montagna della Regione Piemonte, con l'apertura del bando (det. Dirigenziale del 28/07/2022 n° 386), ha reso disponibili 3 Milioni di euro per favorire la rivitalizzazione dei borghi attraverso lo sviluppo e il mantenimento delle Botteghe dei Servizi nei Comuni montani Piemontesi classificati.

I beneficiari del contributo potevano essere microimprese singole o cooperative di comunità (ai sensi della L.R. n° 13/2021 e iscritte all'albo della Regione Piemonte), che svolgono attività di Bottega dei Servizi nei comuni montani con popolazione inferiore ai 5.000 abitanti. I soggetti proponenti hanno avuto tempo dal 30 settembre al 15 novembre 2022 per presentare le domande e sono tenuti a concludere gli investimenti entro un anno a partire dalla data della concessione dell'agevolazione.

In dettaglio, il Bando ha definito come “Bottega dei Servizi”, un esercizio commerciale di prossimità con superficie di vendita di beni alimentari non superiore ai 150 mq. che, unitamente alla vendita di beni alimentari offre anche altri servizi aggiuntivi sia per i cittadini residenti che per i turisti e fruitori del territorio stesso.

Ogni beneficiario poteva richiedere un contributo a fondo perduto massimo di 50.000 euro per ogni domanda, di cui 30.000 per investimenti e 20.000 per le spese di gestione nei primi due anni di attività.

Entro la conclusione dell'investimento proposto, l'esercizio commerciale è tenuto a svolgere, quale attività primaria, la vendita di prodotti del settore alimentare specializzato (frutta e verdura, carni e prodotti a base di carne, pesce, pasticcerie, bevande specializzato o altri alimentari specializzati) o alimentare misto (minimercati e altri esercizi di vendita alimentari non specializzati). Nel caso in cui i soggetti proponenti siano cooperative di Comunità, rivendite tabacchi, Bar e ristorazione, le attività di vendita di prodotti alimentari può diventare secondaria.

A conclusione dell'investimento proposto le Botteghe dei servizi dovranno offrire obbligatoriamente un minimo di quattro servizi, di cui almeno tre ricompresi tra quelli numerati da 1 a 15 nell'elenco riportato nella pagina seguente.



#### SERVIZI PREVISTI DAL BANDO

- 1) Internet point;
- 2) Fax e fotocopie;
- 3) Biglietteria del trasporto pubblico locale (su gomma, ferroviario, funiviario);
- 4) Noleggio di attrezzature a scopo escursionistico o sportivo;
- 5) Spazi per co-working;
- 6) Informazione turistica;
- 7) Sportello postale, previa apposita convenzione con il gestore del servizio postale;
- 8) Servizi di pagamento (es.: bollo auto, bollettini) e servizio di ricariche telefoniche di almeno due tra i principali gestori di telefonia mobile;
- 9) Ricezione e invio di pacchi e attività di e-commerce in apposite cassette e locker;
- 10) Dispensario farmaceutico;
- 11) Supporto alla richiesta di certificati digitali alla PA;
- 12) Servizio Bancomat;
- 13) Servizio di trasporto persone;
- 14) Servizio di assistenza all'utilizzo di piattaforme telematiche in ambito sanitario (es.: prenotazione di visite mediche, ricezione, stampa ed invio di referti medici, area dedicata a consulti medici on-line);
- 15) Consegna domiciliare gratuita;
- 16) Somministrazione di alimenti e bevande;
- 17) Vendita di generi appartenenti al settore merceologico non alimentare;
- 18) Rivendita di giornali e riviste;
- 19) Rivendita di generi di monopolio e di valori bollati;
- 20) Vendita di alimenti per categorie specifiche (es.: prodotti per celiaci, prodotti per la prima infanzia);
- 21) Vendita di prodotti tipici locali.

I criteri adottati dalla Regione per la selezione delle domande erano funzionali al territorio coinvolto (indice di marginalità e fascia di popolazione del comune in cui è localizzata l'attività, 60 punti), alle tipologie (vedi elenco sopra) e alla numerosità dei servizi da attivare (60 punti) e alla qualità complessiva del progetto, dei servizi e della modalità di gestione (60 punti).

## 4.2 Le Botteghe finanziate

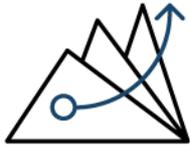
Delle 154 domande presentate, 112 sono state ritenute ammissibili a finanziamento; tuttavia, le risorse disponibili hanno consentito di finanziarne in un primo tempo soltanto 85. Successivamente, nel mese di maggio 2023, la Regione ha messo a disposizione altri 750.000 euro per scorrere la graduatoria, finanziandone altre 21 per un totale di 106 Botteghe, di cui 64 già attive e 42 da attivare e per un investimento complessivo di 5.919.823 sul territorio. Delle 106 Botteghe finanziate, 48 si trovano in provincia Cuneo, 26 nella Città metropolitana di Torino, 13 nel VCO, 6 nella provincia di Biella, 6 in quella di Alessandria, 43 in quella di Vercelli e 3 in quella di Asti.

Come si evince dalla Tab.8, i comuni in cui si insedieranno le Botteghe sono 91 e in 8 comuni le Botteghe insediate saranno 2, in un comune 3 e in un altro comune 4. Dal punto di vista delle dimensioni dei comuni, il 47% delle Botteghe si localizza nei comuni di minori dimensioni (25 Botteghe in comuni con meno di 200 residenti e 24 in comuni tra 200 e 400 residenti).

*Tab 8 – Le Botteghe dei servizi finanziate*

COMUNI		BOTTEGHE DEI SERVIZI FINANZIATE	
FASCIA DI POPOLAZIONE	N°	N°	%
Meno di 200 residenti	23	25	24%
Tra 200 e 400 residenti	21	24	23%
Tra 400 e 600 residenti	12	17	16%
Tra 600 e 900 residenti	13	13	12%
Tra 900 e 1200 residenti	6	8	8%
Tra 1200 e 1500 residenti	5	7	7%
Tra 1500 e 2500 residenti	7	7	7%
Tra 2500 e 3500 residenti	3	4	4%
Più di 3500 residenti	1	1	1%
<b>Totale complessivo</b>	<b>91</b>	<b>106</b>	<b>100%</b>

Complessivamente i servizi attivati saranno molto numerosi (934) con una media di 9 servizi per Bottega e un buon grado di diversificazione.



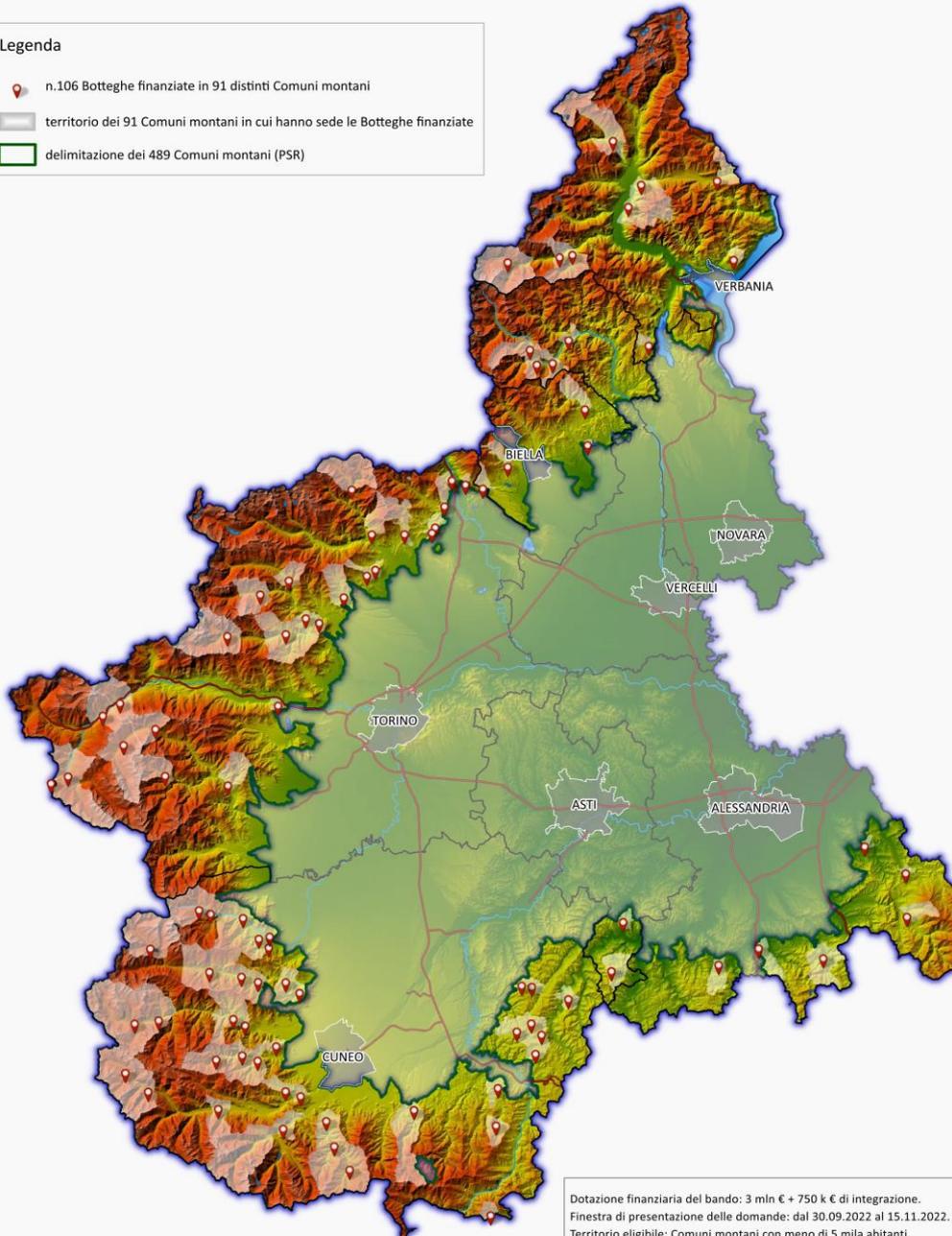
## Bando per le Botteghe dei servizi (LR 14/2019, art.28)

### Botteghe finanziate

[D.D. n.368 del 31.05.2023]

#### Legenda

- n.106 Botteghe finanziate in 91 distinti Comuni montani
- territorio dei 91 Comuni montani in cui hanno sede le Botteghe finanziate
- delimitazione dei 489 Comuni montani (PSR)



Dotazione finanziaria del bando: 3 mln € + 750 k € di integrazione.  
Finestra di presentazione delle domande: dal 30.09.2022 al 15.11.2022.  
Territorio eligibile: Comuni montani con meno di 5 mila abitanti.

Nota mappa: localizzazione delle Botteghe finanziate per sede del municipio del Comune di appartenenza  
[91 distinti Comuni, di cui dieci Comuni sede di 2 Botteghe, un Comune-Pradives (CN) sede di 3 Botteghe e un Comune-Macugnaga (VCO) sede di quattro Botteghe]

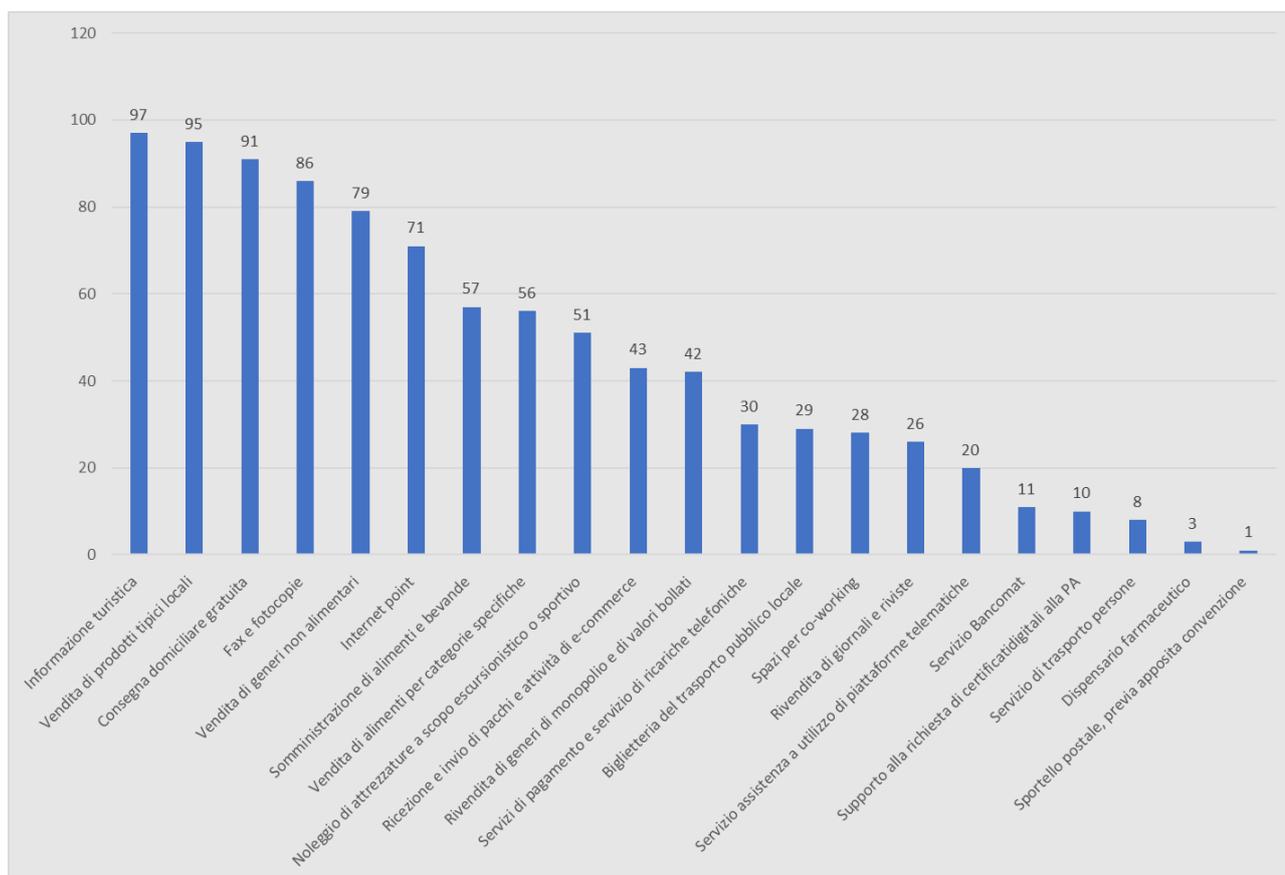
Fonte: allestimento cartografico Osservatorio sulla Montagna su dati istruttoria bando.  
Sfondo: DEM Tinitaly-INGV (EPSG: 32632)  
Formato mappa: A4

0 9 18 km

Fonte: Elaborazione a cura di Regione Piemonte, Settore Sviluppo della Montagna

Come raffigurato in Fig. 15, la quasi totalità delle Botteghe si rivolgerà anche alla clientela turistica offrendo informazioni turistiche e prodotti tipici locali, oltre che il noleggio di attrezzatura sportiva e la somministrazione di alimenti e bevande. I residenti potranno usufruire di un ampio ventaglio di servizi, sia di base come la consegna gratuita, fax e fotocopie, rivendita tabacchi o giornali, ma anche di servizi di tipo avanzato come gli Internet Point, la ricezione e l'invio di pacchi tramite cassette e-locker, spazi per il Co-Working, l'assistenza all'utilizzo delle piattaforme sanitarie digitali.

**Fig. 15- Servizi erogati dalle "botteghe dei servizi" finanziate**



### **4.3 Confronto tra risultati dell'indagine conoscitiva e caratteristiche delle Botteghe dei servizi finanziate**

L'elevato numero di botteghe dei servizi finanziate in comuni di piccole dimensioni (il 53% delle Botteghe si trova in comuni al di sotto di 400 abitanti) consentirà di potenziare l'offerta di servizi anche nelle aree più periferiche e disagiate del territorio montano.

La buona propensione ad erogare servizi finalizzati all'accoglienza turistica da parte delle Botteghe finanziate, può fungere da supporto alla promozione delle aree montane a minor vocazione turistica, superando l'attitudine tradizionale delle Botteghe esistenti a rivolgersi principalmente alla popolazione locale.

## 5. Bibliografia

### Testi citati nel Rapporto

A cura di F. Ferlaino, F. S. Rota, G. Dematteis, “Le montagne del Piemonte”, IRES Piemonte-Dislivelli, 2019

### Riferimenti normativi

Regione Piemonte - L.r. 14/2019 –Disposizioni in materia di tutela, valorizzazione e sviluppo della montagna.

D.D. 22 novembre 2021, n. 734 - D.G.R. n. 31-4055 del 05/11/2021 - Disposizioni per la realizzazione di un'indagine conoscitiva sul territorio montano piemontese.

D.D. 28 luglio 2022, n. 386 - Legge Regionale n. 14 del 5 aprile 2019, articolo 28 - D.G.R. n. 41-5263 del 21 giugno 2022: istituzione della misura per la concessione di contributi per lo sviluppo ed il mantenimento delle botteghe dei servizi - Approvazione Bando.

D.D. n. 284/A1615A/2023 del 18 aprile 2023 - Legge Regionale n. 14 del 5 aprile 2019, articolo 28 - Misura per la concessione di contributi per lo sviluppo ed il mantenimento delle botteghe dei servizi - Approvazione della graduatoria regionale.

D.D. 31 maggio 2023, n. 368 - Legge Regionale n. 14 del 5 aprile 2019, articolo 28 - Misura per la concessione di contributi per lo sviluppo ed il mantenimento delle botteghe dei servizi - Scorrimento della graduatoria regionale.