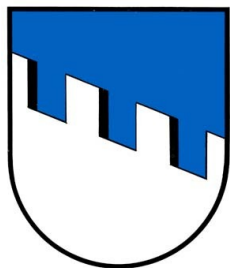
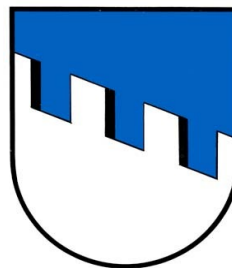


Comune di
CASTELROTTO



Gemeinde
KASTELRUTH



**Piano comunale
per le medie strutture
di vendita**

ai sensi dell'articolo 3, comma 1
della legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7
"Nuovo ordinamento del commercio"

**Gemeindeplan für die
mittleren Handelsbe-
triebe**

im Sinne von Artikel 3, Absatz 1
des Landesgesetzes 17 Februar 2000, Nr. 7
"Neue Handelsordnung"

Analisi ed elaborazione: Studio Associato Giovanelli
Sede: via Degasperi n.77 (Palazzo Stella) - Trento
Tel.: 0461/390136 ° Fax: 0461/917058
Web: www.studiogiovanelli.com
E.mail: info@studiogiovanelli.com

© *Diritti d'autore ex Legge 22 aprile 1941, n.633*

Diritti e opera dell'ingegno riferiti al presente elaborato sono riservati e protetti, giusto quanto previsto dal Codice Civile. La riproduzione anche parziale dell'elaborato è espressamente vietata senza autorizzazione scritta da parte dell'estensore

Analyse u. Ausarbeitung: Studio Ass. Giovanelli
Sitz: via Degasperi n. 77 (Palazzo Stella) – Trento
Tel.: 0461/390136 ° Fax: 0461/917058
Web: www.studiogiovanelli.com
E.mail: info@studiogiovanelli.com

© *Copyright aus Gesetz 22 aprile 1941, n.633*

Vom Zivilgesetz reservierte und geschützte Urheberrechte. Die auch nur teilweise Vervielfältigung dieses Dokuments ist ohne schriftliche Genehmigung des Verfassers ausdrücklich verboten.

Indice - Inhalt

1. Premessa.	1. Vorwort.	4
2. La normativa commerciale in Alto Adige.	2. Die Handelsgesetzgebung in Südtirol	6
2.1. Le norme di riferimento ed i relativi aggiornamenti.	2.1. Die gesetzlichen Bestimmungen und die diesbezüglichen Neuerungen	6
2.2. La Legge provinciale n.7/2000.	2.2. Das Landesgesetz Nr. 7/2000.	8
2.3. I provvedimenti di attuazione della legge.	2.3. Die Durchführungsbestimmungen zum Gesetz	11
2.4. Le direttive provinciali per l'insediamento delle attività commerciali.	2.4. Die Landesrichtlinien für die Ansiedlung von Handelsbetrieben.	11
2.5. Le regole di sviluppo delle medie strutture di vendita.	2.5. Die Regeln für die Entwicklung der mittleren Handelsbetriebe.	12
2.6. Il Piano commerciale per le medie strutture di vendita.	2.6. Der Handelsplan für die mittleren Handelsbetriebe.	17
2.6.1. La zonizzazione commerciale	2.6.1. Einteilung des Wohngebietes in Handelszonen	21
2.6.2. Parcheggi – accessibilità - inquinamento	2.6.2. Parkplätze - Zufahrtsmöglichkeiten – Umweltverschmutzung	23
2.7. Le norme specifiche per il rilascio di autorizzazioni per la vendita di giornali e riviste.	2.7. Die Normen für die Erteilung von Genehmigungen zum Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften	24
3. Metodologia del lavoro	3. Vorgangsweise	26
3.1. Fase di analisi	3.1 Analysephase	26
3.2. Calcolo del Tetto Massimo consigliato	3.2. Berechnung der empfohlenen Höchstgrenze	27
3.3. Applicabilità del TM	3.3. Verwendbarkeit der HG	28
3.4. Deroche al TM	3.4. Abweichungen von der HG	30
3.5. Ripartizione della superficie disponibile per settore	3.5. Aufteilung der verfügbaren Fläche nach Warenaektor	31

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

3.6. Tempi di utilizzo del TM	3.6. Benützungszeiten der HG	32
3.7. La parte normativa.	3.7. Gesetzlicher Teil.	32
4. Contesto di riferimento ed analisi della rete commerciale di Castelrotto.	4. Bezugsrahmen und Analyse der Handelsstruktur von Kastelruth.	33
4.1. Il commercio in provincia di Bolzano.	4.1. Der Handel in der Provinz Bozen.	33
4.1.1 La rete commerciale provinciale: struttura e tendenze evolutive.	4.1.1 Das Handelsnetz in Südtirol: Struktur und Entwicklungstendenzen.	33
4.1.2. Tendenze evolutive dei consumi e dei prezzi.	4.1.2. Entwicklungstendenzen des Konsums und der Preise.	35
4.1.3. La mobilità dei consumatori.	4.1.3. Die Konsumentenmobilität.	37
4.2. Descrizione del contesto e della rete commerciale comunale.	4.2. Beschreibung des Umfelds und des Gemeindehandelsnetzes.	40
4.2.1. Popolazione residente.	4.2.1. Ansässige Bevölkerung.	40
4.2.2. Le presenze turistiche.	4.2.2. Tourismus.	42
4.2.3. I flussi di acquirenti in mobilità sul territorio.	4.2.3. Die Pendlerströme.	44
4.2.4. La rete commerciale comunale.	4.2.4. Das Handelsnetz der Gemeinde.	46
4.2.5. Valutazione qualitative.	4.2.5. Qualitative Bewertung.	52
5. L'importanza del commercio nel Centro Storico.	5. Die Bedeutung des Handels im historischen Ortszentrum.	56
6. Quantificazione del TM	6. Berechnung der HG	58
7. Norme di attuazione	7. Durchführungsbestimmungen	59
Allegati alle Norme di attuazione	Anlagen zu den Durchführungsbestimmungen	78

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

1. Premessa

Con deliberazione consiliare n.69, approvata in data 26.11.2002, il **Comune di Castelrotto** aveva approvato il Piano Comunale per le medie strutture di vendita.

Si tratta di un adempimento attribuito alla competenza comunale dall'articolo 3 della Legge Provinciale 17 febbraio 2000 n.7 che ha riformato la normativa del settore adeguando alle esigenze e specificità proprie dell'economia e del contesto territoriale e sociale della provincia di Bolzano i principi contenuti nel Decreto Legislativo 28 marzo 1998, n. 114, nonché dall'articolo 5 del Decreto del Presidente della Giunta provinciale n.39 di data 30 ottobre 2000, che al comma 3 prevede l'obbligo in capo ai comuni con oltre 1000 abitanti di predisporre propri strumenti pianificatori.

Per tale provvedimento era stabilita un'efficacia di cinque anni, eventualmente prorogabile per un massimo di due anni.

L'Amministrazione comunale ha ritenuto opportuno aggiornare il Piano comunale prima della naturale scadenza in considerazione della modifica di destinazione urbanistica che alcune aree del territorio hanno subito, nonché a causa del pressoché totale utilizzo del contingente (TM) quantificato dal precedente Piano, circostanza che non permette il soddisfacimento delle richieste provenienti dagli operatori commerciali volte a sviluppare la rete commerciale comunale delle medie strutture di vendita.

A prescindere da considerazioni di ordine giuridico, l'aggiornamento del Piano comunale per le medie strutture di vendita si rende dunque necessario anche per corrispondere ad un'ulteriore fondamentale esigenza ovvero l'aggiornamento della programmazione comunale, il quale può rappresentare un'importante occasione per fare il punto sull'assetto e sulle tendenze di sviluppo della rete commerciale comunale sia in rapporto al contesto locale – vale a dire dell'ambito di riferimento – che, più in generale, rispetto a quello provinciale e per verificare, inoltre, le conseguenze delle scelte a suo tempo compiute in sede di prima adozione dei "criteri comunali".

1. Vorwort

Mit Beschluss des Gemeinderates Nr. 69 vom 26.11.2002 hat die Gemeinde Kastelruth den Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe genehmigt.

Dabei handelt es sich um eine Auflage für die Gemeinde, im Sinne des Artikels 3 des Landesgesetzes vom 17. Februar 2000 Nr. 7, das die Normen im Sektor Handel reformiert hat, um die Prinzipien des gesetzesvertretenden Dekretes vom 23. März 1998, Nr. 114 an die Bedürfnisse und Besonderheiten des Handelssektors und der räumlichen und sozialen Rahmenbedingungen der Provinz Bozen anzupassen, sowie des Artikels 5 des Dekretes des Landeshauptmanns Nr. 39 vom 30. Oktober 2000, welcher in Absatz 3 die Pflicht für alle Gemeinden mit über 1000 Einwohnern vorsieht, einen Handelsplan zu erstellen.

Diese Verordnung hatte eine Gültigkeit von fünf Jahren, die eventuell für maximal zwei weitere Jahre verlängert werden konnte.

Die Gemeindeverwaltung sah es als notwendig an, den Gemeindeplan vor Ablauf seiner Laufzeit abzuändern, unter Berücksichtigung der Tatsache, dass einige Zonen des Gemeindegebietes eine Änderung der urbanistischen Zweckbestimmung erfahren haben sowie die fast vollständige Nutzung der Flächenverfügbarkeiten (HG), die vom vorherigen Plan zur Verfügung standen. Diese Umstände verhinderten die Befriedigung der Unternehmeranfragen um Weiterentwicklung des Gemeindehandelsnetzes der mittleren Betriebe.

Abgesehen von Erwägungen rechtlicher Natur, ist die Überarbeitung des Gemeindeplanes für die mittleren Handelsbetriebe auch notwendig, um einem weiteren grundsätzlichen Erfordernis zu begegnen. Die Aktualisierung der Gemeindeprogrammierung kann eine wichtige Chance sein, um eine Standortanalyse zu machen und die Entwicklungstendenzen des Gemeindehandelsnetzes zu untersuchen, sowohl auf Gemeindeebene – oder dem Bezugsbereich – als auch im Größeren auf Landesebene. Darüber hinaus können die Folgen der Entscheidungen überprüft werden, die im Rahmen der Erstanwendung der „Gemeindekriterien“ getroffen wurden.

Per le finalità di cui sopra il **Comune di Castel-**

Um die obengenannten Zielsetzungen zu errei-

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

rotto ha provveduto con delibera della Giunta Comunale n. 558 di data 20 settembre 2006 ad affidare a Studio Associato Giovanelli di Trento l'incarico consulenziale per la predisposizione di un elaborato di studio, analisi e proposta riguardante la rielaborazione del Piano comunale per le medie strutture di vendita.

L'attività prestata da **Studio Associato Giovanelli**, nel pieno rispetto delle linee guida fissate dalla Provincia Autonoma di Bolzano, principalmente con la Delibera giuntale di data 12 novembre 2001, n.4036 "Nuovi indirizzi e criteri programmatori provinciali per un razionale sviluppo dell'apparato distributivo", ha comportato una serie di verifiche sul campo e numerosi incontri, sia con l'Amministrazione comunale che con rappresentanti di Organismi ed Associazioni interessati a diverso titolo all'attività in argomento.

Questa fase di "concertazione" pubblico - privato si è rivelata pregiudiziale per una corretta e condivisa elaborazione di un importante strumento programmatico, qual è il Piano comunale per le medie strutture di vendita, con ricadute estese sull'intero sistema economico.

Le scelte operate dal Comune in relazione alle modalità, al riparto per settore, ai tempi di utilizzo della superficie di vendita disponibile per le medie strutture di vendita, la stessa zonizzazione commerciale del territorio, le implicazioni riferite all'osservanza dei criteri urbanistico - ambientali di sviluppo armonico della rete commerciale e, come ovvia conseguenza, la redazione di una parte normativa calibrata sulle necessità - opportunità riscontrate e condivise a livello comunale, trovano piena attuazione nel presente elaborato, che costituisce lo **studio preliminare e la proposta di atto deliberativo** da sottoporre alla approvazione del Consiglio comunale.

Più nel dettaglio, l'attività prestata da parte di **Studio Associato Giovanelli** si è sviluppata in più fasi:

- 1) predisposizione e adattamento parte metodologica;
- 2) studio della domanda e della offerta commerciale a livello comunale. L'analisi quantitativa dell'offerta distributiva locale si è basata sui dati forniti dal Comune, distintamente per piccole, medie e grandi strutture

chen, hat die Gemeinde Kastelruth mit Beschluss des Gemeinderates Nr. 558 vom 20. September 2006 das Studio Associato Giovanelli aus Trient beauftragt, eine Studie, Analyse und Vorschlag zur Überarbeitung des Gemeindeplanes für die mittleren Handelsbetriebe zu erarbeiten.

Die Dienstleistung des **Studio Associato Giovanelli** hatte, unter voller Berücksichtigung der von der Autonomen Provinz Bozen erstellten Richtlinien, hauptsächlich mit dem Beschluss der Landesregierung vom 12. November 2001, Nr. 4036 "Neue Landesplanungsrichtlinien und -kriterien für eine rationale Entwicklung des Verteilungssektors", eine Reihe von Untersuchungen und Treffen zur Folge, sowohl mit der Gemeindeverwaltung als auch mit den Vertretungen der an der Erstellung des Planes interessierten Organisationen und Verbände.

Diese Phase der öffentlich-privaten „Befragung“ hat sich als vorentscheidend für die korrekte und auf einer gemeinsamen Basis stehenden Ausarbeitung dieses wichtigen Planungsinstrumentes erwiesen, die der Gemeindehandelsplan für die mittleren Handelsbetriebe ist, mit Auswirkungen auf das gesamte wirtschaftliche Gefüge.

Die von der Gemeinde getroffenen Entscheidungen hinsichtlich der Aufteilung nach Sektoren, nach Benützungszeit der verfügbaren Verkaufsflächen für die mittleren Handelsbetriebe, die Aufteilung des Gemeindegebietes in Handelszonen, die Verknüpfungen betreffend die Beachtung der ökologisch - urbanistischen Kriterien mit dem Ziel einer gesunden Entwicklung der Handelsstruktur und, nicht zuletzt, die Abfassung eines normativen Abschnittes, abgestimmt auf die Bedürfnisse/Chancen, die auf Gemeindeebene festgestellt und befürwortet werden, finden ihren Niederschlag in diesem Dokument, das die **Vorstudie und den Vorschlag** darstellt, der dem Gemeinderat zur Genehmigung zu unterbreiten ist.

Im Detail betrachtet, hat sich die Arbeit des **Studio Associato Giovanelli** in mehrere Schritte gegliedert:

- 1) Vorbereitung und Anpassung des methodologischen Teils;
- 2) Studium des Handelsangebotes und der Nachfrage in der Gemeinde. Die quantitative Analyse des lokalen Handelsangebotes basiert auf den von der Gemeinde gelieferten Daten, getrennt nach

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

- di vendita e settore merceologico;
- 3) breve analisi di sintesi per evidenziare punti di forza e debolezza dell'offerta commerciale locale;
 - 4) analisi strettamente statistiche riferite al trend demografico, al fenomeno turistico, ai saldi per pendolarismo, tutte variabili incidenti su domanda ed offerta commerciale;
 - 5) come conseguenza della fase di analisi sopra descritta, puntuale individuazione del Tetto Massimo di superficie rilasciabile, con definizione del riparto dello stesso per settore merceologico, dei tempi di utilizzo, di eventuali possibilità di deroga;
 - 6) fase di indirizzo e supporto nella zonizzazione del territorio;
 - 7) predisposizione e progressivo adattamento della parte normativa alle specifiche esigenze riscontrate, con stesura di una serie di allegati di immediata e agevole fruizione;
 - 8) traduzione e consegna dei materiali;
 - 9) incontri presso l'Ente (per acquisizione di dati, avvio operatività, verifiche progressive, fase di concertazione e verifica con Organismi e Associazioni locali, presentazione).

2. La Normativa commerciale in Alto Adige.

2.1. Le norme di riferimento ed i relativi aggiornamenti.

La normativa di carattere legislativo e amministrativo che regola lo svolgimento dell'attività commerciale e la programmazione della rete di vendita è rappresentata dai seguenti provvedimenti:

- legge provinciale 17 febbraio 2000 n. 7 "Nuovo ordinamento del commercio";
- regolamento di esecuzione della legge provinciale 17 febbraio 2000 n. 7, emanato con decreto del Presidente della Giunta Provinciale dd. 30 ottobre 2000, n. 39;
- delibera della Giunta Provinciale 24 settembre 2001, n. 3359: Determinazione dei settori merceologici alimentare e non alimentare e delle tabelle speciali;
- delibera della Giunta Provinciale dd. 12 novembre 2001, n. 4036 ("Nuovi indirizzi e criteri programmatori provinciali per un razionale sviluppo dell'apparato distributivo, da osservare nella predisposizione de-

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

- kleinen, mittleren und großen Verkaufsstrukturen und nach Warenaektoren;
- 3) Kurzanalyse zu den Stärken und Schwächen des lokalen kaufmännischen Angebotes;
 - 4) Statistische Analysen betreffend die demographische Entwicklung, Tourismus, Pendlerströme, alles Variablen, die auf das Angebot und die Nachfrage Einfluss haben;
 - 5) In der Folge genaue Bestimmung der Höchstgrenze der verfügbaren Verkaufsfläche, Aufteilung derselben nach Warenaektor, nach Benütungszeiten, und eventuellen Möglichkeiten der Abweichung;
 - 6) Hilfestellung bei der Einteilung des Gemeindegebietes in Handelszonen;
 - 7) Vorbereitung und stufenweise Anpassung des normativen Teils an die spezifischen Anforderungen, mit gleichzeitiger Erstellung einer Serie leicht und schnell zu nutzender Anlagen;
 - 8) Übersetzung und Abgabe der Unterlagen;
 - 9) Treffen am Sitz der Gemeinde (Datenaquisition, Beginn der Arbeiten, fortlaufende Kontrollen, Abgleichung mit Organisationen und lokalen Verbänden, Präsentation).

2. Die Handelsgesetzgebung in Südtirol.

2.1. Die gesetzlichen Bestimmungen und die diesbezüglichen Neuerungen.

Die Normen gesetzlicher und verwaltungsrechtlicher Natur, welche die Ausübung der Handelstätigkeit und die Planung des Handelsnetzes regeln, sind folgende:

- Landesgesetz vom 17. Februar 2000, Nr. 7 „Neue Handelsordnung“;
- Durchführungsverordnung zum Landesgesetz vom 17. Februar 2000, Nr. 7, erlassen mit Dekret des Landeshauptmanns vom 30. Oktober 2000, Nr. 39;
- Beschluss der Landesregierung vom 24. September 2001, Nr. 3359: Festlegung der Warenbereiche Lebensmittel und Nicht Lebensmittel und der Sondertabellen;
- Beschluss der Landesregierung vom 12. November 2001, Nr. 4036 („Neue Landesplanungsrichtlinien und -kriterien

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

gli strumenti di pianificazione comunale e provinciale, a carattere vincolante, rispettivamente per le medie e grandi strutture di vendita”);

- delibera della Giunta Provinciale dd. 17 giugno 2002, n. 2150: “Piano provinciale per le grandi strutture di vendita” (art. 3 della L.P. 17 febbraio 2000 n. 7 e articolo 5 del D.P.G.P. 30 ottobre 2000, n. 39)
- delibera della Giunta Provinciale dd. 6 dicembre 2004, n. 4511: Modifica deliberazione della Giunta provinciale 17 giugno 2002, n. 2150 “Piano provinciale per le grandi strutture di vendita” (art. 3 della L.P. 17 febbraio 2000, n. 7 e del DPGP 30 ottobre 2000, n. 39)
- L.P. 11 agosto 1997, n. 13: Legge urbanistica provinciale (art. 48-quinquies, 75, 107);
- D.P.G.P. 23 febbraio 1998, n. 5: Regolamento di esecuzione della legge urbanistica (art. 7);
- deliberazione della Giunta Provinciale 8 marzo 2004, n. 744: Determinazione delle voci merceologiche per il rilascio di autorizzazioni e l’invio di comunicazioni per il commercio al dettaglio nelle zone per insediamenti produttivi, in funzione di prevalente attività artigianale o industriale e in funzione di attività di commercio all’ingrosso;

Nella relazione introduttiva allegata alla delibera comunale di approvazione del “piano comunale per le medie strutture di vendita”, si era provveduto ad illustrare in modo dettagliato i contenuti della normativa statale di riforma del settore commerciale, rappresentata dal Decreto Legislativo Bersani (31 marzo 1998, n. 114), descrivendone le novità contenute nella disciplina generale e nel sistema di programmazione e mettendo a confronto gli istituti normativi della nuova disciplina con quella della legge 2 giugno 1971, n. 426. A tale relazione si rinvia per un’utile rilettura e per gli approfondimenti che si ritenessero necessari a meglio comprendere l’evoluzione dei profili normativi che si è registrata negli ultimi anni con riferimento ad un comparto fondamentale come quello della distribuzione.

Nel presente documento si riassumono invece i principali passaggi della legge provinciale 17 febbraio 2000, n. 7, mentre in allegato si riportano alcuni prospetti utili a descrivere in forma sintetica i contenuti più significativi dell’attuale normativa provinciale.

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

für eine rationale Entwicklung des Verteilungssektors welche bei der Erstellung der bindenden Gemeinde- und Landesplanungsinstrumente für die mittleren und großen Handelsbetriebe zu beachten sind”);

- Beschluss der Landesregierung vom 17. Juni 2002, Nr. 2150: „Landesplan für die Großverteilungsbetriebe (Art. 3 des L.G. vom 17. Februar 2000 Nr. 7 und Artikel 5 des D.Lh. vom 30. Oktober 2000, Nr. 39);
- Beschluss der Landesregierung vom 6. Dezember 2004, Nr. 4511: „Änderung des Beschlusses der Landesregierung vom 17. Juni 2002, Nr. 2150 „Landesplan für die Großverteilungsbetriebe“ (Art. 3 des L.G. vom 17. Februar 2000 Nr. 7 und Artikel 5 des D.Lh. vom 30. Oktober 2000, Nr. 39);
- L.G. 11. August 1997, Nr. 13: Landesraumordnungsgesetz (Art. 48-quinquies, 75, 107);
- D.Lh. 23. Februar 1998, Nr. 5: Durchführungsverordnung zum Landesraumordnungsgesetz (Artikel 7);
- Beschluss der Landesregierung vom 8. März 2004, Nr. 744: Festlegung der Warenposten für die Erteilung von Erlaubnissen und das Einbringen von Mitteilungen für die Ausübung des Detailhandels in Gewerbegebieten in Funktion der vorherrschenden Handwerks- oder Industrietätigkeit und in Funktion der Großhandelstätigkeit;

Im einführenden Bericht, der dem Gemeindebeschluss zur Genehmigung des „Gemeindeplans für die mittleren Handelsstrukturen“ beigelegt ist, hat man die Inhalte der staatlichen Norm im Detail illustriert, welche den Handelssektor reformiert haben (Legislativdekret „Bersani“ vom 31. März 1998, Nr. 114). Es werden die Neuerungen im allgemeinen Gesetz und im Programmierungssystem beschrieben. Außerdem werden die Gesetzesinhalte der neuen Normen mit jenen des Gesetzes vom 2. Juni 1971, Nr. 426 verglichen. Man verweist in diesem Zusammenhang für die notwendigen Vertiefungen auf diesen Bericht, um die Entwicklung der Gesetzesbestimmungen in den letzten Jahren in einem so wichtigen Bereich wie jenem der Verteilung besser zu verstehen.

Im vorliegenden Dokument werden hingegen die bedeutendsten Schritte des Landesgesetzes vom 17. Februar 2000, Nr. 7 aufgezählt, wäh-

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

rend beiliegend einige in synthetischer Form zusammengefasste nützliche Aufstellungen die wichtigsten Inhalte der aktuellen Landesnorm wiedergeben.

2.2. La Legge Provinciale n.7/2000.

In questa sede ci si limiterà a ricordare che la legge provinciale 7/2000 ha avuto come obiettivo primario quello di recepire ed attuare, a livello provinciale, le novità contenute nella riforma statale del settore commerciale, che hanno interessato principalmente i seguenti aspetti:

- 1) dapprima, l'introduzione di un nuovo sistema di programmazione della rete commerciale, basato sulla dimensione delle strutture e non sui settori merceologici, con l'obiettivo di individuare gli impatti di natura urbanistico-ambientale (dei quali la dimensione rappresenta una funzione) e di contribuire a contenere l'effetto di tali impatti sul territorio, sulla viabilità e sull'ambiente piuttosto che di limitare la concorrenza interna al settore distributivo;
- 2) la conseguente distinzione delle strutture commerciali di vendita al dettaglio in tre tipologie dimensionali (esercizi di vicinato, medie e grandi strutture di vendita), alle quali corrisponde una diversa articolazione delle regole dirette a governarne lo sviluppo: la prima (vicinato) sostanzialmente libera da vincoli di pianificazione, le altre (medie e grandi strutture) vincolate al rispetto di regole di insediamento via via più incisive e stringenti con il crescere della dimensione e quindi degli impatti extrasettoriali;
- 3) la notevole semplificazione non solo delle regole di accesso al settore, ma anche della sua gestione, notevolmente sfoltite rispetto al passato, attraverso:
 - la soppressione del R.E.C., registro degli esercenti il commercio, istituito con legge 2 giugno 1971, n. 426, cessato definitivamente dal 24 aprile 2004;
 - la semplificazione delle regole riguardanti la gestione degli esercizi, ottenuta applicando pienamente gli istituti normativi contenuti nella legislazione in materia di semplificazione degli atti amministrativi: avviamento dell'attività degli esercizi di vicinato mediante denuncia di inizio attività, applicazione del principio del silenzio-assenso ai procedimenti di rilascio delle autoriz-

2.2. Das Landesgesetz Nr. 7/2000.

In vorliegendem Dokument begnügt man sich, daran zu erinnern, dass das primäre Ziel des Landesgesetzes 7/2000 war, die Neuheiten der staatlichen Reform des Handelssektors zu übernehmen. Diese Neuerungen betreffen hauptsächlich die folgenden Aspekte:

- 1) zuerst, die Einführung eines neuen Planungssystems des Handelsnetzes, basierend auf der Größe der Strukturen und nicht auf die Warenausrichtungen, mit der Zielsetzung, das Aufeinanderprallen von Umwelt- und Landschaftsschutz mit der Handelsplanung auszumachen und dazu beizutragen, die Folgen dieser Phänomene auf die Landschaft, das Straßennetz und die Umwelt verträglich zu gestalten, anstatt die Konkurrenz innerhalb des Verteilungssektors einzuschränken;
- 2) die Einteilung der Einzelhandelsbetriebe in die drei Typologien (Nahversorgungsbetriebe, mittlere Betriebe und Großverteilungsbetriebe), für die unterschiedliche Regeln für die Entwicklung gelten: die erste (Nahversorgung) ist grundsätzlich frei von Planungsbestimmungen, die anderen beiden (mittlere Betriebe und Großverteilung) unterliegen Niederlassungsnormen, die mit der Zunahme der Größenklasse und somit der Verträglichkeit mit den anderen Faktoren immer einschneidender und zwingender werden;
- 3) die erheblichen Vereinfachungen nicht nur bei den Normen zum Zugang zum Sektor, sondern auch in Hinblick auf die Führung im Vergleich zur Vergangenheit, durch:
 - die Abschaffung des R.d.H., Register der Handelstreibenden, eingeführt mit Gesetz vom 2. Juni 1971, Nr. 426 und endgültig eingestellt am 24. April 2004;
 - die Vereinfachung der Regeln, welche die Führung der Betriebe betreffen, durch die volle Anwendung der Normen bezüglich der Verwaltungsvereinfachungen: Eröffnung der kleinen Handelsbetriebe mittels einer Tätigkeitsbeginnmeldung, Anwendung des Prinzips der stillschweigenden Zustimmung bei den Verfahren zur Genehmigungsausstellung, Ausweitung des Systems der Eiogenerklä-

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

- zazioni, estensione del sistema delle autocertificazioni;
 - la riduzione delle categorie merceologiche a due soli settori, alimentare e non alimentare, in sostituzione del pletorico sistema tabellare (basato su 14 tabelle fondamentali e oltre 40 specializzazioni merceologiche);
- 4) una nuova regolamentazione degli orari dei negozi, resi più ampi e flessibili nell'interesse degli operatori e dei consumatori.

E' utile tuttavia ricordare che la legge provinciale non si è limitata a recepire la riforma statale, ma ha cercato di adattare quest'ultima alle specifiche esigenze del contesto locale. Si è quindi discostata dal decreto Bersani per tenere conto di alcuni aspetti che differenziano la realtà socioeconomica e territoriale altoatesina rispetto al quadro nazionale come, ad esempio, la scarsa dimensione demografica della maggior parte dei comuni, la notevole dispersione degli abitati, le caratteristiche di un territorio in gran parte situato in zone di montagna e, di conseguenza, la presenza di barriere di natura fisico-climatica capaci di influenzare e ridurre anche fortemente la mobilità dei consumatori.

Tutto ciò ha portato, in particolare, a contenere sensibilmente i valori delle soglie che distinguono fra loro le diverse tipologie di vendita (in funzione dei potenziali bacini di utenza), fino a ridurre notevolmente. E' il caso ad esempio delle grandi strutture dove in provincia di Bolzano sono quelle superiori a 500 mq. di superficie mentre a livello nazionale sono quelle superiori a 1.500 mq. nei comuni con meno di 10.000 abitanti e 2.500 mq. negli altri comuni.

La legge 7 ha consentito di avviare anche in Alto Adige una nuova fase della politica commerciale, più adeguata ai tempi e più attenta alla tematica degli impatti - economici e sociali ma anche territoriali e ambientali - della grande distribuzione, la cui progressiva espansione può produrre, accanto a qualche risultato positivo (in particolare sull'aumento dei consumi interni, sull'incremento delle possibilità di acquisto da parte dei consumatori, sul contenimento del fenomeno dell'evasione commerciale ecc.), anche una serie di fenomeni molto negativi, come il progressivo impoverimento dei centri storici e l'emarginazione delle zone periferiche disagiate, dove rischiano di scomparire servizi di importanza fondamentale anche ai fini della coesione sociale delle comunità che vi risiedono.

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

- rungen;
 - Die Reduzierung der Warenbereiche auf nur mehr zwei Sektoren, Lebensmittel und Nicht Lebensmittel, anstelle des aufgeblähten Warenlistensystems (basierend auf 14 Haupttabellen und über 40 spezielle Untertabellen);
- 4) eine neue Öffnungszeitenregelung, welche im Sinne der Handelstreibenden und der Konsumenten flexibler gestaltet wurde.

Es ist dennoch nützlich zu wissen, dass das Landesgesetz nicht einfach nur die Staatsreform übernommen, sondern versucht hat, diese den lokalen Gegebenheiten anzupassen. Man ist demzufolge vom Bersani Dekret abgewichen, um einigen sozioökonomischen und territorialen Aspekten, die sich auf Landesebene von jenen auf Staatsebene unterscheiden, wie z.B. die geringe geografische Größe der meisten Gemeinden, die beträchtliche Streuung der Einwohner, die Charakteristiken eines Landes, das sich großteils in einem Berggebiet befindet und dass es folglich physisch-klimatischen Barrieren gibt, welche die Mobilität der Konsumenten beeinflussen und auch stark einschränken.

Dies alles hat dazu geführt, dass man im speziellen die Grenzen, welche die verschiedenen Vertriebsformen voneinander unterscheiden (in Funktion zu den potentiellen Einzugsgebieten), deutlich gesenkt hat. Als Beispiel seien hier die Großverteilungsbetriebe genannt, die in Südtirol jene über 500 m² Verkaufsfläche sind, während sie auf nationaler Ebene in Gemeinden unter 10.000 Einwohner größer als 1.500 m² sind und in den übrigen Gemeinden größer als 2.500 m².

Mit dem Gesetz 7 hat auch in Südtirol eine neue Phase der Handelspolitik begonnen, mehr den heutigen Erfordernissen angepasst und sensibler hinsichtlich ökonomischer und sozialer Verträglichkeit sowie Landschafts- und Umweltverträglichkeit der Großverteilung, deren progressive Ausbreitung neben einigen positiven Resultaten (insbesondere die Zunahme des internen Konsums, die Zunahme der Einkaufsmöglichkeiten, die Eindämmung des Kaufkraftabflusses usw.) eine Reihe von negativen Begleiterscheinungen haben kann, wie die fortschreitende Verarmung der historischen Zentren und die Verwahrlosung der peripheren Stadtviertel, wo man riskiert, dass grundlegend wichtige Dienste, auch in sozialer Hinsicht, für die dort lebende Bevölkerung, verschwinden.

Mit der Handelsreform wurde das Prinzip der öf-

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

Con la riforma del commercio il principio della programmazione pubblica dell'offerta commerciale non è dunque stato eliminato, ma è stato riproposto in termini innovativi e riguarda ora soltanto le "medie" e le "grandi" strutture di vendita, mentre i piccoli esercizi (definiti "di vicinato") sono stati liberalizzati, esonerati cioè dal vincolo della programmazione di settore basata sui contingenti (numerici o di superficie), per essere assoggettati solamente ai vincoli di carattere urbanistico-edilizio e (nel caso del settore alimentare) alla normativa igienico-sanitaria.

In questa nuova ottica lo sviluppo della media e grande distribuzione è regolato e controllato nel suo ritmo di espansione, sia per quanto riguarda l'ingresso di nuove superfici che l'espansione di quelle esistenti, non con lo scopo di limitare o impedire l'ingresso nel mercato di nuovi soggetti, ma per garantire gli indispensabili equilibri tra le diverse funzioni territoriali, assicurare la riduzione degli impatti ambientali e il contenimento degli sprechi di territorio, salvaguardare la funzionalità della rete viaria, la qualità del tessuto urbano e della vita dei cittadini, garantire la diffusione territoriale del servizio distributivo, restituire capacità di attrazione ai centri storici e preservare la vivibilità delle zone periferiche disagiate o emarginate.

Per raggiungere questi obiettivi la programmazione commerciale si propone, attraverso vincoli e prescrizioni di carattere amministrativo, di rallentare e rendere più graduale il ritmo di crescita della rete commerciale, in particolare delle strutture della grande distribuzione, portando così il processo di ammodernamento e di trasformazione dell'offerta commerciale ad essere maggiormente compatibile con la salvaguardia delle piccole imprese, che garantiscono un servizio sociale diffuso sul territorio provinciale.

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

fentlichen Planung des Handelsangebotes demnach nicht abgeschafft, sondern auf innovative Art und Weise wieder vorgeschlagen. Es betrifft nun nur mehr die „mittleren“ und die „großen“ Handelsbetriebe, während die kleinen Betriebe (als Nahversorgungsbetriebe definiert) liberalisiert, also von den Planungsbestimmungen des Sektors befreit wurden, die auf Kontingente (numerisch oder flächenmäßig) basieren, um nur mehr den urbanistisch-baurechtlichen Bestimmungen und (im Lebensmittelsektor) den hygienisch-sanitären Bestimmungen zu unterliegen.

In dieser neuen Sicht ist die Entwicklung der mittleren und der großen Handelsbetriebe in seinem Erweiterungsrhythmus geregelt und kontrolliert, sei es was die Eröffnung von neuen als auch was die Erweiterung von bestehenden Betrieben betrifft. Dies nicht mit dem Ziel, den Markteintritt von neuen Subjekten einzuschränken oder zu verhindern, sondern um notwendige Gleichgewichte verschiedener räumlicher Funktionen zu garantieren, die negativen Umweltauswirkungen und die Grundverschwendung einzuschränken, die Funktionalität des Straßennetzes, die Lebensqualität des Stadtgefüges und der Bevölkerung zu sichern, die territoriale Verteilung des Vertriebsnetzes zu garantieren, den alten Ortsteilen die Anziehungskraft zurückzugeben und die Lebensqualität in den peripheren Zonen zu erhalten.

Um diese Ziele zu erreichen, versucht die Handelsplanung mittels Verwaltungsaufgaben und -vorschriften, den Wachstumsrhythmus des Handelsnetzes zu verlangsamen und verträglicher zu gestalten, besonders der Großverteilungsstrukturen. Dies, um den Modernisierungs- und Änderungsprozess des Handelsangebotes und den Schutz der Kleinbetriebe, die eine flächendeckende Nahversorgung auf Landesebene garantieren, zu vereinen.

2.3. I provvedimenti di attuazione della legge.

La legge provinciale 7/2000 ha recepito le norme di principio contenute nella riforma statale, ma ne ha rinviato la puntuale definizione ad atti di natura regolamentare previsti dalla stessa, attribuendoli in parte alla competenza della Giunta Provinciale e in parte ai Comuni.

Alla prima è stato affidato il compito di adottare due fondamentali strumenti di governo dello sviluppo delle rete commerciale: uno di natura settoriale, attraverso gli "indirizzi" e "criteri programmatori" per l'insediamento delle attività commerciali (medie e grandi strutture), l'altro di natura urbanistica, attraverso la legge urbanistica provinciale e il suo regolamento di esecuzione, opportunamente aggiornati.

Gli indirizzi e criteri programmatori, riguardanti rispettivamente le medie strutture e le grandi strutture di vendita sono stati approvati rispettivamente con le delibere della Giunta Provinciale n. 4036/2001 e 2150/2002.

2.4. Le direttive provinciali per l'insediamento delle attività commerciali.

L'articolo 3, comma 1 della legge 7/2000 stabilisce che "La Giunta provinciale ...definisce gli indirizzi e criteri programmatori per un razionale sviluppo dell'apparato distributivo...da osservare nella predisposizione degli strumenti di pianificazione comunale e provinciale, a carattere vincolante, rispettivamente per le medie e grandi strutture di vendita:". E aggiunge che, al riguardo "possono anche essere previsti particolari vincoli di natura urbanistica...onde stabilire la compatibilità urbanistica ed ambientale delle diverse strutture di vendita ed individuare le aree nelle quali consentire l'insediamento."

Per attuare questa disposizione di legge la Giunta provinciale ha approvato le delibere n. 4036/2001 e 2150/2002, con le quali:

- ha definito le regole generali alle quali devono attenersi i Comuni in sede di approvazione del proprio strumento di programmazione riguardante le medie strutture di vendita;
- ha approvato i criteri di programmazione riguardanti le grandi strutture di vendita.

L'articolo 5, comma 1, del regolamento di ese-

2.3. Die Durchführungsbestimmungen zum Gesetz.

Das Landesgesetz 7/2000 hat die Grundprinzipien, die in der Staatsreform enthalten sind, übernommen, hat aber die genaue Definition derselben mit Durchführungsverordnung geregelt, mit Zuweisung von Kompetenzen an die Landesregierung und an die Gemeinden.

Erstere hat die Aufgabe erhalten, zwei grundlegende Gesetzesinstrumente zur Entwicklung des Handelsnetzes anzuwenden: eines sektoraler Natur, durch die Planungsrichtlinien und -kriterien für die Ansiedlung der Handelstätigkeiten (mittlere und große Strukturen), das andere urbanistischer Natur, durch das Landesraumordnungsgesetz und die dazugehörigen Durchführungsbestimmungen.

Die Landesplanungsrichtlinien und -kriterien für die mittleren und die großen Handelsbetriebe wurden mit den Beschlüssen der Landesregierung Nr. 4036/2001 beziehungsweise 2150/2002 genehmigt.

2.4. Die Landesrichtlinien für die Ansiedlung von Handelsbetrieben.

Der Artikel 3, Absatz 1 des Gesetzes 7/2000 bestimmt, dass „Die Landesregierung legt...die Planungsrichtlinien und -kriterien für eine rationelle Entwicklung der Verteilungsstruktur fest, welche in den...bindenden Gemeinde- und Landesplanungsinstrumenten für die mittleren Einzelhandels- und die Großverteilungsbetriebe zu berücksichtigen sind.“ Er fügt hinzu, dass diesbezüglich „auch besondere Raumordnungsvorschriften...vorgesehen...werden, damit die Vereinbarkeit der verschiedenen Vertriebsformen mit der Raumordnung und der Umwelt gewährleistet und die Flächen bestimmt werden können, auf welchen ihre Niederlassung erlaubt werden soll.“.

Um diese Gesetzesvorschrift anzuwenden, hat die Landesregierung die Beschlüsse Nr. 4036/2001 und 2150/2002 genehmigt, mit denen sie:

- Die generellen Regeln bestimmt hat, an die sich die Gemeinden bei der Genehmigung des Gemeindeplanes für die mittleren Handelsbetriebe zu halten haben;
- Die Planungskriterien für die Großverteilungsbetriebe genehmigt hat.

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

cuzione della legge provinciale 7/2000 stabilisce a sua volta che "Gli strumenti di pianificazione ... comunale per le ... medie strutture di vendita, sono elaborati tenendo conto degli indirizzi provinciali... nonché della rete di vendita effettivamente esistente.". Al comma 3 è previsto inoltre che "La programmazione comunale, obbligatoria per i comuni con oltre 1000 abitanti, deve in particolare regolare lo sviluppo a livello comunale... delle medie strutture di vendita, tenendo eventualmente conto anche della rete di vendita esistente nei comuni confinanti o limitrofi.".

2.5. Le regole di sviluppo delle medie strutture.

La programmazione delle medie strutture di vendita - vale a dire di quelle comprese fra 100 e 500 mq. di superficie nei comuni con meno di 10.000 abitanti e fra 150 e 500 mq. negli altri comuni - è dunque affidata dalla legge provinciale alla competenza comunale, ma nel rispetto di direttive di massima ("indirizzi") stabilite dalla Giunta Provinciale.

L'atto di indirizzo provinciale ha fissato due tipi di criteri ai quali devono attenersi i Comuni per regolare in concreto, nello strumento di propria competenza, le possibilità di apertura di nuove medie strutture di vendita:

- il criterio di compatibilità socio-economica, basato sulla individuazione di un "tetto massimo" (TM) di superficie di vendita da destinare, in termini percentuali, allo sviluppo delle medie strutture di vendita (MSV) nel periodo di validità del piano comunale;
- il criterio di compatibilità urbanistico-ambientale, fondato su regole che stabiliscono la compatibilità tra la funzione commerciale e le destinazioni urbanistiche previste per le diverse zone del territorio comunale e su standards di carattere urbanistico e ambientale da rispettare nell'insediamento delle strutture commerciali.

Nel criterio di compatibilità socio-economica, il tetto massimo (TM) rappresenta il limite di sviluppo che il comune può stabilire per la superficie comunale delle medie strutture di vendita. A sua volta, il TM è la risultante della stima di una

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Der Artikel 5, Absatz1 der Durchführungsverordnung zum Landesgesetz 7/2000 bestimmt seinerseits, dass „Die Instrumente zur Planung auf...Gemeindeebene für...mittlere Verkaufseinrichtungen werden unter Berücksichtigung der landesweit gültigen Planungsrichtlinien...sowie des bestehenden Verkaufsnetzes ausgearbeitet.". Absatz 3 sieht weiters vor, dass „Die Gemeindeprogrammierung, die für alle Gemeinden mit mehr als 1000 Einwohnern verpflichtend ist, muss insbesondere die Entwicklung der mittleren Handelsbetriebe...regeln. Hierbei ist eventuell auch auf die in angrenzenden oder benachbarten Gemeinden vorhandenen Verkaufsnetze Rücksicht zu nehmen.".

2.5. Die Regeln für die Entwicklung der mittleren Handelsbetriebe.

Die Planung der mittleren Verkaufsstrukturen - Betriebe zwischen 100 und 500 m² Verkaufsfläche in den Gemeinden unter 10.000 Einwohner und zwischen 150 und 500 m² in den anderen Gemeinden - wird durch das Landesgesetz an die Gemeinde delegiert, aber unter Berücksichtigung der Richtlinien, die von der Landesregierung beschlossen wurden.

Die Landesrichtlinien haben zwei Arten von Kriterien festgelegt, an die sich die Gemeinden bei ihrer Planung halten müssen, um konkret die Möglichkeiten der Eröffnung von neuen mittleren Verkaufsstrukturen zu regeln:

- Das Kriterium der sozioökonomischen Vereinbarkeit, das auf die Ermittlung einer „Höchstgrenze" (HG) für neue Verkaufsflächen von mittleren Vertriebsstrukturen (MB) in Prozent im Zeitraum der Gültigkeit des Gemeindeplanes basiert;
- Das Kriterium der Vereinbarkeit mit der Umwelt und urbanistischen Erfordernissen, basierend auf Regeln, welche die Vereinbarkeit zwischen den Handelserfordernissen und den für die verschiedenen Gemeindegebiete vorgesehenen urbanistischen Zweckbestimmungen und urbanistischen sowie Umweltstandards bei der Ansiedlung der Verkaufsstrukturen bestimmen.

Beim Kriterium der sozioökonomischen Vereinbarkeit stellt die Höchstgrenze (HG) einen Entwicklungsgrenzwert dar, den die Gemeinde für die Verkaufsflächen der mittleren Verkaufsstrukturen festlegen kann. Die HG ist das Ergeb-

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

serie di variabili, che tengono conto della superficie effettiva delle MSV (medie strutture di vendita) a livello comunale, di un coefficiente minimo di sviluppo da assicurare ad ogni comune (diversificato secondo la collocazione del comune nella scala gerarchica dei centri abitati) e di un coefficiente di riequilibrio (che attribuisce maggiori possibilità di sviluppo ai comuni situati in comprensori a minore densità commerciale di MSV). L'applicazione di tale criterio rappresenta, in sostanza, un compromesso fra l'esigenza di assicurare uno sviluppo della rete commerciale che tenga conto del livello effettivo della domanda (della popolazione residente e dei turisti) e la necessità di riequilibrare la dotazione di strutture commerciali fra aree commercialmente forti e aree deboli del territorio provinciale.

Per quanto riguarda le regole di compatibilità urbanistica, gli indirizzi provinciali individuano tre tipologie di zone compatibili con l'insediamento di MSV: si tratta rispettivamente delle zone tradizionalmente vocate al commercio le aree urbane centrali (nelle quali l'insediamento di MSV è svincolato dalla programmazione commerciale), delle zone residenziali non centrali (nelle quali il fabbisogno di nuove MSV è regolato dalla programmazione comunale) e delle zone per insediamenti produttivi (nelle quali è possibile attivare strutture commerciali di particolari settori merceologici, che necessitano di vaste superfici e di ridotti spazi per parcheggi, come i materiali per l'edilizia, i mobili, gli autoveicoli, i prodotti per l'esercizio dell'agricoltura ecc.). Gli standard minimi di parcheggio sono a loro volta diversificati tenendo conto della ripartizione delle zone sopra descritte. Gli indirizzi provinciali individuano anche uno standard di accessibilità, basato sulla stima dell'impatto viabilistico determinato dall'attrazione commerciale (rapporto fra portata rilevata e capacità teorica delle strade interessate non superiore a 0,7).

Sembra opportuno analizzare in modo approfondito nel corso dei prossimi paragrafi la metodologia indicata dall'atto di indirizzo provinciale, che è di fondamentale importanza agli effetti delle risultanze finali del piano comunale per le medie strutture di vendita.

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

nis der Schätzung einer Reihe von Variablen, welche die effektive Verkaufsfläche der MHB (mittlere Handelsbetriebe) auf Gemeindeebene, einen Mindestentwicklungskoeffizienten (unterschiedlich je nach Hierarchieeinstufung der Gemeinde) und einen Ausgleichskoeffizienten (der den Gemeinden in den Bezirken mit weniger Handelsflächen von MHB mehr Entwicklungsmöglichkeiten gibt) berücksichtigen. Die Anwendung dieses Kriteriums stellt einen Kompromiss dar zwischen der Notwendigkeit, eine Entwicklung des Handelsnetzes zu garantieren, die der effektiven Nachfrage (der einheimischen Bevölkerung und der Touristen) entspricht, und der Notwendigkeit, einen Ausgleich an Ausstattung mit Handelsstrukturen zwischen Gebieten mit starkem und solchen mit schwachem Handelsangebot zu schaffen.

Was die Regeln zur urbanistischen Vereinbarkeit betrifft, legen die Landesplanungsrichtlinien drei Klassen von Flächen fest, die mit der Ansiedlung von MHB kompatibel sind: es handelt sich dabei um die Flächen, in denen der Handel im Vordergrund steht (in diesen Zonen gibt es keine Einschränkungen der Handelsplanung für die Ansiedlung von MHB), die nicht zentralen Siedlungsgebiete (in denen der Bedarf an neuen MHB durch die Gemeindeplanung geregelt wird) und die Gewerbegebiete (in denen die Ansiedlung von Handelsstrukturen mit bestimmten Waren möglich ist, die große Verkaufsflächen benötigen, wie die Baumaterialien, Möbel, Autos, Produkte für die Landwirtschaft usw.). Die Parkplatzmindeststandards sind wiederum unterschiedlich und berücksichtigen die oben beschriebenen Zoneneinteilungen. Die Landesplanungsrichtlinien legen auch Standards für die Zufahrtsmöglichkeiten fest. Diese basieren auf einer Schätzung des zusätzlichen Verkehrs, der durch die Anziehungskraft der Geschäfte (Verhältnis zwischen der effektiven und der theoretischen Belastung der betroffenen Straßen unter 0,7) entsteht.

Es erscheint angebracht, im Laufe der nächsten Absätze die Methodologie, welche in den Landesrichtlinien angegeben ist, genauer zu analysieren, da sie grundlegende Bedeutung für das Endresultat des Gemeindeplanes für die mittleren Handelsbetriebe hat.

Legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7: Tavole illustrative**Landesgesetz vom 17. Februar 2000 Nr. 7: Tafeln**

TAVOLA 1: TIPOLOGIE ESERCIZI / STRUTTURE			
Comuni fino a 10.000 abitanti	Esercizi di vicinato: fino a 100 mq.	Medie strutture di vendita: da 100 a 500 mq.	Grandi strutture di vendita: oltre 500 mq.
Comuni con più di 10.000 abitanti	Esercizi di vicinato: fino a 150 mq.	Medie strutture di vendita: da 150 a 500 mq.	Grandi strutture di vendita: oltre 500 mq.

TAFEL 1: BETRIEBSARTEN / STRUKTUREN			
Gemeinden bis zu 10.000 Einwohner	Kleine Handelsbetriebe: bis zu 100 m².	Mittlere Handelsbetriebe: von 100 bis 500 m².	Großverteilungsbetriebe: über 500 m².
Gemeinden mit mehr als 10.000 Einwohner	Kleine Handelsbetriebe: Bis zu 150 m².	Mittlere Handelsbetriebe: von 150 bis 500 m².	Großverteilungsbetriebe: über 500 m².

TAVOLA 2: REQUISITI DI ACCESSO
• Abolizione del REC (Registro Esercenti Commercio) • REQUISITI MORALI: obbligatori per tutti i settori merceologici • REQUISITI PROFESSIONALI: obbligatori per il settore alimentare, da acquisire con: a) corsi abilitanti istituiti dalle regioni e dalle Province Autonome di Trento e Bolzano b) esperienza professionale almeno biennale nell'ultimo quinquennio, come titolare o collaboratore di impresa che esercita la vendita di prodotti alimentari o dipendente qualificato addetto alla vendita o amministrazione c) diploma di fine apprendistato con qualifica di commesso di vendita alimentari d) diploma di scuola superiore e) diploma di laurea f) diploma di maestro artigiano nel settore alimentare g) iscrizione al registro pubblici esercizi – sezioni somministrazione pasti e bevande o esercizi ricettivi

TAFEL 2: ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

- **Abschaffung des REC** (Berufsverzeichnis der Handelstätigen)
- **MORALISCHEN VORAUSSETZUNGEN:** verpflichtend für alle Warenbereiche
- **BERUFLICHE VORAUSSETZUNGEN:** verpflichtend für den Lebensmittelsektor, erwerbbar durch:
 - a) anerkannte Berufslehrgänge eingerichtet von den Regionen und von den autonomen Provinzen Trient und Bozen
 - b) mindestens zweijährige berufliche Erfahrung in den letzten fünf Jahren als Inhaber oder Familienmitarbeiter oder als qualifizierter Angestellter im Verkauf oder in der Verwaltung eines Betriebes im Lebensmittelsektor
 - c) Lehrabschlussdiplom als Lebensmittelverkäufer
 - d) Oberschuldiplom
 - e) Laureatsdiplom
 - f) Handwerksmeisterbrief im Lebensmittelsektor
 - g) Eintragung im Verzeichnis der Gastgewerbetreibenden – Abschnitt Speisebetriebe oder Abschnitt Beherbergungsbetriebe

TAVOLA 3: SETTORI MERCEOLOGICI

SETTORE ALIMENTARE: tutti i prodotti alimentari

SETTORE NON ALIMENTARE: tutti i prodotti non alimentari

TABELLE RISERVATE

(distributori di carburante, generi di monopolio, farmacie, pubblici esercizi, strutture ricettive, negozi in campeggi, bottiglierie, esercizi in zone produttive, bottiglierie, giardinerie, piscine, sale cinematografiche e teatri)

TAFEL 3: WARENBEREICHE

BEREICH LEBENSMITTEL: alle Lebensmittelprodukte

BEREICH NICHT LEBENSMITTEL: alle Nicht Lebensmittelprodukte

BESONDERE WARENLISTEN

(Tankstellen, Monopolwarenhandlungen, Apotheken, Schank- und Speisebetriebe, Beherbergungsbetriebe, Einzelhandelsgeschäfte innerhalb von Campinganlagen, in Flaschen abgefüllte Getränke, Einzelhandelsbetriebe in Gewerbezon, Gärtnereien, Schwimmbäder, Kinosäle und Theater)

TAVOLA 4: COMPETENZE**ESERCIZI DI VICINATO**

- comunicazione da presentare al comune
- programmazione commerciale: esclusa
- vincoli urbanistico - edilizi: PRG e regolamento edilizio comunale

MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

- rilascio autorizzazione: Comune
- programmazione commerciale e urbanistica: comunale
- programmazione sovraordinata: indirizzi della Giunta Provinciale (sia di carattere commerciale che urbanistico)

GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

- rilascio autorizzazione: Provincia
- programmazione commerciale: criteri della Giunta Provinciale
- programmazione urbanistica: PRG comunale sulla base della legge urbanistica e dei criteri provinciali

TAFEL 4: KOMPETENZEN**KLEINE HANDELSBETRIEBE**

- Mitteilung an die Gemeinde
- Handelsplanung: ausgenommen
- urbanistisch – baurechtliche Bestimmungen: BLP und Durchführungsbestimmungen zum Bauleitplan

MITTLERE HANDELSBETRIEBE

- Ausstellung Erlaubnis: Gemeinde
- Handelsplanung und Baubestimmungen: Gemeinde
- Übergeordnete Planung: Richtlinien der Landesregierung (sowohl Handelsbestimmungen als auch Baubestimmungen)

GROSSVERTEILUNGSBETRIEBE

- Ausstellung Erlaubnis: Provinz
- Handelsplanung: Richtlinien der Landesregierung
- Baubestimmungen: Gemeindebauleitplan unter Berücksichtigung des Landesraumordnungsgesetzes und der Landesrichtlinien

TAVOLA 5: PROCEDURE E TERMINI

Per aperture, ampliamenti e trasferimenti di **ESERCIZI DI VICINATO**:

- 30 giorni (dalla presentazione della comunicazione)

Per aperture, ampliamenti e trasferimenti di **MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**:

- scadenza termine istruttoria: 60 giorni dalla domanda
- mancato rilascio autorizzazione: silenzio - assenso

Per aperture, ampliamenti e trasferimenti di **GRANDI STRUTTURE DI VENDITA**:

- scadenza termine istruttoria: entro 150 giorni dalla domanda
- mancato rilascio autorizzazione: silenzio - assenso

TAFEL 5: VERFAHREN UND FRISTEN

Für Eröffnungen, Erweiterungen und Übersiedlungen von **KLEINEN HANDELSBETRIEBEN**:

- 30 Tage (nach Einreichung der Mitteilung)

Für Eröffnungen, Erweiterungen und Übersiedlungen von **MITTLEREN HANDELSBETRIEBEN**:

- Fristverfall des Verfahrens: 60 Tage nach Einreichung des Gesuchs
- fehlende Ausstellung der Genehmigung: stillschweigende Zustimmung

Für Eröffnungen, Erweiterungen und Übersiedlungen von **GROSSVERTEILUNGSBETRIEBEN**:

- Fristverfall des Verfahrens: 150 Tage nach Einreichung des Gesuchs
- fehlende Ausstellung der Genehmigung: stillschweigende Zustimmung

2.6. Il Piano commerciale per le medie strutture di vendita.

I **“Nuovi indirizzi e criteri programmatori provinciali per un razionale sviluppo dell'apparato distributivo, da osservare nella predisposizione degli strumenti di pianificazione comunale e provinciale, a carattere vincolante, rispettivamente per le medie e le grandi strutture di vendita”**, giusto il disposto dell'articolo 3 della LP 7/2000 e degli articoli 4 e 5 del relativo Regolamento di esecuzione, sono stati approvati con deliberazione Giunta Provinciale n. 4036 dd. 12 novembre 2001 e pubblicati nel supplemento n.2 al Bollettino Ufficiale 27 novembre 2001, n.49.

Gli **“Indirizzi provinciali”** (così definiti per brevità) forniscono le linee guida per il razionale sviluppo della rete di vendita al dettaglio.

Una prima indicazione fondamentale attiene alla metodologia da seguire nella programmazione comunale, a carattere vincolante per le medie strutture di vendita. Il criterio di programmazione, di tipo innovativo, è costituito dal modello di domanda commerciale specificato in funzione della popolazione residente, dei turisti e dei soggetti in mobilità sul territorio. Si tratta di uno strumento utile per spiegare l'evoluzione quantitativa della rete commerciale verificatasi a livello comunale e per lanciare delle proiezioni sulle dinamiche future.

Di particolare rilevanza è il **Punto 5** degli **“Indirizzi provinciali”**, intitolato **“Indirizzi e criteri programmatori per le medie strutture di**

2.6. Der Handelsplan für die mittleren Handelsbetriebe.

Die von Artikel 3 des LG 7/2000 und von den Artikeln 4 und 5 der entsprechenden Durchführungsverordnung vorgeschriebenen **„Neuen Landesplanungsrichtlinien und -kriterien für eine rationale Entwicklung des Verteilungssektors welche bei der Erstellung der bindenden Gemeinde- und Landesplanungsinstrumente für die mittleren und großen Handelsbetriebe zu beachten sind“**, wurden mit Beschluss der Landesregierung Nr. 4036 vom 12. November 2001 genehmigt und im Beiblatt Nr. 2 des Amtsblattes vom 27. November 2001, Nr. 49 veröffentlicht.

Die **„Landesplanungsrichtlinien“** (ab jetzt aus Gründen der Kürze so genannt) liefern die Grundideen für die rationale Entwicklung des Einzelhandelsnetzes.

Einen ersten grundlegenden Hinweis über die bei der Gemeindeprogrammierung betrifft die zu verfolgende Vorgangsweise, die für die mittleren Verkaufsstrukturen verbindlich ist. Das innovative Programmierungskriterium besteht aus dem Nachfragemodell in Bezug auf die einheimische Bevölkerung, des Tourismus und des Pendlerverkehrs im Gemeindegebiet. Es handelt sich hierbei um ein nützliches Instrument zur Klärung der quantitativen Entwicklung der Handelsstruktur in der Gemeinde und die Projektion einer zukünftigen Entwicklung.

Von besonderer Bedeutung ist hierbei **Punkt 5** der **„Landesplanungsrichtlinien“** mit dem Titel **„Planungsrichtlinien und -kriterien für die**

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

vendita".

Al **Punto 5.1 Premessa** si evidenzia che le medie strutture rappresentano il fulcro della strategia di sviluppo della rete commerciale provinciale e costituiscono la componente più dinamica della rete al dettaglio, il cui sviluppo è attribuito dalla legge provinciale alla competenza comunale.

Il **Punto 5.2 Indirizzi e criteri** puntualizza che "Le scelte di programmazione delle amministrazioni comunali si esprimono in un piano comunale per il commercio", riportando nel proseguo i riferimenti normativi e quelli regolamentari che hanno incidenza sugli obblighi e sulle modalità di programmazione.

Sempre il Punto 5.2. prevede: "per le medie strutture, allo scopo di rendere trasparente la decisione relativa all'autorizzazione del sindaco all'apertura, al trasferimento o all'ampliamento, per ogni domanda va condotta:

- una verifica di compatibilità socio - economica;
- una verifica di compatibilità urbanistico - ambientale.

L'eventuale diniego é giustificabile solo in relazione al mancato rispetto delle condizioni richieste per il superamento di una o di ambedue le verifiche".

In relazione alla **verifica di compatibilità socio - economica**, ancora il Punto 5.2 degli "Indirizzi provinciali" indica che il Piano stabilisce:

- il calcolo del Tetto Massimo per le medie strutture;
- "la percentuale di superficie di vendita complessiva da destinare ai settori alimentare e non alimentare nelle diverse zone commerciali, incluso il centro storico. Resta ferma la libertà di entrata del commercio in centro storico, cioè l'impossibilità di contingentare la superficie complessiva di vendita in questa zona. Il rapporto equilibrato tra settore alimentare e non alimentare va stabilito sulla base di una analisi (...)" . Pertanto, da una lettura incrociata, mentre risulta evidente la possibilità ed opportunità di ripartire il Tetto Massimo per settore merceologico in zona 2, il riparto riferito alla zona 1 pare avere un

mittleren Betriebe".

In **Punto 5.1. Vorwort** wird unterstrichen, dass die mittleren Handelsbetriebe den Kern der Strategie zur Entwicklung des Vertriebsnetzes in der Provinz Bozen bilden und die dynamischste Komponente des Einzelhandels darstellen, und deren Entwicklung wurde vom Landesgesetz an die Gemeinden übertragen.

Der **Punkt 5.2. Richtlinien und Kriterien** sagt, dass „Die Programme der Gemeindeverwaltungen in Form eines kommunalen Handelsplans vorgelegt werden“, der dann in einem weiteren Abschnitt die gesetzlichen Bezüge und Bestimmungen wiedergibt, die Einfluss auf die Programmierungsvorschriften und Modalitäten haben.

Der Punkt 5.2. sieht weiters vor: „Im Hinblick auf die Transparenz der Entscheidungen des Bürgermeisters betreffend die Erteilung von Genehmigungen für die Eröffnung, die Verlegung oder für den Ausbau von mittleren Vertriebsstrukturen ist für jedes Gesuch:

- die sozioökonomische Vereinbarkeit;
- die Vereinbarkeit mit Umwelt und urbanistischen Erfordernissen zu überprüfen.

Der Bürgermeister darf nur dann eine Genehmigung ablehnen, wenn eine der beiden obigen Voraussetzungen nicht erfüllt werden".

In Bezug auf die **Überprüfung der sozioökonomischen Vereinbarkeit** weist immer noch Punkt 5.2. der „Landesplanungsrichtlinien“ darauf hin, dass der Plan folgendes festlegt:

- Die Berechnung der Höchstgrenze für die mittleren Verkaufsstrukturen;
- Prozentueller Anteil der Gesamtverkaufsfläche, die dem Lebensmittel- bzw. dem Nichtlebensmittelbereich auf den verschiedenen Handelsflächen einschließlich dem historischen Zentrum vorbehalten werden soll. Unbeschadet bleibt dabei die freie Geschäftstätigkeit in historischen Zentren, d.h., dass die Gesamtverkaufsfläche in diesem Gebiet nicht kontingentiert werden darf. Das prozentmäßig ausgewogene Verhältnis zwischen Lebensmittel- und Nichtlebensmittelbereich wird auf der Grundlage einer Studie (...) ermittelt. Deshalb ist es klar und angebracht, die Höchstgrenze in der Zone 2 nach Warenbe-

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

mero valore "indicativo", posto che si conferma la libertà di entrata in tale zona, fatto ovviamente salvo il solo rispetto dei requisiti soggettivi ed oggettivi e afferenti l'idoneità urbanistica dei locali;

- "le modalità ed i tempi di utilizzazione del Tetto Massimo (TM)";
- "le motivazioni che giustificano l'eventuale superamento del TM", che devono essere comunicate in forma scritta sia alla Provincia che ai sindaci dei comuni confinanti direttamente interessati da una significativa gravitazione commerciale.

In relazione alla **verifica di compatibilità urbanistico - ambientale** (rinviando per un esame più puntuale a successivi paragrafi specifici), il più volte citato **Punto 5.2** indica che il Piano comunale del commercio stabilisce, in particolare:

- la zonizzazione commerciale (zone 1, 2 e 3). Al riguardo, operando un passo indietro, il **Punto 1.3 Strumenti di intervento** degli Indirizzi conferma fra i vincoli recati dalla Provincia il divieto di svolgere attività al dettaglio in zone di verde agricolo, alpino e bosco, fatte salve le attività esistenti (**articolo 26, comma 10 LP 7/2000**) e che tale attività in zone per insediamenti produttivi può svolgersi solo in funzione prevalentemente artigianale, industriale, di commercio all'ingrosso, per limitate merceologie, entro precisi limiti di superficie, come previsto dalla legge urbanistica provinciale. Tali vincoli vengono ripresi nel Piano comunale;
- gli standard di ordine urbanistico e ambientale da rispettare nelle diverse zone. Il già citato **Punto 1.3**, relativamente all'urbanistica commerciale prevede che la Provincia possa "prevedere nuovi vincoli di natura urbanistica per le grandi e medie strutture distributive, consentendone l'insediamento solo se risulta soddisfatta la disponibilità di parcheggi e fattori quali la mobilità ed il traffico". Anche in questo caso il Piano riprende le previsioni di fonte superiore.

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

reich aufzuteilen, während die Aufteilung bezogen auf die Zone 1 nur einen rein „indikativen“ Wert haben dürfte, da ja der freie Zugang zu dieser Zone bestätigt wird, logischerweise unbeschadet der Einhaltung der subjektiven und objektiven Voraussetzungen und der urbanistischen Eignung der Lokale;

- Modalitäten und Fristen für die Verwendung der Höchstgrenze (HG);
- Gründe, die ein eventuelles Überschreiten der HG rechtfertigen, sind in schriftlicher Form sowohl dem Land als auch den Bürgermeister der angrenzenden Gemeinden, die eventuell von einer bedeutenden Handelsgravitation betroffen sind, mitzuteilen.

In Bezug auf die **Überprüfung über die Vereinbarkeit mit der Umwelt und urbanistischen Erfordernissen** (für eine genauere Überprüfung wird auf die folgenden spezifischen Abschnitte verwiesen) gibt der bereits öfter zitierte **Punkt 5.2** vor, dass der Plan im besonderen folgendes festlegt:

- Einteilung des Wohngebietes in Handelsflächen (Zone 1, 2 und 3). In Rückblick auf den **Punkt 1.3 Instrumente** der „Landesplanungsrichtlinien“ wird bestätigt, dass unter den Verboten, welche die Provinz Bozen erlassen hat, auch das Verbot des Betriebens von Einzelhandelstätigkeiten im landwirtschaftlichen Grün, alpinen Grünland und Waldgebiet besteht mit Ausnahme der bereits bestehenden Betriebe (**Art.26, Absatz 10 LG 7/2000**) und dass solche Tätigkeiten in Gewerbegebieten ausschließlich in Funktion der vorherrschenden Handwerks- oder Industrietätigkeit oder der Großhandels-tätigkeit, für beschränkte Warenposten und innerhalb bestimmter Höchstausmaße der Verkaufsflächen, im Sinne des Landesraumordnungsgesetzes, ausgeübt werden können. Diese Einschränkungen werden in den Gemeindeplan übernommen;
- Standards urbanistischer Art bzw. im Hinblick auf die Umwelt, die in den verschiedenen Gebieten zu beachten sind. Der schon zitierte **Punkt 1.3**, sieht bezüglich der Handelsurbanistik vor, dass die Provinz „neue urbanistische Auflagen für große und mittlere Handelsbetriebe vorsehen kann, indem nur dann eine Lizenz vergeben wird, wenn ausreichend Parkplätze vorhanden sind und im Hinblick auf Mobilität und Verkehr keine Bedenken bestehen“. Auch in

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

diesem Fall übernimmt der Plan die Vorgaben der übergeordneten Quelle.

Proseguendo l'esame dei **Nuovi indirizzi e criteri programmatori provinciali**, il **Punto 2. Disciplina commerciale: scelte programmatiche**, reca alcuni spunti importanti, che fanno riferimento alle diverse tipologie dimensionali di esercizi ed hanno ricaduta diretta in quanto previsto nella parte normativa del presente Piano.

In relazione a quanto appena espresso, il **Punto 2.1 Premessa** dei **Nuovi Indirizzi** riporta che gli **esercizi di vicinato** "non sono in grado di generare ripercussioni significative sul contesto commerciale (...). Il loro inserimento, trasferimento o ampliamento all'interno delle aree delimitate dalla programmazione urbanistica risultano sostanzialmente privi di externalità negative. La consistenza degli esercizi commerciali di vicinato rimane dunque sostanzialmente fuori dal campo della disciplina commerciale; i vincoli che gli esercizi di vicinato devono rispettare hanno natura localizzativi e attengono l'urbanistica commerciale ed i requisiti soggettivi (...)."

Sempre in relazione alle scelte urbanistiche, importante appare il **Punto 2.2** dei **Nuovi Indirizzi** intitolato "**La gerarchia commerciale dei comuni**".

In particolare, seguendo un approccio già sperimentato dalla Provincia nel recente passato, operando una classificazione che tiene conto sia della demografia che dell'ambito commerciale (area gravitazionale), i Nuovi Indirizzi individuano tre tipologie di comuni, come riportato nella successiva **Tabella 1**.

Il Comune di Castelrotto é classificato come comune di tipo periferico.

Mit der Überprüfung der **Neuen Landesplanungsrichtlinien und -kriterien** fortfahrend, liest man in **Punkt 2 Die Handelsordnung: Programmatorische Entscheidungen**, einige wichtige Hinweise, die auf die verschiedenen Größenklassen der Geschäfte hinweisen und ihren direkten Niederschlag im gesetzlichen Abschnitt des vorliegenden Planes finden.

In Bezug auf das eben Gesagte, weist **Punkt 2.1. Vorwort** der **Neuen Landesplanungsrichtlinien** darauf hin, dass die **Geschäfte des Nahversorgungsbereichs** „keinen bedeutenden Einfluss auf die unmittelbare Umgebung, was den Handel insgesamt anbelangt, haben. Es hat normalerweise keinerlei größere Konsequenzen, wenn ein solches Geschäft eröffnet, verlegt oder erweitert wird, sofern dies innerhalb der Flächen erfolgt, die von den Stadtplanern festgelegt wurden. Der Bestand der Nahversorgungsbetriebe fällt demnach im Grunde aus dem Rahmen der Handelsordnung; die Auflagen, die von dieser Art von Handelsbetrieben zu beachten sind, betreffen vornehmlich die Standortwahl und fallen in den Bereich der Handelsurbanistik und der subjektiven Voraussetzungen (...)."

Immer in Bezug auf urbanistische Entscheidungen erscheint der **Punkt 2.2** der **Neuen Landesplanungsrichtlinien** mit dem Titel **„Handelshierarchie der Gemeinden“** als wichtig.

Die neuen Landesplanungsrichtlinien folgen dem in jüngerer Vergangenheit erprobten Ansatz der Provinz, eine Klassifizierung einzuführen, welche die Bevölkerungsanzahl und deren Zugehörigkeit zu einer bestimmten Handelsfläche (Einzugsbereich) berücksichtigt, und bestimmen daraufhin drei Gruppen von Gemeinden wie in der nachfolgenden **Tabelle 1** dargestellt.

Die Gemeinde Kastelruth wird als periphere Gemeinde klassifiziert.

Tabella 1 – Gerarchia dei comuni

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Tipologia di comune	Specifica	Elencazione puntuale
A) Superiori - di rilevanza provinciale	Oltre i 10000 abitanti	Bolzano, Merano, Bressanone, Brunico, Laives, Appiano
B) Intermedi o di rilevanza locale; divisi in:	B ₁) di rilevanza comprensoriale	Silandro, Ortisei, Chiusa, Vipiteno
	B ₂) di rilevanza subcomprensoriale	Malles, Lana, Naturno, Egna, Caldaro, Dobbiaco, Campo Tures
C) Inferiori o di tipo periferico	Tutti gli altri	

Tabelle 1 – Gemeindehierarchie

Gemeindetypologie	Spezifisch	Aufzählung
A) Größere Gemeinden bzw. Gemeinden von provinzieller Bedeutung	über 10.000 Einwohner	Bozen, Meran, Brixen, Bruneck, Leifers, Eppan
B) mittlere Gemeinden bzw. Gemeinden von lokaler Bedeutung, aufgeteilt zwischen;	B ₁) von Bedeutung auf Bezirksebene	Schlanders, St. Ulrich, Klausen, Sterzing
	B ₂) von Bedeutung auf unterer Bezirksebene	Mals, Lana, Naturns, Neumarkt, Kaltern, Toblach, Sand in Taufers
C) kleinere oder periphere Gemeinden	Alle anderen	

2.6.1. La zonizzazione commerciale

In particolare, il **Punto 5.4 Elementi urbanistici del piano commerciale comunale** come riportato nei **Nuovi Indirizzi provinciali** prevede espressamente una suddivisione standard del territorio comunale in tre zone chiaramente distinte:

Zona 1: ambiti commerciali.

Sono le zone vocate al commercio (i centri storici, in primo luogo) e quelle parti urbane che possono essere individuate come idonei punti di riferimento per l'utenza (strade, piazze, gallerie commerciali).

Nel perimetro della/e zona/e 1 la compatibilità urbanistica del commercio è verificata globalmente, non già con riferimento ai singoli esercizi commerciali, il cui insediamento è pertanto considerato generalmente ammissibile, per le diver-

2.6.1. Einteilung des Wohngebietes in Handelszonen

Der **Punkt 5.4. Urbanistische Elemente des kommunalen Handelsplans** der **Neuen Landesplanungsrichtlinien** sieht ausdrücklich eine Einteilung des Gemeindegebietes in drei klar getrennte Zonen vor:

Zone 1: Handelsflächen.

Hier handelt es sich um Flächen, in denen der Handel im Vordergrund steht (historische Zentren in erster Linie) und jene Teile von Siedlungsgebieten, die sich besonders für den Handel eignen (Straßen, Plätze, Einkaufsgalerien).

Innerhalb des Umfangs dieser Flächen wird die Vereinbarkeit des Handels mit urbanistischen Erfordernissen insgesamt überprüft, und weniger im Hinblick auf einzelne Geschäfte, deren Niederlassung demnach generell möglich ist, für die

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

se classi dimensionali.

verschiedenen Größenklassen.

Zona 2: parti urbane compatibili col commercio.

Sono essenzialmente le zone residenziali dove, oltre alle zone 1 summenzionate, l'insediamento degli esercizi commerciali è possibile purché sia puntualmente verificata la compatibilità (oltre che socio-economica) urbanistica e soddisfatto parimenti il fabbisogno infrastrutturale in termini di accessibilità e sosta.

In zona 2 dovrebbero tendenzialmente insediarsi quasi essenzialmente esercizi di prossimità che attivino mobilità esclusivamente pedonale.

Zona 3: ambiti commerciali per merci speciali.

Tale zona è destinata a quelle merci che non si ritiene opportuno commercializzare nelle due zone sopra descritte, sia per le caratteristiche delle merci (beni voluminosi, di complessa movimentazione e/o potenzialmente pericolosi) sia per il carattere specifico della domanda (forniture specializzate). La zona 3 corrisponde di fatto, in base alle previsioni urbanistiche provinciali, alla cd. "zona per insediamenti produttivi".

In relazione allo zoning i comuni possono adottare **politiche insediative** volte a favorire la concentrazione degli esercizi negli ambiti così definiti, ad esempio confermando la totale libertà di insediamento in zona 1, anche per le medie strutture di vendita, adottando parimenti misure tese a scoraggiare o anche ad impedire l'insediamento in altre zone. Evidenti i limiti legati alla necessità di disponibilità di TM per nuove attivazioni dirette in zona 2 o per il trasferimento, accompagnato o meno da ampliamento, sempre delle medie strutture dalla zona 1 alla zona 2.

Nella parte normativa del presente elaborato, ed in particolare negli Allegati alla medesima, è riportata l'elencazione puntuale delle vie/piazze/aree per quanto attiene la specifica zona 1.

2.6.2. Parcheggi - accessibilità - inquinamento

Il Punto 3.5. Linee guida per la verifica di

Zone 2: Teile von Siedlungsgebieten, die mit Handelstätigkeiten vereinbar sind.

Es handelt sich vorrangig außerhalb der Gebiete der Zone 1, in denen die Niederlassung von Geschäften möglich ist, sofern genau die Vereinbarkeit mit urbanistischen Erfordernissen (und sozio-ökonomischen) festgestellt wurde. Darüber hinaus muss der Bedarf an Infrastrukturen (Zufahrtswege, Parkplätze) gedeckt sein, der durch die Ansiedlung entsteht.

In der Zone 2 sollten sich tendenziell fast nur Geschäfte des Nahversorgungsbereichs niederlassen, die von ihrer Kundschaft vornehmlich zu Fuß erreicht werden.

Zone 3: Handelsflächen für besondere Arten von Waren

Diese Zone ist jenen Waren vorbehalten, die vorzugsweise nicht in den ersten beiden Zonen gehandelt werden sollten, nicht nur wegen ihrer Beschaffenheit selbst (Sperrigkeit, auch im Hinblick auf den Transport, gefährliche Stoffe), sondern auch wegen der besonderen Charakteristiken der Nachfrage. Die Zone 3 entspricht in der Tat, aufgrund der aktuellen urbanistischen Landesbestimmungen, dem „Gewerbegebiet“.

In Bezug auf die Einteilung in Flächen kann die Gemeinde **Ansiedlungspolitik** betreiben, die darauf ausgerichtet ist, die Konzentration von Geschäften in den entsprechenden Flächen zu begünstigen, indem sie die freie Ansiedlung auch von mittleren Verkaufsstrukturen in der Zone 1 bestätigt. Sie setzt somit Maßnahmen, die darauf ausgerichtet sind, die Ansiedlungen in den anderen Zonen zu verhindern oder die Unternehmer diesbezüglich zu entmutigen. Augenscheinlich sind auch die Einschränkungen hinsichtlich des Bedarfs an Flächenverfügbarkeit an HG für neue Ansiedlungen in der Zone 2 oder für die Verlegung, auch begleitet von einer Erweiterung von mittleren Betrieben von der Zone 1 in die Zone 2.

Im gesetzlichen Abschnitt, und zwar in den entsprechenden Anlagen dazu, findet sich eine genaue Auflistung der Strassen, Plätze, Flächen, die in der Zone 1 liegen.

2.6.2. Parkplätze - Zufahrtsmöglichkeiten Umweltverschmutzung

Punkt 3.5. Leitlinien für die Festlegung der

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

compatibilità urbanistico - ambientale dei Nuovi indirizzi provinciali ricorda come la legge urbanistica provinciale preveda un rapporto fisso fra numero parcheggi e nuovo volume edificato ($1/200m^3$) nettamente sottodimensionato per le attività commerciali con alta capacità di attrazione, quali centri commerciali, ipermercati e grandi strutture in genere, specie se appartenenti al settore alimentare.

Inoltre tale rapporto non è richiesto per i cambi destinazione d'uso, aspetto che potrebbe generare ulteriori complessità nel caso in cui l'edificio divenga commerciale, destinazione tipicamente associata a elevati standard parcheggi. Contestualmente è evidente che esistono difficoltà evidenti nel reperire posti auto nei centri storici, ma non solo in tali zone.

Per quanto espresso gli Indirizzi evidenziano alcuni aspetti fondamentali:

- l'opportunità di individuare aree commerciali specifiche per le merci estensive;
- l'opportunità di favorire l'insediamento di tutte le tipologie dimensionali (vicinato, medie e grandi strutture di vendita) nei centri storici, con la sola eccezione delle merci di tipo estensivo.

Inoltre, il **Punto 5.4 Elementi urbanistici del piano commerciale comunale** prevede che, fatta salva la Zona 1, "esentata" dal rispetto degli standard parcheggi, almeno con riferimento alle singole istanze autorizzatorie (non certamente alla pianificazione comunale che deve intervenire in un'ottica globale), nelle altre zone la dotazione di area parcheggio deve essere parametrata alla superficie commerciale dei singoli esercizi.

Quanto espresso trova evidenza in una apposita tabella, riportata in un allegato alla parte normativa del presente elaborato e ripresa dai Nuovi indirizzi, non ritenendo ci possano essere fondati elementi per discostarsene.

Il **Punto 5.4** dei **Nuovi indirizzi provinciali** evidenzia ancora, fra gli elementi di verifica urbanistica "delegati" al Piano comunale per le medie strutture di vendita, la valutazione del rispetto della "compatibilità tra esercizi commer-

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Vereinbarkeit mit der Umwelt und urbanistischen Erfordernissen der Neuen Landesplanungskriterien erinnert, dass das Landesraumordnungsgesetz ein unveränderliches Verhältnis zwischen der Zahl der Parkplätze und dem neuen Bauvolumen ($1/200m^3$) vorsieht, das im Fall von Handelstätigkeiten mit großer Anziehungskraft, wie bei Einkaufszentren, Hypermärkten und für Großverteilungsbetrieben im allgemeinen, speziell im Lebensmittelsektor, viel zu niedrig erscheint.

Dieses Verhältnis muss ferner bei Änderungen der Zweckbestimmung nicht berücksichtigt werden, was zusätzliche Schwierigkeiten bei Umwandlung in Handelsflächen erzeugen könnte, da diese normalerweise viele Parkplätze brauchen. Gleichzeitig ist es offensichtlich schwierig, in den historischen Zentren und nicht nur dort, Parkplätze zu finden.

Dies gesagt, betonen die Richtlinien einige wesentliche Aspekte:

- Die Zweckmäßigkeit, spezifische Handelsflächen für die extensiven Waren abzugrenzen;
- Die Zweckmäßigkeit der Förderung der Ansiedlung aller Handelstypologien (kleine, mittlere und große Verkaufsstrukturen) in den historischen Zentren mit der einzigen Ausnahme der extensiven Waren.

Zusätzlich sieht Punkt **5.4 Urbanistische Elemente des kommunalen Handelsplans** vor, dass mit Ausnahme der Zone 1, die von der Einhaltung der urbanistischen Standards (Parkplätze) befreit ist, wenigstens in Hinsicht auf die einzelnen Genehmigungsanträge (dies gilt klarerweise nicht für die Gemeindeplanung, die globale Lösungen schaffen muss), in den anderen Zonen die Ausstattung mit Parkplätzen an der Verkaufsfläche der einzelnen Betriebe gemessen werden muss.

Obgenanntes findet seinen Niederschlag in einer eigenen Tabelle im Anhang zum gesetzlichen Teil dieser Ausarbeitung, entnommen aus den Neuen Landesplanungskriterien, da es keine fundierten Gründe für eine Abweichung gibt.

Der **Punkt 5.4** der **Neuen Landesplanungskriterien** betont weiters, dass unter die zu prüfenden urbanistischen Elemente, die an den Gemeindeplan für die mittleren Verkaufsstrukturen „delegiert“ wurden, die Bewertung der „Vereinbarkeit“ der Handelsbetriebe mit dem Straßennetz sowohl im Hinblick auf den zusätzlichen

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

ciali e rete stradale (che) va valutata sia in relazione al traffico aggiuntivo, sia in relazione alle interferenze fra traffico commerciale e traffico generale”.

In ogni caso gli Indirizzi precisano: “Al di fuori della zona 1 l’insediamento di esercizi commerciali non è comunque ammissibile se il rapporto fra la portata effettiva rilevata e la capacità teorica delle strade interessate è superiore a 0,7.”

La compatibilità tra esercizi commerciali e rete stradale è evidenziata in una ulteriore tabella, riportata in allegato alla parte normativa del presente elaborato, con l’aggiunta della puntuale individuazione e relativa classificazione della rete viaria ad opera dell’Ufficio tecnico del Comune.

Il **Punto 5.4** dei **Nuovi indirizzi provinciali**, prevedendo ancora una volta una deroga per la zona 1, riporta quanto segue: “Al di fuori della Zona 1 l’insediamento di esercizi commerciali non è comunque ammissibile se il livello di concentrazione degli inquinanti atmosferici rilevato nelle strade interessate è superiore ai livelli di attenzione stabiliti dalle norme vigenti (...)” Allo stato attuale trattasi di: benzene < 10 microgrammi/m³ (media annuale); Pm 10 (polveri) < 40 microgrammi/m³ (media annuale).

Per i valori limite è previsto il dimezzamento rispettivamente in 5 ed in 10 anni. La verifica potrà attuarsi con riferimento ai dati dell’Agenzia Provinciale Protezione Ambiente.

2.7. Le norme specifiche per il rilascio di autorizzazioni per la vendita di giornali e riviste.

Importante inoltre tenere presente come tra gli esercizi di vendita al dettaglio rientrano anche quelli che commercializzano giornali e riviste i quali, per quanto riguarda il rilascio dell’autorizzazione amministrativa, sono disciplinati da apposita ed autonoma normativa nazionale e provinciale.

La regolamentazione della materia in argomento è stata prevista in adeguamento dei criteri indicati dalla nuova disciplina sul riordino del siste-

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Verkehr als auch unter Berücksichtigung der Störungen des Geschäftsverkehrs und des allgemeinen Verkehrs gehört.

Jedenfalls präzisieren die Richtlinien: „Außerhalb der Zone 1 ist eine Ansiedlung von Handelsbetrieben in keinem Fall möglich, wenn das Verhältnis zwischen der effektiven (gemessenen) und der theoretischen Belastung der betroffenen Straßen über dem Wert 0,7 liegt.“ Die Vereinbarkeit der Handelsbetriebe mit dem Straßennetz ist in einer weiteren Tabelle dargestellt, im Anhang zum gesetzlichen Teil dieser Ausarbeitung, zusammen mit einer genauen Ermittlung der Straßen und deren Klassifizierung, vorgenommen vom technischen Amt der Gemeinde.

Der **Punkt 5.4** der **Neuen Landesplanungsrichtlinien**, noch einmal mit einer Ausnahme für die Zone 1, sieht folgendes vor: „(...) Eine Niederlassung von Handelsbetrieben außerhalb der Zone 1 ist in keinem Falle zulässig, wenn das in den betroffenen Strassen festgestellte Niveau der Luftverschmutzung über den kritischen Werten gemäß den geltenden Bestimmungen liegt.“ Derzeit handelt es sich hierbei um: Benzol < 10 Mikrogramm/m³ (Jahresdurchschnitt); Pm 10 (Staub) < 40 Mikrogramm/m³ (Jahresdurchschnitt).

Für diese Grenzwerte gilt ein Halbwert von 5 bzw. 10 Jahren. Die Überprüfung kann unter Bezugnahme der Daten der Landesagentur für Umweltschutz erfolgen.

2.7. Die Normen für die Erteilung von Genehmigungen zum Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften.

Es ist außerdem wichtig zu wissen, dass zu den Einzelhandelsbetrieben auch die Verkaufspunkte für Zeitungen und Zeitschriften gehören, die, was die Vergabe der Verwaltungsgenehmigung anbelangt, von einer eigenen und autonomen nationalen und provinziellen Gesetzgebung geregelt sind.

Die Reglementierung der gegenständlichen Materie erfolgte in Anpassung an die Kriterien der neuen Regelung zur Neuordnung des Verteilungssystems von Tageszeitungen und Zeitschriften, vor allem in Folge einer Versuchsphase, welche mit Gesetz vom 13. April 1999, Nr. 108 für die neuen Verkaufsformen von Drucksachen eingeleitet wurde.

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

ma di diffusione della stampa quotidiana e periodica, in particolare conseguente a una fase di sperimentazione avviata con la Legge 13 aprile 1999, n. 108 per le nuove forme di vendita della stampa.

Terminata tale fase il Governo, in attuazione della delega contenuta nell'articolo 3 della legge appena ricordata, ha approvato il decreto legislativo 24 aprile 2001 n.170, che ha attribuito alle Regioni, nel caso di specie alla Provincia Autonoma di Bolzano, la competenza di emanare la disciplina specifica e, in particolare, gli Indirizzi per la predisposizione da parte dei Comuni dei nuovi "Piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi di quotidiani e periodici".

La competenza comunale deve esercitarsi nel rispetto delle direttive contenute nell'atto di indirizzo attribuito dal Legislatore alla competenza della Giunta Provinciale.

La stessa ha provveduto in merito con la deliberazione n. 342 del 14 febbraio 2005, intitolata "Indirizzi provinciali in materia di vendita di giornali quotidiani e periodici - decreto legislativo 24 aprile 2001, n.170".

Successivamente, con Decreto del Presidente della Provincia del 28 novembre 2006 n.67, sono state introdotte delle modifiche al regolamento di esecuzione relativo all'ordinamento del commercio (D.P.G.P. n.39/2000), le quali stravolgono parzialmente quanto previsto originariamente con la citata deliberazione n.342/2005.

Ad esempio nel nuovo Decreto non si distingue più tra punti vendita di giornali esclusivi e non esclusivi, ed inoltre ai comuni è concessa la discrezionalità se predisporre o meno un piano di localizzazione dei punti vendita di giornali con il rischio però che, in assenza di apposito piano, l'amministrazione comunale non sia in grado di argomentare con elementi socio-economici oggettivi eventuali dinieghi alla richiesta di rilascio di nuove autorizzazioni e che, per assurdo, ci si possa trovare in una situazione dove le rivendite di giornali si concentrano tutte nelle zone maggiormente appetibili lasciando nel contempo "scoperte" altre porzioni del territorio comunale, con evidenti disservizi alla popolazione ed agli utenti in generale.

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

Nach Abschluss dieser Phase hat die Regierung, in Durchführung der im Artikel 3 des obgenannten Gesetzes enthaltenen Vollmacht, das gesetzvertretende Dekret vom 24. April 2001, Nr. 170, verabschiedet. Dieses hat den Regionen, im anstehenden Fall der Autonomen Provinz Bozen, die Zuständigkeit übertragen, die entsprechende Ordnung und insbesondere die Richtlinien für die Gemeinden zu erlassen, um die neuen „Standortpläne für exklusive Verkaufsstellen für Tageszeitungen und Zeitschriften“ zu erarbeiten.

Bei der Ausübung ihrer Zuständigkeit ist die Gemeinde an die Einhaltung der Bestimmungen gebunden, welche vom Gesetzgeber in die Zuständigkeit der Landesregierung übertragen wurden.

Diese hat daraufhin den Beschluss vom 14. Februar 2005, Nr. 342 „Landesrichtlinien im Bereich des Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufs – Gesetzesvertretendes Dekret vom 24. April 2001, Nr. 170“ genehmigt.

Mit Dekret des Landeshauptmanns vom 28. November 2006, Nr. 67 wurden danach Änderungen an der Durchführungsverordnung zur Handelsordnung (D.Lh. Nr. 39/2000) vorgenommen, welche den vorherigen zitierten Beschluss Nr. 342/2005 teilweise auf den Kopf stellen.

Im neuen Dekret unterscheidet man zum Beispiel nicht mehr zwischen exklusiven und nicht exklusiven Zeitungsverkaufsstellen. Außerdem können die Gemeinden entscheiden, ob sie einen Plan zur Standortbestimmung der Zeitungsverkaufsstellen erstellen wollen oder nicht, allerdings mit dem Risiko, dass die Gemeindeverwaltung ohne entsprechenden Plan nicht in der Lage ist, mit Hilfe von objektiven sozio-ökonomischen Elementen eventuelle Ablehnungen von Ansuchen um Erteilung von neuen Genehmigungen zu begründen. Dies kann absurderweise zu einer Situation führen, in der sich die Zeitungsverkaufsstellen in den besten Zonen konzentrieren und somit andere Gemeindeterritorien unversorgt bleiben mit offensichtlichen Nachteilen für die Bevölkerung und die Konsumenten im allgemeinen.

Die Anwendungsrichtlinien zu obgenannten Dekret wurden mit Beschluss der Landesregierung vom 7. Mai 2007, Nr. 1.494 genehmigt.

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Le Direttive di attuazione di detto Decreto sono state approvate con delibera della Giunta Provinciale 7 maggio 2007, n. 1.494.

3. Metodologia del lavoro

3.1. Fase di analisi

L'attività resa da **Studio Associato Giovanelli**, in collaborazione con gli Uffici comunali, si è connotata per una fondamentale fase di analisi iniziale, che ha indagato più variabili:

- il trend demografico;
- il fenomeno turistico;
- il pendolarismo;
- l'offerta commerciale locale;

Si formulano di seguito alcune considerazioni generali, rimandando gli approfondimenti a specifici capitoli ed a quanto previsto dal **Punto 2.3 "Il modello di domanda commerciale"** dei **Nuovi Indirizzi**.

Allo scopo di consentire al Comune il reperimento di dati certi sui quali fondare le proprie opzioni, nel proseguo del presente studio preliminare sono ricavati e proposti una serie di indici e parametri, riferiti alla rete commerciale locale, ma anche calati in un contesto più ampio, al fine di consentire una immediata comparazione.

In relazione alla **consistenza effettiva della rete di vendita**, superfici nette, articolazioni merceologiche e posizionamento sul territorio (zoning) delle medie strutture di vendita costituiscono dati certi, avendo il Comune fornito il numero delle autorizzazioni esistenti.

Per quanto attiene il **numero di residenti**, il dato utilizzato è quello più recente ufficialmente noto agli uffici comunali.

L'atto di indirizzo provinciale prende anche in considerazione il **fenomeno turistico**, posto che la consistenza della rete tende a dimensionarsi in base ai consumi reali, fortemente condizionati in Alto Adige dalla componente turistica, specie in molti piccoli comuni.

Lo stesso dicasi per il **pendolarismo**, vale a dire per quella componente della domanda commerciale al dettaglio riferita ai flussi di acquiren-

3. Vorgangsweise

3.1. Analysephase

Die vom **Studio Associato Giovanelli** in Zusammenarbeit mit den Gemeindeämtern durchgeführte Tätigkeit war gekennzeichnet von einer gründlichen Voranalyse, wobei mehrere Faktoren untersucht wurden:

- Trend der Bevölkerung
- Das Phänomen Tourismus;
- Pendlerströme;
- Das lokale Handelsangebot;

Anschließend werden einige generelle Überlegungen angestellt, die Vertiefungen dazu finden sich in den spezifischen Kapiteln und wurden auch von **Punkt 2.3. Nachfragemodell** der **Neuen Landesplanungsrichtlinien** übernommen.

Um der Gemeinde die Einholung von genauen Daten zu ermöglichen, die als Grundlage für die Entscheidungen dienen können, wurden im Laufe der Vorab-Studie eine Reihe von Indizes und Parametern das Handelsnetz betreffend erhoben, in einem größeren Zusammenhang abgewogen, um einen schnellen Vergleich zu ermöglichen.

Bezüglich des **effektiven Bestandes der Handelsstruktur**, sind die Daten über Nettoverkaufsfläche, Warenbereiche und Standort (Einteilung der Flächen) der mittleren Verkaufsstrukturen sicher, da die Gemeinde die Anzahl der bestehenden Genehmigungen geliefert hat.

Was die **Bevölkerungszahlen** betrifft, werden die den Gemeindeämtern aktuellsten offiziellen Daten verwendet.

Die Landesplanungsrichtlinien ziehen auch das **Phänomen Tourismus** in Betracht, da sich das Verkaufsnetz an den realen Verbrauch anpasst, der in vielen kleinen Gemeinden Südtirols stark vom Tourismus beeinflusst wird.

Dasselbe kann man von den **Pendlerströmen** sagen, jener Komponente der Nachfrage im Einzelhandel, die sich auf die mobile Bevölkerung

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

ti in mobilità sul territorio.

Fenomeno turistico e pendolarismo non possono ricondursi a parametri fissi, ma sono stato oggetto di approfondito esame mediante stima econometria dell'impatto di tali variabili sulla domanda commerciale.

3.2. Calcolo del Tetto Massimo consigliato

Una volta operata tale fase propedeutica di analisi, sulla base dei dati resi disponibili e di una serie di valutazioni statistiche si addiuvano a individuare le superfici fruibili per nuove attivazioni e ampliamenti delle medie strutture a livello comunale.

Trattasi del cd. "Tetto Massimo", un contingente globale, per l'intero comune, che con adeguate motivazioni a supporto può essere reso fruibile secondo le politiche economiche di sviluppo perseguite dal Comune.

Per i comuni maggiori (oltre i 10000 abitanti), in particolare, il programmatore provinciale si è preoccupato di garantire obiettivi di sviluppo, sia pure entro limiti rigorosamente regolati, anche nel caso in cui già si abbia una buona consistenza di medie strutture, ovviamente nel rispetto degli obiettivi posti dal legislatore e sopra illustrati. In questo caso il metodo è assimilabile, quanto al dato finale (quantitativo di superficie autorizzabile in un certo arco temporale), ai contingenti della previgente disciplina, ma si differenzia radicalmente nei presupposti di fondo. Non deriva da una comparazione fra domanda ed offerta, bensì dalla esigenza di stabilire un limite empirico allo sviluppo dell'offerta. Il dato fa riferimento alla "Nuova Disponibilità Minima di superficie per medie strutture" (NDM), pari a una quota della attuale superficie commerciale delle medie strutture.

Per i comuni minori, invece, oltre alla summenzionata **NDM**, si ha una componente addizionale denominata "**Nuova Disponibilità di superficie di Riequilibrio**" (**NDR**), legata al deficit di superficie commerciale complessiva comunale. In sostanza si tratta di verificare come si rapporta la superficie effettiva rilevata rispetto alla superficie commerciale complessiva stimata.

bezieht.

Das Phänomen Tourismus und die Pendlerströme kann man nicht auf unveränderliche Parameter beschränken, sondern sind Gegenstand einer genauen Untersuchung mittels einer ökonomischen Schätzung der Wirkung dieser Variablen auf die Handelsnachfrage.

3.2. Berechnung der empfohlenen Höchstgrenze

Nachdem die vorbereitende Analysephase beendet ist, gelangt man aufgrund der erhaltenen Daten und einer Reihe von statistischen Überlegungen zur Bestimmung der neuen Verkaufsflächen für die Eröffnung oder den Ausbau von mittleren Vertriebsstrukturen auf kommunaler Ebene.

Hierbei handelt es sich um die sog. „Höchstgrenze“, ein für die ganze Gemeinde geltenden Wert, der mit passenden Begründungen für die von der Gemeinde verfolgten wirtschaftlichen Ziele genutzt werden kann.

Für die größeren Gemeinden (mit über 10.000 Einwohnern) im besonderen hat der Landesplaner sich bemüht, Entwicklungsziele zu garantieren, wenn auch innerhalb streng geregelter Grenzen, auch in dem Fall, wenn es bereits eine gute Dichte an mittleren Strukturen geben sollte, logischerweise unter Berücksichtigung der vom Gesetzgeber genannten und oben illustrierten Ziele. In diesem Fall ist die Methode und das Endergebnis (innerhalb eines bestimmten Zeitraumes genehmigungsfähige Verkaufsfläche) mit den Kontingenten der vorher gültigen Gesetzgebung vergleichbar, unterscheidet sich aber wesentlich in den Grundvoraussetzungen. Es handelt sich hier nicht um einen Vergleich von Nachfrage und Angebot, sondern kommt aus der Notwendigkeit heraus zustande, der Angebotsentwicklung eine empirische Grenze zu setzen. Die Kennzahl ist die „Neue verfügbare Mindestfläche für mittlere Handelsbetriebe“ (**MNF**) und ist ein prozentueller Anteil der aktuellen Verkaufsflächen der mittleren Handelsbetriebe.

Für die kleineren Gemeinden hingegen kommt außer der obgenannten **MNF** noch eine zusätzliche Komponente dazu, genannt "**Neue verfügbare Fläche für Ausgleichszwecke**" (**NVA**), gebunden an das Defizit der Gesamthandelsfläche. In der Substanz geht es darum, das Verhältnis der effektiven Handelsfläche zur geschätzten Gesamtverkaufsfläche zu überprüfen.

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Il **Punto 5.3** dei **Nuovi Indirizzi provinciali** ha operato l'individuazione dei metodi di calcolo del **Tetto Massimo consigliato (TM)**, sommatoria fra le due voci – quando entrambe presenti – sopra esplicitate, prevedendo l'applicazione di un apposito meccanismo che individua la nuova disponibilità di superficie di vendita per aperture o ampliamenti delle medie strutture.

3.3. Applicabilità del TM

Il meccanismo si applica "sulle autorizzazioni per medie strutture di vendita fuori dalle zone particolarmente vocate al commercio (zona 1)" e riguarda, si ripete, sia l'apertura che l'ampliamento delle medie strutture di vendita.

Il Punto 5.3. prosegue evidenziando che "Il TM" rappresenta un orientamento, cioè un valore consigliato da parte della Provincia, che non assume natura cogente di tipo pianificatorio per il Comune. Il TM è una nuova disponibilità che può essere utilizzata completamente, solo in parte o rimanere del tutto inutilizzata, quando mancano le richieste di autorizzazione all'apertura di nuove strutture o all'ampliamento di quelle esistenti".

Il TM ha poi impatti differenti rispetto alle diverse zone, come di seguito esposto:

- Zona 1: l'apertura, l'ampliamento ed il trasferimento di medie strutture può avvenire indipendentemente dal TM;
- Zona 2: l'insediamento di medie strutture per nuova apertura, l'ampliamento delle medesime, il trasferimento da altra zona è subordinato ed attinge al TM;
- Zona 3: non ci sono vincoli di assoggettamento al TM.

Il TM per i comuni fino a 10000 abitanti si calcola secondo la seguente formula:

$$TM = NDM + NDR = Sem * Cm + Df * w$$

dove:

NDM = nuova disponibilità minima di superficie per medie strutture, così individuata:

$$NDM = Sem * Cm$$

Sem = superficie commerciale effettiva medie strutture.

Cm = coefficiente minimo di crescita della su-

Der **Punkt 5.3** der **Neuen Landesplanungsrichtlinien** beschreibt den Berechnungsmodus der **empfohlenen Höchstgrenze (HG)**, Summe der beiden oben erklärten Positionen – wenn sie beide vorhanden sind – und schreibt den Mechanismus vor, der die empfohlene Höchstgrenze für neue Verkaufsflächen für die Eröffnung oder die Erweiterung von mittleren Vertriebsstrukturen festlegen soll.

3.3. Verwendbarkeit der HG

Der Mechanismus wird auf die „Genehmigungen für mittlere Verkaufsstrukturen außerhalb der Flächen, in denen der Handel im Vordergrund steht (Zone 1)“ angewandt und betrifft, es wird wiederholt, die Eröffnung und die Erweiterung von mittleren Verkaufsstrukturen.

Der Punkt 5.3 verdeutlicht weiters, dass „Diese HG lediglich der Orientierung dient, es handelt sich also nur um einen vom Land der Gemeinde vorgeschlagenen Wert ohne zwingenden Charakter. Die HG ist ein neuer Wert, der ganz oder nur zum Teil verwendet werden kann oder auch gar nicht, falls keine Lizenzen für die Eröffnung von neuen Unternehmen bzw. für die Vergrößerung bereits vorhandener Strukturen beantragt werden“.

Die HG hat unterschiedliche Einflüsse auf die einzelnen Zonen, wie untenstehend dargestellt:

- Zone 1: die Eröffnung, Erweiterung und Verlegung von mittleren Betrieben kann unabhängig von der HG erfolgen;
- Zone 2: Die Ansiedlung von mittleren Betrieben durch Eröffnung, Erweiterung, und die Verlegung aus einer anderen Zone unterliegt und beeinflusst die HG;
- Zone 3: nicht an die HG gebunden.

Die HG für Gemeinden bis 10.000 Einwohnern wird anhand folgender Formel berechnet:

$$HG = MNF + NVA = Fem * Km + Df * w$$

Wobei:

MNF = neue verfügbare Mindestfläche für mittlere Handelsbetriebe, so ermittelt:

$$MNF = Fem * Km$$

Fem = effektive Handelsfläche der mittleren Handelsbetriebe.

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

perficie delle medie strutture (il valore è: 0,15 per centri di rilevanza provinciale; 0,1 per centri di rilevanza comprensoriale/subcomprensoriale; 0,08 per centri inferiori).

NDR = nuova disponibilità di superficie di riequilibrio, prevista per i comuni sotto i 10000 abitanti e pari al deficit di superficie commerciale complessiva moltiplicato per un apposito coefficiente (w), secondo la seguente formula:

$$\text{NDR} = \text{Df} * \text{w} = (\text{Ss} - \text{Se}) * \text{w}$$

Ss = superficie commerciale complessiva stimata per comune.

Se = superficie commerciale effettiva rilevata.

Df = deficit di superficie comunale totale = Ss - Se

(se il Df è negativo, con superficie effettiva maggiore della stimata, la superficie di riequilibrio è nulla. Df < 0 implica NDR=0)

w = superficie comprensoriale di vendita delle medie strutture rapportata alla superficie comprensoriale di vendita totale.

A prescindere dai calcoli a ogni comune fino a 10000 abitanti spetta comunque una NDM (e quindi una componente di TM) minimale non inferiore a 151 m².

Per i comuni classificati di rilevanza provinciale, invece, il TM coincide con la NDM e risulta pari ad una percentuale fissa (il 15%) della superficie già esistente per le medie strutture.

$$\text{TM} = \text{NDM} = \text{Sem} * \text{Cm}$$

NDM = nuova disponibilità minima di superficie per medie strutture, così individuata:

$$\text{NDM} = \text{Sem} * \text{Cm}$$

Sem = superficie commerciale effettiva medie strutture.

Cm = coefficiente di crescita della superficie delle medie strutture, pari a 0,15.

3.4. Deroghe al TM

Sempre il **Punto 5.3** dei **Nuovi Indirizzi provinciali** prevede espressamente: "Il Piano comunale può prevedere che **esercizi di vicinato, attivi da cinque o più anni**, possano essere autorizzati ad ampliare la superficie di vendita

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Km = minimaler Wachstumskoeffizient der Fläche der mittleren Handelsbetriebe (der Wert ist: 0,15 für Gemeinden von provinzieller Bedeutung; 0,1 für Gemeinden von Bedeutung auf Bezirksebene/untere Bezirksebene; 0,08 für kleinere Gemeinden).

NVA = neue verfügbare Fläche für Ausgleichszwecke, vorgesehen für Gemeinden mit einer Bevölkerungszahl unter 10.000 und entsprechend dem Defizit der Gesamthandelsfläche multipliziert mit einem vorgesehenen Koeffizienten (w), gemäß folgender Formel:

$$\text{NVA} = \text{Df} * \text{w} = (\text{Ff} - \text{Fe}) * \text{w}$$

Ff = geschätzte Gesamtverkaufsfläche pro Gemeinde.

Fe = gesamte erhobene effektive Handelsfläche.

Df = Defizit an effektiver Handelsfläche = Ff - Fe

(nimmt das Df einen negativen Wert an, da effektiv mehr als die geschätzte Handelsfläche vorhanden ist, so entspricht die Ausgleichsfläche dem Wert Null. Deswegen Df < 0 heißt NVA = 0)

w = Verkaufsfläche Bezirk für mittlere Handelsbetriebe/Verkaufsfläche insgesamt Bezirk.

Abgesehen von den geforderten Berechnungen steht jeder Gemeinde mit einer Bevölkerungszahl unter 10.000 auf jeden Fall eine minimale MNF (eine Komponente der HG) von nicht weniger als 151 m² zu.

Für die Gemeinden mit einer Bevölkerung von über 10.000 Einwohnern (provinzieller Bedeutung) ist HG gleich der MNF die einen prozentuellen Anteil (15%) der Verkaufsflächen, die den mittleren Vertriebsstrukturen zur Verfügung stehen, darstellt.

$$\text{HG} = \text{MNF} = \text{Fem} * \text{Km}$$

MNF = neue verfügbare Mindestfläche für mittlere Handelsbetriebe, so ermittelt:

$$\text{MNF} = \text{Fem} * \text{Km}$$

Fem = effektive Handelsfläche der mittleren Handelsbetriebe

Km = minimaler Wachstumskoeffizient der Fläche der mittleren Handelsbetriebe, gleich 0,15.

3.4. Abweichungen von der HG

Immer der Punkt 5.3. der Landesplanungsrichtlinien sieht ausdrücklich vor: „Der kommunale Handelsplan kann für die **Nahversorgungsbetriebe, die seit fünf oder mehr Jahren in**

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

fino a 200 o 300 m², rispettivamente nei Comuni con popolazione residente fino o superiore a 10000 abitanti, indipendentemente dalla disponibilità di superficie per le medie strutture di vendita."

In sostanza, una volta fissato il limite si è in presenza di un atto dovuto, almeno limitatamente alla zona 2. In effetti non avrebbe senso tale deroga in zona 1, dove le attivazioni sono libere fino ad un tetto superiore definito in 500 m². Per quanto espresso sembra evidente che tale sviluppo degli esercizi di vicinato, essenzialmente se ricadenti in zona 2, non intacca il TM, se non nel caso di seguito esposto. Infatti, qualora contrariamente agli obiettivi di sviluppo provinciali, che privilegiano lo sviluppo del centro storico e "scoraggiano" l'esodo di attività verso aree esterne, si abbia una richiesta di trasferimento di un esercizio di vicinato da zona 1 a zona 2 con contestuale ampliamento chiedendo di fruire della deroga in argomento, ciò non risulterà possibile, risultando un modo per bypassare la previsione normativa. In tal caso il trasferimento con contestuale ampliamento sarà comunque possibile se residuerà superficie TM ed andrà in tal caso ad intaccare la medesima per l'intera superficie finale.

Ancora, "Il Piano comunale può altresì prevedere che **medie strutture di vendita, attive da cinque o più anni**, possano essere autorizzate una volta ad ampliare la superficie di vendita fino al 30% di quella già autorizzata e comunque non oltre 500 m², indipendentemente dalla disponibilità di superficie per le medie strutture di vendita." Anche in questo caso, fissato il limite massimo, si è in presenza di un atto dovuto, sempre limitatamente alla zona 2 (la previsione sarebbe "inutile" in zona 1, con libertà di insediamento fino a 500 m²). Si propende poi per la considerazione che tale sviluppo delle medie strutture ricadenti in zona 2 non intacca il TM, se non nel caso di trasferimento di un esercizio da zona 1 a zona 2 con contestuale ampliamento chiedendo di fruire della deroga in argomento. Anche in questo caso si tratterebbe di una misura contra legem. In trasferimento con contestuale ampliamento sarà comunque possibile se residuerà superficie TM ed andrà in tal caso ad intaccare la stessa per l'intera superficie finale, come evidenziata in zona 2.

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Betrieb sind, die Möglichkeit vorsehen, diesen Betrieben die Erweiterung der Verkaufsfläche bis zu 200 oder 300 m² zu genehmigen, in Gemeinden mit Einwohnerzahl bis bzw. über 10.000 Personen, unabhängig von der Flächenverfügbarkeit für die mittleren Handelsbetriebe."

Effektiv handelt es sich hierbei, wenn die Grenze einmal beschlossen ist, um einen zustehenden Akt, wenigstens für die Zone 2. In der Zone 1 hätte eine solche Abweichung keinen Sinn, da ja die Ansiedlungen bis zu einer Höchstfläche von 500 m² frei sind. Für das Ausgedrückte scheint es klar zu sein, dass diese Entwicklung der Nahversorgungsbetriebe, im wesentlichen jene der Zone 2, nicht die HG berühren, außer im folgenden Fall. Wenn man in der Tat eine Anfrage hat, die den Zielen der Landesplanung widersprechen, welche ja die Entwicklung im historischen Zentrum bevorzugen und die Abwanderung von Betrieben „erschweren“, aufgrund der ein Nahversorgungsbetrieb von der Zone 1 in die Zone 2 umsiedeln will mit gleichzeitiger Erweiterung und der aus diesem Grunde von dieser Ausnahme Gebrauch machen will, so ist dies nicht möglich. In diesem Fall ist die Verlegung mit gleichzeitiger Erweiterung nur möglich, wenn für die in Frage kommenden Warenbereiche die Flächenverfügbarkeit (HG) vorhanden ist und verringern diese in proportionalen Ausmaß für die gesamte Verkaufsfläche.

Zusätzlich: „Der kommunale Handelsplan kann für die **mittleren Handelsbetrieben, die seit fünf oder mehr Jahren in Betrieb sind**, die Möglichkeit vorsehen, dass diese eine einmalige Erweiterung der Verkaufsfläche bis zu 30% der bereits genehmigten und keinesfalls über 500 m², genehmigt wird, unabhängig von der Flächenverfügbarkeit für die mittleren Handelsbetriebe.“ Auch in diesem Fall handelt es sich hierbei, wenn die Höchstgrenze einmal beschlossen ist, um einen zustehenden Akt, immer beschränkt auf die Zone 2. (diese Vorsehung wäre in der Zone 1 unnütz, da ja die Ansiedlungen bis zu einer Höchstfläche von 500 m² frei sind). Man neigt zur Ansicht, dass diese Entwicklung der mittleren Verkaufsstrukturen der Zone 2 nicht die HG berühren, außer im Falle einer Abwanderung eines Betriebes von der Zone 1 in die Zone 2 mit gleichzeitiger Erweiterung und der aus diesem Grunde von dieser Ausnahme Gebrauch machen will. Auch in diesem Fall handelt es sich um eine gesetzeswidrige Maßnahme. Die Verlegung mit gleichzeitiger Erweiterung ist nur möglich, wenn für die in Frage kommenden Warenbereiche die Flächenverfügbarkeit (HG) vorhanden ist und ver-

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Il **Punto 5.2** dei **Nuovi Indirizzi provinciali** specifica che il Piano comunale per il commercio può individuare "le motivazioni che giustificano l'eventuale superamento del TM, riferite a caratteristiche e dinamiche specifiche del commercio nel territorio comunale." Queste devono essere comunicate in forma scritta sia alla Ripartizione Commercio della Provincia sia ai Sindaci dei comuni confinanti, interessati da una significativa gravitazione commerciale.

3.5. Ripartizione della superficie disponibile per settore

Il **Punto 5.2** degli Indirizzi indica che il Piano stabilisce "la percentuale di superficie di vendita complessiva da destinare ai settori alimentare e non alimentare nelle diverse zone commerciali, incluso il centro storico. Resta ferma la libertà di entrata (...) in centro storico, cioè l'impossibilità di contingentare la superficie complessiva di vendita in questa zona". Evidente l'opportunità di ripartire il TM per settore merceologico in zona 2, mentre il riparto riferito alla zona 1 non può che avere mero valore "indicativo", posto che esiste comunque libertà di entrata in tale ambito, qualunque sia il riparto indicato dall'operatore per i due settori merceologici.

La suddivisione fra i due settori merceologici può assumere differenti modalità che, basandosi su dati statistici certi, tengono conto di differenti obiettivi di sviluppo. Potrebbe infatti aversi:

- un riparto proporzionale alle superfici esistenti, mantenendo pertanto la costanza nel peso fra i due settori merceologici;
- ci si potrebbe discostare da tale "costanza", per consentire il "recupero" di un settore al fine di bilanciare la crescita avutasi per l'altro.

3.6. Tempi di utilizzo del TM

Il **Punto 5.2** degli Indirizzi evidenzia che ai fini

ringern diese in proportionalen Ausmaß für die gesamte Verkaufsfläche.

Der **Punkt 5.2** der **Landesplanungsrichtlinien** besagt, dass der Gemeindehandelsplan „die Gründe festlegen kann, die ein eventuelles Überschreiten der Höchstgrenze rechtfertigen, bezogen auf besondere Charakteristiken und Dynamiken des Handels in dem betreffenden Gemeindegebiet.“ Diese müssen schriftlich sowohl der Abteilung Handel des Landes als auch den Bürgermeistern der angrenzenden Gemeinden, die eventuell von einer bedeutenden Handelsgravitation betroffen sind, mitgeteilt werden.

3.5. Aufteilung der verfügbaren Fläche nach Warenaektor

Der **Punkt 5.2.** der Richtlinien besagt, dass der Plan folgendes festlegen muss: „Prozentueller Anteil der Gesamtverkaufsfläche, die dem Lebensmittel- bzw. dem Nichtlebensmittelbereich auf den verschiedenen Handelsflächen einschließlich dem historischen Zentrum vorbehalten werden soll. Unbeschadet bleibt dabei die freie Geschäftstätigkeit in historischen Zentren, d.h., dass die Gesamtverkaufsfläche in diesem Gebiet nicht kontingentiert werden darf“. Deshalb ist es klar, die HG in der Zone 2 nach Warenbereich aufzuteilen, während die Aufteilung bezogen auf die Zone 1 nur einen rein „indikativen“ Wert haben dürfte, da ja der freie Zugang zu dieser Zone besteht, egal welche Aufteilung der beiden Warenbereiche vom Unternehmer angegeben wird.

Die Unterteilung der beiden Warenbereiche kann auf verschiedene Art und Weise erfolgen und, basierend auf statistischen Daten, unterschiedlichen Entwicklungszielen Rechnung tragen. Es können folgende Fälle eintreten:

- Eine proportionale Aufteilung zu den bereits bestehenden Flächen, wobei das Gleichgewicht zwischen den beiden Warenaektoren beibehalten wird;
- Man könnte auch von dieser „Konstante“ abweichen, um einem Warenaektor die Möglichkeit des Aufholens zu geben, und das bestehende Ungleichgewicht beseitigen.

3.6. Benütungszeiten der HG

Der **Punkt 5.2** der **Landesplanungsrichtlinien** weist darauf hin, dass im Hinblick auf die

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

della verifica di compatibilità socio – economica il Piano comunale del commercio può stabilire “le modalità ed i tempi di utilizzazione del TM”. Da ciò ne consegue che il Piano può prevedere l'utilizzo della superficie disponibile senza vincoli temporali o secondo una precisa ripartizione.

Feststellung der sozioökonomischen Vereinbarkeit der Gemeindehandelsplan die „Modalitäten und Fristen für die Verwendung der HG“ festlegen kann. Daraus folgt, dass der Plan die Benützung der verfügbaren Fläche ohne zeitliche Einschränkungen oder auf der Grundlage einer bestimmten Aufteilung vorsehen kann.

Beispielsweise könnte man folgendes vorsehen:

A titolo esemplificativo si potrebbe prevedere:

- il rilascio di quote uguali di TM per ognuno dei cinque anni di vigenza del Piano;
- un utilizzo percentualmente maggiore nei primi anni, anche per rispondere ad esigenze che si sono “accumulate” negli anni.

- Die Erteilung von gleichen HG-Quoten für jedes der fünf Jahre Gültigkeit des Planes;
- Die Benützung eines höheren Prozentsatzes in den ersten Jahren, um die Erfordernisse, die sich in den letzten Jahren angehäuft haben, zu befriedigen.

Anche in questo caso la scansione temporale di utilizzo del TM è evidenziata nella parte normativa al presente elaborato.

Auch in diesem Fall wird die zeitliche Benützung der HG im gesetzlichen Teil dieser Ausarbeitung wiedergegeben.

3.7. La parte normativa

Nel proseguo del presente lavoro è riportata una parte normativa che tiene conto di quanto sopra espresso e delle esigenze manifestate dalla Amministrazione comunale ed emerse nel corso di ripetuti incontri pubblico – privato.

All'articolo fanno seguito alcuni allegati che riportano le risultanze salienti riferite alla “quantità”, alla ripartizione, ai tempi ed alle modalità di fruizione del TM, nonché alla zonizzazione operata e ad altri vincoli da osservare in relazione alle verifiche di compatibilità urbanistica.

3.7. Gesetzlicher Teil

Im Anhang an diese Arbeit gibt es einen gesetzlichen Teil, der das oben Ausgedrückte und die Erfordernisse der Gemeindeverwaltung, die im Laufe von mehreren öffentlich – privaten Treffen aufgetaucht sind, berücksichtigt.

Den Artikeln folgen einige Anlagen mit den wichtigen Ergebnissen bezüglich der „Quantität“, der Aufteilung, der Fristen und Modalitäten für die Verwendung der HG, sowie die Aufteilung des Gemeindegebietes in Handelsflächen und andere zu beachtende Vorschriften in Bezug auf die Überprüfung der urbanistischen Vereinbarkeit.

4. Contesto di riferimento ed analisi della rete commerciale di Castelrotto.

4.1. Il commercio in provincia di Bolzano.

Il commercio rappresenta, in provincia di Bolzano, un'attività economica di fondamentale rilievo.

4. Bezugsrahmen und Analyse der Handelsstruktur von Kastelruth.

4.1. Der Handel in der Provinz Bozen.

Der Handel ist in der Provinz Bozen ein Wirtschaftssektor von grundlegender Wichtigkeit:

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

vo: considerandolo nel suo insieme (commercio all'ingrosso più commercio al dettaglio), esso conta 12.203 esercizi e 35.339 occupati (dati 2006), per un valore aggiunto pari a 1.784 milioni di euro. Le imprese della distribuzione rappresentano il 19% delle unità locali di impresa dell'Alto Adige e il 15% dell'occupazione complessiva, mentre l'intero settore del commercio incide per il 12% sul valore aggiunto creato da tutte le attività economiche. Tali informazioni statistiche sono ricavate dai risultati di una ricerca effettuata nel 2006 dall'IRE (Istituto di Ricerca Economica) della Camera di Commercio di Bolzano per conto dell'Assessorato all'economia della Provincia.

Per fornire un quadro più completo, si ritiene utile riportare di seguito, oltre ad una sintesi della ricerca citata riguardante la rete commerciale al dettaglio, ulteriori informazioni derivanti da alcune indagini realizzate dall'ASTAT, in particolare quelle che riguardano la struttura dei prezzi e le abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine. Si tratta infatti di cogliere alcune tendenze evolutive che possono influire anche sullo sviluppo della rete commerciale dei singoli comuni e, più in generale, sulla loro economia ed è quindi opportuno prenderli in considerazione per orientare le scelte di politica commerciale che l'Amministrazione comunale è chiamata a compiere attraverso il proprio strumento di programmazione commerciale.

4.1.1. La rete commerciale provinciale: struttura e tendenze evolutive.

Si riporta di seguito la sintesi dell'analisi condotta sulla rete commerciale provinciale da parte dell'IRE:

- in Alto Adige sono attivi 7.046 esercizi di commercio al dettaglio in sede fissa (come attività principale o secondaria dell'impresa), per una superficie complessiva di vendita pari a 737.372 m² (dato 2006);
- sotto l'aspetto numerico predominano di gran lunga gli esercizi di vicinato (fino a 100/150 m², secondo il numero di abitanti del comune): ciò significa che l'82% degli esercizi (n. 5797) rientra nella piccola distribuzione, mentre il 15,2% (1.070 in valore assoluto) appartiene alla media distribuzione (punti vendita compresi fra 100/150 e 500 m²) e il restante 2,54% (pari a 179 unità) alla grande distribuzione (esercizi di oltre 400 m²);
- la superficie di vendita è invece distribuita abbastanza equamente tra piccole, medie e

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Betrachtet man den gesamten Sektor (Großhandel und Einzelhandel), umfasst er 12.203 Verkaufspunkte mit 35.339 Beschäftigten (Daten 2006) und einer Wertschöpfung von 1.784 Millionen Euro. Die Verteilungsbetriebe stellen 19% der Betriebsstätten Südtirols und 15% der Zahl der gesamten Beschäftigten, während der gesamte Handelssektor 12% der Wertschöpfung aller Wirtschaftstätigkeiten produziert. Diese statistischen Informationen wurden aus den Ergebnissen einer Studie des WIFO (Wirtschaftsforschungsinstitut) der Handelskammer Bozen im Auftrag des Wirtschaftsassessorates der Provinz entnommen.

Um ein genaueres Bild zu zeichnen, sieht man es als nützlich an, über eine Zusammenfassung der zitierten Studie zur Einzelhandelsstruktur hinaus, zusätzliche Informationen aus einigen Untersuchungen, welche vom ASTAT durchgeführt wurden, aufzuzeigen. Im Einzelnen sind jene interessant, welche die Preisstruktur und die Einkaufsgewohnheiten der Südtiroler Familien betreffen. Hierbei ist es wichtig, einige Tendenzen aufzugreifen, welche die Entwicklung des Handelsnetzes der einzelnen Gemeinden beeinflussen können und ganz allgemein ihre Wirtschaft, und deshalb ist es angebracht, sie bei den handelspolitischen Entscheidungen, welche die Gemeindeverwaltung mithilfe des Handelsplanes zu treffen hat, zu berücksichtigen.

4.1.1. Das Handelsnetz in Südtirol: Struktur und Entwicklungstendenzen.

Nachfolgend wird eine Zusammenfassung der vom WIFO durchgeführten Studie zum Handelsnetz in Südtirol:

- in Südtirol gibt es derzeit 7.046 Einzelhandels-Verkaufspunkte mit festem Standort (mit Haupt- oder Nebentätigkeit des Betriebes), mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 737.372 m² (Daten 2006);
- von der Anzahl her dominieren bei weitem die Nahversorgungsbetriebe (bis zu 100/150 m² Verkaufsfläche, je nach Einwohnerzahl der Gemeinde): dies bedeutet, dass 82% der Betriebe (5.797) kleine Verkaufsstrukturen sind, während 15,2% (1.070 absoluter Wert) zu den mittleren Verkaufsstrukturen zählen (Betriebe zwischen 100/150 und 500 m²) und die restlichen 2,54% (179 Verkaufspunkte) zu den Großverteilungsbetrieben (über 500 m²);

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

- grandi strutture (piccole: 38%, medie: 33%; grandi: 29%); il 28% della superficie di vendita ricade nel comparto alimentare, il 72% nel comparto non alimentare;
- il servizio di vicinato, nonostante l'espansione delle grandi strutture, è ancora assicurato: ogni comune ha almeno un punto di vendita di prodotti alimentari;
- le grandi strutture di vendita, collocate prevalentemente nei maggiori centri di fondovalle, sono concentrate in 39 comuni e, per più di un terzo della loro superficie, nel solo comune di Bolzano;
- riguardo all'andamento degli ultimi 3 anni, è aumentato sia il numero dei punti vendita (+4,0%) che la superficie di vendita (+9,6%). L'aumento ha interessato tutte le tipologie dimensionali, ma è stato particolarmente elevato nelle grandi strutture;
- le categorie merceologiche che occupano le maggiori superfici sono quella dell'abbigliamento (14%), dei supermercati (13%) e dei mobili (11%);
- il commercio al dettaglio è un settore dinamico: lo si deduce dal numero di iscrizioni e di cancellazioni presso il Registro imprese negli ultimi cinque anni; movimenti maggiori ci sono stati solo nel settore agricolo e in quello alberghiero;
- nel commercio al dettaglio rientrano anche le imprese che vendono prodotti al consumatore fuori dai locali commerciali: per corrispondenza, via internet (commercio elettronico), mediante distributori automatici, in forma di commercio ambulante; si tratta di 977 imprese che svolgono un ruolo di importante "servizio di vicinato", in aggiunta ai piccoli negozi;
- il commercio al dettaglio conta ancora un buon numero di operatori giovani: il 28% dei titolari d'impresa del settore ha meno di 40 anni (in tutta l'economia altoatesina sono il 26%). Tuttavia anche nel commercio al dettaglio molti titolari si troveranno presto obbligati a trovare una successione per la propria impresa: infatti, quasi 800 titolari di esercizi commerciali hanno più di 55 anni;
- considerando il medio periodo, nel commercio al dettaglio altoatesino l'occupazione è diminuita ad un tasso annuo medio dell'1,4%. Nel contempo, il valore aggiunto è salito, in termini nominali, dell'1,9% annuo: combinando i due fenomeni, se ne deduce che il commercio al dettaglio negli ultimi cinque anni si è riscattato in termini di produttività, diventando perciò più competitivo;
- il confronto nazionale fornisce interessanti indicazioni in merito alla struttura commerciale nelle diverse province: In Alto Adige la densità

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

- Die Verkaufsfläche ist hingegen recht gleichmäßig auf kleine, mittlere und große Strukturen verteilt (kleine: 38%, mittlere: 33%, große: 29%); 28% der Verkaufsfläche entfällt auf den Lebensmittelhandel, 72% auf den Nicht-Lebensmittelhandel;
- Die Nahversorgung ist noch, trotz der Expansion der großen Strukturen, gewährleistet: jede Gemeinde hat noch mindestens ein Lebensmittelgeschäft;
- Die großen Verkaufsstrukturen, vorwiegend in den Zentren im Tal gelegen, konzentrieren sich in 39 Gemeinden und, zu mehr als einem Drittel ihrer Verkaufsfläche, nur in der Gemeinde Bozen;
- Zur Entwicklung in den letzten 3 Jahren: gestiegen ist sowohl die Anzahl der Verkaufspunkte (+4,0%) als auch die Verkaufsfläche (+ 9,6%). Der Zuwachs betrifft alle Betriebsgrößen, die weitaus größte Steigerung gab es bei den großen Verkaufsstrukturen;
- Am meisten Verkaufsfläche nehmen die Warengruppen Bekleidung (14%), Supermärkte (13%) und Möbel (11%) ein;
- Der Einzelhandel ist ein dynamischer Sektor: dies zeigt sich bei der Analyse der Ein- und Austragungen aus dem Handelsregister in den letzten fünf Jahren; größere Bewegungen gab es nur in der Landwirtschaft und im Gastgewerbe;
- Zum Einzelhandel zählen auch die Betriebe, welche Produkte an den Konsumenten außerhalb der Verkaufsräume vertreiben: der Versandhandel, der Internethandel (elektronischer Handel), mittels Automaten, der Wanderhandel; es handelt sich um 977 Betriebe, die eine Rolle in der „Nahversorgung“ neben den kleinen Geschäften spielen;
- Der Einzelhandel kann noch auf viele junge Unternehmer zählen: 28% der Betriebsinhaber sind unter 40 Jahre alt (Südtiroler Gesamtwirtschaft 26%). Dennoch stellt sich das Thema Betriebsübergabe auch im Einzelhandel, zumal fast 800 Inhaber von Handelsbetrieben über 55 Jahre alt sind;
- Mittelfristig ist die Beschäftigung im Einzelhandel leicht gesunken, und zwar im Rhythmus von durchschnittlich 1,4% im Jahr. Die Wertschöpfung ist demgegenüber nominell um 1,9% im Jahr gestiegen: bei Betrachtung beider Phänomene kann man ableiten, dass der Einzelhandel in den letzten fünf Jahren an Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit gewonnen hat;

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

- degli esercizi (in rapporto alla popolazione) è più bassa rispetto alla media nazionale. Negli ultimi cinque anni si è assistito ad un processo di concentrazione commerciale nella parte nord-orientale della penisola, Alto Adige escluso. Infine, in Alto Adige la dimensione media degli esercizi commerciali (superficie media per esercizio) è piuttosto elevata;
- nel confronto internazionale l'Alto Adige si caratterizza per un'elevata densità dei punti di vendita commerciali, ma anche per una bassa dimensione media degli esercizi (misurata, qui, in termini di occupati per esercizio e non di superficie media). Nel comparto alimentare sono elevate sia la densità dei punti vendita che la dimensione media degli esercizi. In quello non alimentare, invece, a fronte di un'elevata densità dei punti vendita troviamo esercizi relativamente piccoli.

In definitiva il sistema commerciale altoatesino appare dunque connotato da alcuni tratti distintivi: una spiccata polverizzazione, causata dalle piccole dimensioni medie dell'offerta; una notevole tendenza alla concentrazione delle grandi strutture di vendita, poco diffuse nelle zone periferiche e localizzate quasi esclusivamente nei centri maggiori; la totale assenza dei maggiori formati della grande distribuzione moderna (ipermercati e centri commerciali al dettaglio); il mantenimento di un ruolo centrale del commercio tradizionale e di vicinato, che assicura ancora una diffusa presenza nelle zone periferiche e nei centri minori; una struttura dei prezzi piuttosto elevata, probabile conseguenza della limitata concorrenza causata da una scarsa sovrapposizione dei bacini di offerta, che caratterizza tipicamente i territori di montagna.

4.1.2. Tendenze evolutive dei consumi e dei prezzi.

Nell'indagine annuale che l'Astat effettua sui consumi delle famiglie è possibile disaggregare i dati che si riferiscono a capitoli di spesa riconducibili, per lo più, all'insieme dei "consumi commercializzati" (vale a dire beni e prodotti acquistati dalle famiglie attraverso la rete commerciale al dettaglio). E' possibile inoltre distinguere, sia pure in modo non completo, fra i "consumi alimentari" (pane, carne, pesce, latte e formaggi, frutta e verdura, bevande ecc.) e quelli "non alimentari" (vestiario e calzature, mobili, articoli ed utensili per la casa).

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

- Der nationale Vergleich gibt Aufschluss auf die Unterschiede in der Handelsstruktur in den verschiedenen Provinzen: In Südtirol ist die Betriebsdichte (im Verhältnis zur Bevölkerung) niedriger als der nationale Durchschnitt. In den letzten fünf Jahren ist es in den nord-östlichen Provinzen der Halbinsel zu einer Abnahme der Betriebsanzahl gekommen. Südtirol gehört zu den Provinzen mit einer relativ hohen durchschnittlichen Betriebsgröße (Verkaufsfläche pro Betrieb);
- im internationalen Vergleich hat Südtirol eine relativ hohe Betriebsdichte, aber eine geringe Betriebsgröße (Beschäftigte pro Betrieb). Im Lebensmittelbereich sind sowohl Betriebsdichte als auch Betriebsgröße hoch. Im Nicht-Lebensmittelbereich steht einer hohen Betriebsdichte eine niedrige Betriebsgröße gegenüber.

Letztendlich erscheint der Südtiroler Handel gekennzeichnet von einigen Unterscheidungsmerkmalen: eine deutliche Aufsplitterung, verursacht durch die kleine durchschnittliche Betriebsgröße, eine starke Konzentrationstendenz der Großverteilungsstrukturen, die sich fast ausschließlich in den größeren Zentren befinden; das komplette Fehlen der größten Formate der modernen Großverteilung (Hypermärkte und Einkaufszentren); die Bewahrung der zentralen Bedeutung des traditionellen Einzelhandels und der Nahversorgung, welche noch eine kapillare Verteilung in der Peripherie und den kleineren Zentren sichert; eine eher hohe Preisstruktur, die möglicherweise Folge einer eingeschränkten Konkurrenzsituation durch eine geringe Überlappung der Angebotsbecken ist, die typischerweise die Berggebiete charakterisiert.

4.1.2. Entwicklungstendenzen des Konsums und der Preise.

Aus der jährlichen Erhebung des ASTAT zu den Verbrauchsausgaben privater Haushalte ist es möglich, die Daten, welche sich auf bestimmte Ausgabenkapitel beziehen, herauszunehmen, mehr noch, auf die Gesamtheit der „Handelskonsumausgaben“ (von privaten Haushalten in Geschäften gekaufte Güter und Dienstleistungen). Darüber hinaus ist es möglich, wenn auch nicht vollständig, zwischen den Ausgaben für „Lebensmittel“ (Brot, Fleisch, Fisch, Milch und Käse, Obst und Gemüse, Getränke usw.) und „Nichtlebensmittel“ (Bekleidung und Schuhe, Möbel, Haushaltsartikel) zu unterscheiden.

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Analizzando e comparando fra loro questi dati con riferimento al triennio 2003-2005, si possono dedurre le seguenti osservazioni:

- i consumi commercializzati rappresentano (dato 2005) poco più di un quarto (25,95%) dei consumi medi mensili delle famiglie (che comprendono anche le spese per l'abitazione, l'energia, i trasporti, la salute, l'istruzione, la cultura e tutti gli altri servizi);
- la spesa alimentare delle famiglie rappresenta, da sola, il 13,6% della spesa mensile riferita a tutti i capitoli di spesa;
- nel triennio 2003-2005 i consumi commercializzati hanno fatto registrare una lieve ma significativa contrazione rispetto alla spesa complessiva, passando dal 28,56% del 2003 al 25,95% del 2005;
- all'interno dell'insieme "consumi commercializzati" il peso della spesa alimentare rispetto ai consumi non alimentari ha fatto segnare nel triennio considerato variazioni trascurabili (dal 50,45% al 51,37%).

E' evidente che, trattandosi di spesa e non di quantità di prodotti consumati, le tendenze esposte sono largamente influenzate dall'evoluzione dei prezzi al consumo. In relazione a questi ultimi, può essere utile riportare il commento che l'ASTAT ha fornito circa l'evoluzione dei prezzi negli ultimi anni nell'ambito dell'indagine sui prezzi al consumo rilevati nel 2006:

"Analizzando l'andamento tendenziale degli ultimi anni si è registrato che, dopo un lungo periodo (estate 2003 - estate 2005) in cui la variazione di Bolzano era inferiore a quella nazionale, si è passati ad una situazione in cui l'inflazione è più alta a livello locale. In particolare, da agosto 2005 il tasso locale ha superato per un anno esatto quello nazionale. In seguito la situazione si è invertita per due mesi (settembre ed ottobre 2006), in cui il tasso di Bolzano è stato inferiore a quello dell'Italia di 0,2 punti percentuali. Negli ultimi due mesi del 2006 si è tornati ad un tasso locale superiore a quello nazionale. In media annua 2006, l'indice generale dei prezzi al consumo (escluso i tabacchi) è risultato pari a 127,8 per Italia e 132,2 per Bolzano. Ciò significa che in 11 anni (anno base=1995) i prezzi sono cresciuti del 27,8% a livello nazionale e del 32,2% a livello locale. Esaminando i 12 capitoli di spesa emerge, sia a livello locale che a livello nazionale, che nel corso del 2006, rispetto al 2005, la crescita più forte si è verificata nel capitolo "bevande alcoliche, tabacchi" (+ 5,3%),

Wenn man diese Daten des Trienniums 2003-2005 analysiert und vergleicht, kann man daraus folgende Schlüsse ableiten:

- Die Handelskonsumausgaben betragen (Daten 2005) knapp über einem Viertel (25,95%) der durchschnittlichen monatlichen Ausgaben der privaten Haushalte (die auch die Ausgaben für das Wohnen, Energie, Transporte, Gesundheit, Bildung, Kultur und alle anderen Dienste beinhalten);
- Die Ausgaben nur für Lebensmittel belaufen sich auf 13,6% der monatlichen Gesamtausgaben der privaten Haushalte;
- Im Triennium 2003-2005 weisen die Handelskonsumausgaben eine leichte aber signifikante Verringerung im Vergleich zur Gesamtausgabe auf, von 28,56% im Jahr 2003 zu 25,95% 2005;
- Innerhalb der gesamten „Handelskonsumausgaben“ hat das Gewicht der Ausgaben für Lebensmittel im Verhältnis zu den Ausgaben für Nichtlebensmittel im Untersuchungszeitraum vernachlässigbare Schwankungen ergeben (von 50,45% auf 51,37%).

Es ist offensichtlich, dass die aufgezeigten Trends von der Entwicklung der Konsumpreise beeinflusst sind, da es sich hier um Ausgaben und nicht um Menge der konsumierten Produkte handelt. In Bezug auf diese erscheint es nützlich, den Kommentar des ASTAT zur Preisentwicklung in den letzten Jahren im Rahmen der Preisstudie 2006 anzuführen:

„Wird die Entwicklung der letzten Jahre betrachtet, so zeigt sich, dass nach einem längeren Zeitraum (Sommer 2003 – Sommer 2005), in dem die Veränderung in Bozen unter dem gesamtstaatlichen Wert lag, nun die Inflation in der Gemeinde Bozen höher ist als auf gesamtstaatlicher Ebene. Ab August 2005 lag der lokale Index für genau ein Jahr über dem gesamtstaatlichen Wert. Für die folgenden zwei Monate (September und Oktober 2006) war die Situation umgekehrt, der Index der Gemeinde Bozen bewegte sich 0,2 Prozentpunkte unter jenem von Italien. In den letzten zwei Monaten des Jahres 2006 lag der lokale Index wiederum über dem gesamtstaatlichen. Im Jahresdurchschnitt 2006 belief sich der Verbraucherpreisindex (ohne Tabakwaren) auf 127,8 in Italien und 132,2 in Bozen. Das bedeutet, dass sich die Preise in elf Jahren (Basisjahr=1995) auf gesamtstaatlicher Ebene um 27,8% und auf lokaler Ebene um 32,2% erhöhten. Die Analyse der 12 Warenkapitel zeigt, dass im Jahr 2006 gegenüber dem Jahr 2005 das Kapitel „Alkohol-

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

seguito dal capitolo "abitazione, acqua, energia e combustibili", in cui l'aumento è stato del 5,2%...Altri capitoli di spesa con aumenti dei prezzi più elevati a Bolzano rispetto al livello nazionale sono stati il capitolo "prodotti alimentari e bevande non alcoliche" (Bolzano 2,9% e l'Italia 1,8%), abbigliamento e calzature" (rispettivamente 1,5% e 1,2%)..."

lische Getränke und Tabakwaren" sowohl auf gesamtstaatlicher als auch auf lokaler Ebene die stärkste Preissteigerung (+5,3%) verzeichnete, gefolgt vom Kapitel „Wohnung, Wasser, Energie und Brennstoffe" mit einer Steigerung von jeweils 5,2%. Andere Ausgabenkapitel, deren Preise in der Gemeinde Bozen stärker gestiegen sind als auf gesamtstaatlicher Ebene sind „Lebensmittel und alkoholfreie Getränke (2,9% in Bozen gegenüber 1,8% in Italien), „Bekleidung und Schuhwaren" (1,5% bzw. 1,2%)..."

4.1.3. La mobilità dei consumatori.

La rilevazione dei prezzi al consumo delle famiglie in provincia di Bolzano si limita a registrare i differenziali di prezzo rispetto alla media nazionale e ad altre realtà territoriali, senza approfondire le cause del divario. A tale proposito qualche indicazione può essere dedotta invece da un'altra indagine dell'ASTAT, realizzata nel 2006 e pubblicata nel febbraio 2007: quella sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine, dalla quale emerge la tendenza di una parte di popolazione ad effettuare i propri acquisti fuori dal territorio provinciale.

Si tratta di un fenomeno che non riguarda, peraltro, solo la provincia di Bolzano: esso si è manifestato con la nascita e l'affermazione del trasporto privato su strada, che ha reso più facili gli spostamenti sul territorio e, con essi, anche della mobilità dei consumatori finalizzata agli acquisti, in particolare nei grandi centri commerciali e negli ipermercati. A fronte di questo fenomeno è evidente, tuttavia, lo spazio che si prospetta per un'eventuale ulteriore sviluppo della rete commerciale locale attraverso interventi capaci di frenare l'evasione dei consumi fuori del territorio provinciale.

L'indagine citata fornisce al riguardo una serie di dati ed informazioni piuttosto interessanti, che di seguito si riassumono:

- le famiglie altoatesine si recano fuori provincia per acquistare in prevalenza capi di abbigliamento, con un'incidenza del 44,2% sul totale degli acquisti occasionali e del 35,4% sul totale degli "acquisti ripetuti", seguono i generi alimentari (rispettivamente 21,1% e 24,1%);
- tra gli "acquisti occasionali" al terzo posto si collocano le altre tipologie di beni (in particolare libri, articoli per la pulizia della casa e la cura della persona), mentre tra quelli "ripetuti" le preferenze ricadono sugli articoli di arredamento e l'oggettistica per la casa, prodotti e commercializzati fuori provincia;

4.1.3. Die Konsumentenmobilität.

Die Erhebung der Verbraucherpreise der Familien in Südtirol beschränkt sich darauf, die Preisunterschiede zum nationalen Durchschnitt und anderen Gebieten aufzuzeichnen, ohne die Gründe für diese Differenzen näher zu untersuchen. Diesbezüglich kann man aber einige Informationen aus einer anderen ASTAT-Erhebung ableiten, die 2006 durchgeführt und im Februar 2007 veröffentlicht wurde: jene zu den Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte. Daraus ist ersichtlich, dass ein Teil der Bevölkerung ihre Einkäufe außerhalb der Provinz tätigt. Dabei handelt es sich um ein Phänomen, das übrigens nicht nur die Provinz Bozen betrifft: es zeigte sich mit dem Beginn und der Zunahme des Privatverkehrs auf der Straße, der das Reisen leichter gemacht hat und, folglich, auch die Konsumentenmobilität mit dem Ziel, Einkäufe zu tätigen, besonders hin zu großen Einkaufszentren und Hypermärkten. Es ist in Anbetracht dieses Phänomens deshalb offensichtlich, wo die Möglichkeit einer eventuellen Weiterentwicklung des lokalen Handelsnetzes liegt, um den Kaufkraftabfluss aus der Provinz zu bremsen.

Die Untersuchung liefert diesbezüglich eine Reihe von interessanten Daten und Informationen, die nachfolgend zusammengefasst werden:

- Die Südtiroler Haushalte kaufen außerhalb der Landesgrenzen vorwiegend Bekleidungsartikel ein, und zwar im Ausmaß von 44,2% der „einmaligen Einkäufe" und 35,4% der „wiederholten Einkäufe". Es folgen die Lebensmittel mit 21,1% bzw. 24,1%;
- An dritter Stelle der „einmaligen Einkäufe" finden sich die anderen Güter (im besonderen Bücher, Mittel für die Hausreinigung und Körperpflegeprodukte), während diese Position bei den „wiederholten Einkäufen" von Wohnungseinrichtung und Hausrat eingenommen wird;
- Die Südtiroler Haushalte, die im Jahr 2006

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

- nel 2006 le famiglie altoatesine che hanno fatto acquisti occasionali fuori provincia hanno speso mediamente 273 euro, mentre i nuclei che hanno fatto dello shopping in trasferta una consuetudine, hanno sostenuto una spesa media pari a 234 euro. Questi ultimi destinano una quota considerevole delle proprie risorse all'acquisto di generi alimentari mentre le famiglie che "evadono" occasionalmente destinano maggiori risorse all'acquisto di beni durevoli;
- è interessante rilevare come, sia le famiglie che si sono recate fuori provincia per lo shopping occasionale sia quelle che lo hanno fatto ripetutamente, abbiano investito una parte considerevole del loro budget nell'acquisto di mobili ed oggetti per la casa. Gli habitués delle trasferte hanno destinato parecchie risorse all'acquisto di articoli di abbigliamento, mentre coloro che si sono recati occasionalmente fuori provincia, hanno investito maggiormente nell'acquisto di altre tipologie di beni;
- l'Austria è la meta preferita dagli acquirenti altoatesini: è infatti segnalata dal 51,5% delle famiglie che effettuano lo shopping in trasferta, si riconferma ed incrementa la sua leadership al vertice delle mete preferite dagli altoatesini per gli acquisti fuori provincia, seguita dalle altre regioni italiane con un'affluenza del 13,4% e dal Trentino con il 12,1%. L'acquisto in Austria, ed in particolare ad Innsbruck, si giustifica con la presenza di numerosi centri commerciali in grado di soddisfare le diverse specifiche esigenze familiari. Queste strutture sono preferite dalle famiglie altoatesine sia per le spese che riguardano articoli di largo e generale consumo (generi alimentari, prodotti per la pulizia della casa e per l'igiene personale) e capi di abbigliamento, sia per gli acquisti di beni durevoli (arredamento e oggetti per la casa e apparecchi elettronici ed elettrici).
- nelle altre regioni italiane le famiglie altoatesine si recano per acquistare apparecchiature elettroniche ed elettriche, arredamento ed oggetti per la casa e generi alimentari. In Trentino, ed in particolare nella zona commerciale di Trento, le "spedizioni" degli altoatesini sono mirate prevalentemente all'acquisto di generi alimentari ed abbigliamento.
- il 64,2% delle famiglie che effettua i propri acquisti fuori provincia lo fa perché reputa i prezzi più convenienti per tutti i settori merceologici analizzati con riferimento alle destinazioni contemplate per lo shopping in

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

- einmalige Auswärtseinkäufe tätigten, gaben im Schnitt 273 Euro aus, während sich dieser Betrag bei Familien mit wiederholten Einkäufen außerhalb der Landesgrenzen auf durchschnittlich 234 Euro belief. Letztgenannte gaben einen beträchtlichen Teil ihres Budgets für Lebensmittel aus, während Familien mit einmaligen Einkäufen sich verstärkt für den Kauf von Gebrauchsgütern interessierten;
- Interessenterweise gaben sowohl Haushalte mit einmaligen als auch mit wiederholten Einkäufen außerhalb von Südtirol einen beachtlichen Teil ihres Einkaufsbudgets für den Erwerb von Wohnungseinrichtung und Hausrat aus. Die regelmäßigen Auswärtseinkäufer widmeten beträchtliche Finanzmittel der Bekleidung, während die einmaligen Auswärtseinkäufer diese Mittel in den Erwerb von anderen Artikeln investierten;
- Österreich ist das beliebteste Einkaufsziel der Südtiroler: es wird in der Tat von 51,5% der Südtiroler Familien, die außerhalb der Landesgrenzen Einkäufe tätigen, genannt. Es folgen die anderen italienischen Regionen mit 13,4% und das Trentino mit 12,1%. Die Einkäufe in Österreich und vor allem in Innsbruck sind auf das Vorhandensein von mehreren Einkaufszentren, welche die verschiedenen speziellen Bedürfnisse der Kunden befriedigen können, zurückzuführen. Diese Strukturen werden von den Südtiroler Haushalten für den Kauf von Waren im Bereich der Konsumgüter des täglichen Gebrauchs (Lebensmittel, Mittel für die Hausreinigung sowie Hygieneprodukte) und Bekleidung als auch im Bereich der Gebrauchsgüter (Wohnungseinrichtung und Hausrat sowie elektronische und elektrische Geräte) genutzt.
- In den anderen italienischen Regionen erwerben die Südtiroler Haushalte vor allem elektronische und elektrische Geräte, Wohnungseinrichtung und Hausrat sowie Lebensmittel. Im Trentino und dabei besonders in der Handelszone um Trient kaufen Südtiroler vor allem Lebensmittel und Bekleidung ein.
- 64,2% der auswärts einkaufenden Haushalte gaben als Hauptgrund für die Kaufentscheidung die günstigeren Preise für alle analysierten Güterkategorien an. Die Auswahl und somit die Möglichkeit zwischen einer breiteren Produktpalette zu wählen, wird von 25,6% der Familien geschätzt, während das Angebot von qualita-

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

trasferta. L'assortimento, e quindi la possibilità di scegliere fra una gamma più vasta di articoli dello stesso tipo, viene ritenuto vantaggioso dal 25,6% delle famiglie, mentre l'offerta di articoli di standard qualitativo più elevato e la presenza di numerosi servizi accessori (vedasi parcheggi, garanzie, consigli specializzati) sono stati menzionati come elementi determinanti delle scelte di acquisto, complessivamente dal 10,1% delle famiglie. Per il 70,5% dei nuclei familiari che si sono espressi in merito, la flessibilità nelle giornate e negli orari di apertura dei negozi (orario continuato, aperture domenicali) giocano a favore degli acquisti fuori provincia;

- Il centro commerciale è la meta preferita dal 62,9% delle famiglie altoatesine che si recano fuori provincia per effettuare i propri acquisti. La convenienza nei prezzi, l'offerta diversificata di prodotti analoghi, la facile accessibilità in termini di ampi parcheggi annessi alle grandi strutture nonché i numerosi servizi accessori presenti al loro interno (punti di ristoro, servizi igienici, aree di gioco per i più piccoli), sono i principali punti di forza e le maggiori attrattive delle strutture commerciali presenti fuori provincia.
- nei negozi specializzati le famiglie altoatesine si recano prevalentemente per acquistare mobili e oggettistica per la casa, così come apparecchiature elettroniche ed elettriche ma anche altre tipologie di beni, in particolare quelli destinati alla cura della persona. Direttamente dal produttore o all'ingrosso si acquistano in prevalenza generi alimentari mentre da catalogo si acquista in particolare abbigliamento. Accanto ad una mobilità fisica le famiglie altoatesine dimostrano una certa propensione per la spesa online, soprattutto quando si tratta di apparecchiature elettroniche ed elettriche ed altre tipologie di beni durevoli quali dischi, libri ecc.

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

tiv besseren Artikeln und das Vorhandensein von zusätzlichen Serviceleistungen (Parkplätze, Garantien, Verkaufsberatung) von insgesamt 10,1% der Haushalte als wichtigster Beweggrund für ihre Kaufentscheidungen angegeben wurde. Für 70,5% der Haushalte, die entsprechende Angaben machten, sind die Flexibilität in den Öffnungstagen und -zeiten der Geschäfte (durchgehende sowie sonntägliche Öffnungszeiten) vorteilhaft und begünstigen somit die Auswärtseinkäufe;

- Für 62,9% der Südtiroler Familien, die auswärts einkaufen, waren die Einkaufszentren das beliebteste Ziel für ihre Einkäufe. Die Einkaufszentren punkteten dabei vor allem mit einer günstigen Preisgestaltung, einem diversifizierten Angebot ähnlicher Produkte, die leichte Zugänglichkeit durch große Parkplätze sowie die zahlreichen Zusatzdienstleistungen innerhalb der Struktur (Verpflegungsmöglichkeiten, WC, Spielabteilung für die Kinder).
- In spezialisierten Fachgeschäften wurden bevorzugt Wohnungseinrichtungen und Hausrat, elektronische und elektrische Geräte aber auch andere Güter (darunter vor allem Hygieneartikel) gekauft. Direkt beim Hersteller sowie im Großhandel wurden bevorzugt Lebensmittel erworben, während über den Katalogverkauf hauptsächlich Bekleidung bestellt wurde. Neben der physischen Mobilität zeigten die Südtiroler Familien eine Neigung zum Onlinekauf vor allem von elektronischen und elektrischen Geräten sowie anderen Gebrauchsgütern wie CDs, Bücher usw.

4.2. Descrizione del contesto e della rete commerciale comunale.

4.2.1. Popolazione residente.

4.2. Beschreibung des Umfelds und des Gemeindehandelsnetzes.

4.2.1. Ansässige Bevölkerung.

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

La popolazione residente rappresenta la componente più importante della domanda e quindi è un indicatore assai rilevante per la spiegazione dell'evoluzione quantitativa della rete commerciale.

Il comune di Castelrotto presenta uno sviluppo della popolazione pressoché costante negli ultimi cinquantacinque anni, con una crescita particolarmente accentuata nell'ultimo quinquennio.

I dati sono contenuti nella **Tabella 2.** che sintetizza l'evoluzione demografica a livello comunale.

Al censimento 1951 il comune contava 4.035, mentre a quello del 1971 gli abitanti salgono già a quota 5.116, il 26,79% in più. Nel 1991 prosegue il trend di crescita: 5.591 abitanti, un balzo del 9,82% rispetto al riferimento precedente.

In confronto agli abitanti dell'intera provincia di Bolzano (440.638) nel 1991 i residenti nel comune di Castelrotto incidono per una percentuale dell' 1,268%.

Nell'ultimo decennio (1997-2006) si riscontra nuovamente un incremento della popolazione residente in misura maggiore nell'ultimo quinquennio, dove si passa dai 6.024 abitanti del 2002 ai 6.288 del 2006 pari ad una evoluzione del 4,38%, rispetto alla crescita del 1,48% sperimentata nel periodo 1997-2001.

Nel 2005 l'incidenza di Castelrotto sull'intera provincia di Bolzano (482.650 abitanti) sale di quasi mezzo decimo di percentuale, arrivando a contare l'1,294%. In sintesi, la dinamica demografica appare molto accentuata, ampiamente superiore rispetto a quella che ha caratterizzato, nell'analogo periodo, la provincia considerata nella sua interezza.

Dall'analisi di questi dati traspare come Castelrotto non abbia risentito di quel processo che, a partire dagli anni Sessanta, ha determinato il costante abbandono delle zone svantaggiate da parte della popolazione a favore di aree maggiormente urbanizzate ed a forte attrazione.

Al contrario ha visto aumentare negli ultimi quindici anni di circa il 13% la propria popolazione, una dinamica che certamente è legata alla vicinanza con Bolzano, comune a sua volta attrattivo e che porta molti soggetti pendolari o in mobilità a gravitare sullo stesso, anche giornalmente, ma che contestualmente, per problematiche connesse alla disponibilità ed al costo degli alloggi, spinge "naturalmente" a ricercare siste-

Die ansässige Bevölkerung ist die wichtigste Nachfragekomponente und stellt daher einen hinreichend wichtigen Indikator zur Erklärung der quantitativen Entwicklung des Handelsnetzes dar.

Die Gemeinde Kastelruth weist eine konstante Bevölkerungsentwicklung in den letzten fünf- und fünfzig Jahren auf, mit einer besonders deutlichen Zunahme in den letzten fünf Jahren.

Die Daten sind in der **Tabelle 2** enthalten, welche die Bevölkerungsentwicklung auf Gemeindeebene zusammenfasst.

Bei der Volkszählung von 1951 zählte die Gemeinde 4.035 Einwohner, bei jener von 1971 steigt die Zahl schon auf 5.116, das sind 26,79% mehr. 1991 setzt sich dieser Trend fort: 5.591 Einwohner, das sind 9,82% mehr im Vergleich zu vorher. Im Vergleich zur Bevölkerung auf Landesebene (440.638) im Jahre 1991 hat die in Kastelruth ansässige Bevölkerung einen Anteil von 1,268%.

Im letzten Jahrzehnt (1997 bis 2006) verzeichnet man einen neuerlichen Bevölkerungszuwachs, der in den letzten fünf Jahren stärker wurde. Die Bevölkerung stieg von 6.024 Einwohnern im Jahre 2002 auf 6.288 im Jahr 2006, was einem Wachstum von 4,38% entspricht, gegenüber 1,48% im Zeitraum 1997-2001.

Im Jahre 2005 trug Kastelruth 1,294% zur gesamten Wohnbevölkerung Südtirols (482.650 Einwohner) bei, was einem Zuwachs von fast einem halben Zehntelprozent bedeutet. Zusammenfassend erscheint die demografische Entwicklung sehr stark, weit über jener auf Landesebene, immer im selben Zeitraum

Aus der Analyse dieser Daten kann man ablesen, dass Kastelruth nicht jenen Prozess der Landflucht mitgemacht hat, der beginnend in den Sechzigerjahren, zu einer stetigen Abnahme der Bevölkerung in den benachteiligten Gebieten zugunsten der Städte geführt hat

Im Gegenteil, in den letzten fünfzehn Jahren hat die Bevölkerung im circa 13% zugenommen. Dies ist sicherlich auf die Nähe zu Bozen zurückzuführen, einer Gemeinde mit hoher Anziehungskraft für viele Personen, auch solche, die täglich pendeln, die aber gleichzeitig, aus Platz- oder Preisgründen der vorhandenen Wohnungen gezwungen sind, sich Kompromissunterkünfte zu suchen, auch in den Nachbargemeinden.

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

mazioni abitative di compromesso, anche in comuni vicini.

A livello di distribuzione della popolazione sul territorio comunale, si evidenzia come il comune si componga oltre ai due centri principali di Castelrotto e di Siusi di altre 10 frazioni.

Il territorio si potrebbe di fatto suddividere in tre distinte porzioni. La prima, che conta 3.180 residenti, con riferimento principale Castelrotto a cui si aggregano anche le frazioni di S.Michele, S.Valentino, Tisana, Alpe di Siusi (Bellavista), Tagusa e S.Osvaldo. La seconda, che somma 1.985 residenti, composta da Siusi e dalla frazione di S.Vigilio. La terza, nella quale risiedono 1.123 persone, comprendente le frazioni di Roncadizza, Oltretorrente e Bulla, ubicate in Val Gardena proprio a ridosso del centro abitato di Ortisei,

Ci si trova quindi di fronte ad una forte frammentazione degli agglomerati urbani e conseguentemente dei residenti, dato che ben otto frazioni su dieci contano meno di 400 abitanti, due registrano un valore tra 400 e 550 abitanti, e solo i centri principali di Siusi e Castelrotto si attestano nel range 1.500- 2.500 residenti.

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

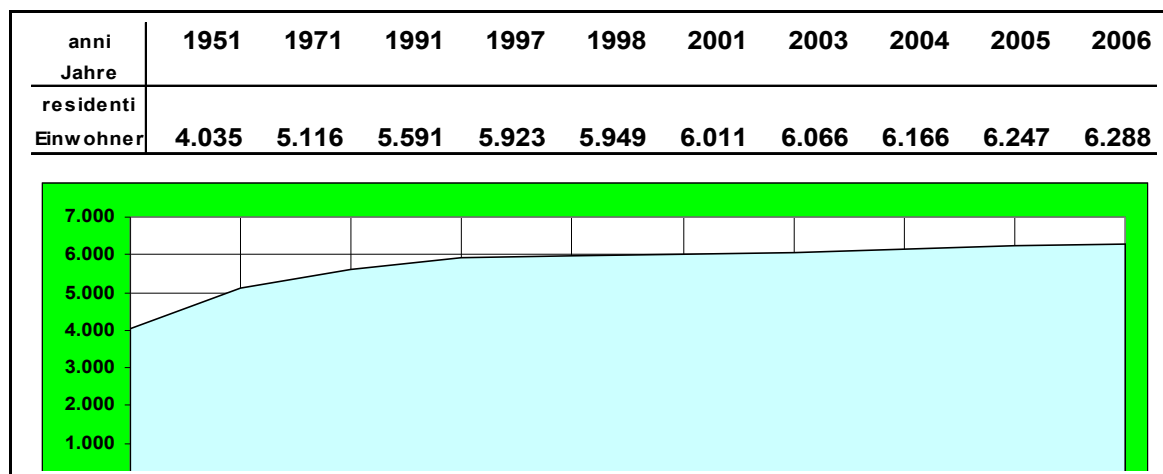
Was die Bevölkerungsverteilung auf dem Gemeindeterritorium anbelangt, sieht man, dass sich diese außer auf die zwei Hauptzentren Kastelruth und Seis auf 10 weitere Fraktionen verstreut.

In der Tat könnte man das Gebiet in drei Zonen unterteilen. Die Erste zählt 3.180 Einwohner mit dem Hauptort Kastelruth, an den sich die Fraktionen St. Michael, St. Valentin, Tisens, Seiseralp (Schöne Aussicht), Tagusens und St. Oswald angliedern. Die Zweite mit 1.985 Einwohnern, bestehend aus Seis und der Fraktion St. Vigil. Die Dritte mit 1.123 Personen, welche die Fraktionen Runggaditsch, Überwasser und Pufels umfasst. Diese befindet sich im Grödnertal, gleich am Ortszentrum von St. Ulrich.

Man befindet sich somit vor einer sehr starken Zersplitterung der Ansiedlungen und folglich der ansässigen Bevölkerung, da gut acht der zehn Fraktionen unter 400 Einwohner zählen, zwei haben zwischen 400 und 550 Einwohner, und nur die Hauptzentren Seis und Kastelruth haben zwischen 1500 – 2.500 Einwohner.

Tabelle 2 – Demografische Entwicklung auf Gemeindeebene (1951/2006)

Tabella 2 – Evoluzione demografica comunale (1951/2006)



4.2.2. Le presenze turistiche.

E' noto che in numerosi comuni la consistenza, ma anche la qualità della rete di vendita al dettaglio, trovano precisa spiegazione proprio nella

4.2.2. Tourismus.

Es ist bekannt, dass in vielen Gemeinden die Dichte – aber auch die Qualität – des Einzelhandelsnetzes gerade in der Nachfrage

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

domanda indotta dal turismo.

Siccome il fenomeno turistico presenta delle manifeste tendenze evolutive già nel breve periodo, si ritiene per scelta metodologica di limitare l'analisi statistica al quinquennio 2002-2006.

Sempre in chiave metodologica, la semplice trasformazione delle presenze turistiche in unità equivalenti di popolazione residente, sulla base dell'ipotesi che 365 presenze turistiche equivalgano ad un abitante residente, rappresenta una grossolana approssimazione dell'impatto del turismo sul commercio al dettaglio.

Infatti, quando la presenza turistica è associata ad una struttura alberghiera, l'impatto sulla domanda di generi alimentari al dettaglio è ridotto.

Diverso il ragionamento per un turista che soggiorni in strutture extra - alberghiere, in particolare nelle seconde case.

Inoltre, la domanda di generi non alimentari attivata dalle presenze turistiche (sia alberghiere che non) si differenzia rispetto a quella di un residente, sia per l'entità della spesa attivata, che per le merceologie preferite.

Infine, la domanda commerciale indotta dal turismo presenta una diversa distribuzione temporale rispetto a quella del residente.

Per effetto di quanto espresso l'equazione per ricondurre a presenze stanziali le presenze turistiche complessive presenta rilevanti limiti. In tal senso la formula econometrica elaborata negli Indirizzi provinciali considera tutte le limitazioni sopra esposte ed individua un parametro cui rapportare il dato - oggettivo - riferito alle presenze turistiche rilevate, e ciò al fine del calcolo del TM.

Dai dati riportati nella **Tabella 3** si rileva fin da subito come Castelrotto sia un comune ad alta vocazione turistica potendo contare nel 2006 su cinquantacinque strutture ricettive alberghiere e su un numero considerevole (194) di extralberghiere, ed arrivando a registrare complessivamente 65.706 arrivi e 394.836 presenze.

Il comparto alberghiero, certamente meno influente dal punto di vista dei consumi effettivi

des Tourismus eine Erklärung findet.

Nachdem das touristische Phänomen auch in kurzen Zeiträumen starken Tendenzschwankungen unterliegen kann, beschränkt man sich auf eine fünfjährige statistische Analyse für die Jahre 2002-2006.

Als methodologischer Schlüssel, ist es in erster Linie erforderlich, die Zahl der Touristen in entsprechende Einwohner-Einheiten umzuwandeln, wobei davon ausgegangen wird, dass auf einen Einwohner 365 Touristen kommen; nur so lässt sich eine annähernde Prognose im Hinblick auf die Auswirkungen der Touristen auf den Handel erstellen.

Wenn nämlich der Tourismus an Hotelstrukturen gekoppelt ist, sind die Auswirkungen im Lebensmittelbereich eher unerheblich.

Anders sieht es dagegen im Fall von Touristen aus, die außerhalb der Hotelstrukturen übernachten, im besonderen in Ferienhäusern.

Überdies unterscheidet sich die Nachfrage der Touristen (sowohl Hotelgäste als auch andere) im Nichtlebensmittelbereich ebenfalls von jener der ansässigen Bevölkerung, sowohl im Hinblick auf das Ausmaß der Einkäufe als auch die bevorzugten Waren.

Die durch den Fremdenverkehr entstehende Nachfrage unterscheidet sich ferner durch zeitliche Faktoren von jener der Einwohner.

Nach dem oben Gesagten, sind der Gleichstellung von ständigen Einwohnern mit Touristen erhebliche Grenzen gesetzt. In diesem Sinne berücksichtigt die in den Landesplanungsrichtlinien ausgearbeitete ökonomische Formel die oben erklärten Einschränkungen und legt einen Parameter fest, mit dem die - objektiven - Daten bezüglich Nächtigungen von Touristen in Beziehung gesetzt werden, um die HG errechnen zu können.

Von den Daten in der **Tabelle 3** kann man sofort ablesen, dass Kastelruth eine sehr tourismusintensive Gemeinde ist. Es gab im Jahr 2006 fünfundfünfzig gastgewerbliche Beherbergungsbetriebe und eine hohe Zahl (194) nicht gastgewerbliche Betriebe mit insgesamt 65.706 Ankünften und 394.836 Nächtigungen.

Der gastgewerbliche Sektor, der aus Sicht der

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

sulla rete commerciale al dettaglio di Castelrotto, risulta essere quello predominante assorbendo da solo ben l'81,61% degli arrivi ed un valore leggermente inferiore, ma sempre estremamente importante, di presenze: 77,40%.

Nel periodo considerato (2002-2006) si osserva a livello globale un trend in continua crescita sia degli arrivi che delle presenze, con uno sviluppo di queste ultime maggiore nel settore alberghiero che si contrappone ad una leggera flessione in quello extralberghiero.

Nel complesso l'incremento maggiore viene registrato negli arrivi (+23,28%) anche se quello delle presenze non è trascurabile (+6,78%).

Ciò dimostra come la tendenza delle "vacanze brevi" si stia consolidando anche nel comune di Castelrotto, passando i giorni medi di soggiorno da 6,93 del 2002 a 6,00 del 2006. Le 394.836 presenze complessive del 2006 corrispondono a 1.081 unità di consumo (totale presenze diviso 365).

Come si può evincere dalla **Tabella 4**, tale valore porta ad individuare una "componente turistica della domanda" pari al 14,67%: 1.081 unità di consumo turistiche su 7.369 unità di consumo complessive (6.288 residenti e, appunto, 1.081 unità di consumo turistiche) a dimostrazione della forte vocazione turistica di Castelrotto.

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

effektiven Ausgaben sicherlich weniger Einfluss auf das Einzelhandelsnetz von Kastelruth hat, ist allerdings dominierend mit gut 81,61% der Ankünfte und einen leicht niedrigeren Wert, der aber immer noch extrem bedeutend ist, an Nächtigungen: 77,40%.

Im Beobachtungszeitraum (2002-2006) bemerkt man einen kontinuierlich ansteigenden Gesamttrend, sei es bei den Ankünften als auch bei den Nächtigungen. Die Entwicklung bei den Nächtigungen ist stärker im Hotelsektor im Gegensatz zum nicht gastgewerblichen Sektor mit einem leichten Rückgang.

Insgesamt verzeichnet man den stärksten Zuwachs bei den Ankünften (+23,28%), auch wenn jener bei den Nächtigungen (+6,78%) nicht unerheblich ist.

Dies beweist die Tendenz zum „Kurzurlaub“ auch in der Gemeinde Kastelruth. Die durchschnittlichen Aufenthaltstage ändern sich von 6,93 im Jahr 2002 auf 6,00 im Jahr 2006. Die 394.836 Gesamtnächtigungen im Jahr 2006 entsprechen 1.081 Konsumeinheiten (Nächtigungen geteilt durch 365).

Wie man aus der **Tabelle 4** ersieht, ergibt dieser Wert eine „touristische Nachfragekomponente“ von 14,67%: 1.081 touristische Konsumeinheiten zu 7.369 Gesamteinheiten (6.288 Einwohner und eben 1.081 touristische Einheiten) als Beweis für die Tourismusstärke der Gemeinde Kastelruth.

Tabelle 3 – Touristische Nächtigungen in der Gemeinde (2002-2006)

Tabella 3 – Presenze alberghiere comunali (2002-2006)

JAHRE/ANNI	2002	2003	2004	2005	2006
GEWERBL. NÄCHTIGUNGEN/PRESENZE ALBER.	276.719	289.244	296.101	300.230	305.617
NICHT GEWERBL. NÄCHT./PR. EXTRAL.	93.019	80.425	80.774	91.688	89.219
GESAMTNÄCHTIGUNGEN/TOT. PRES.	369.738	369.669	376.875	391.918	394.836

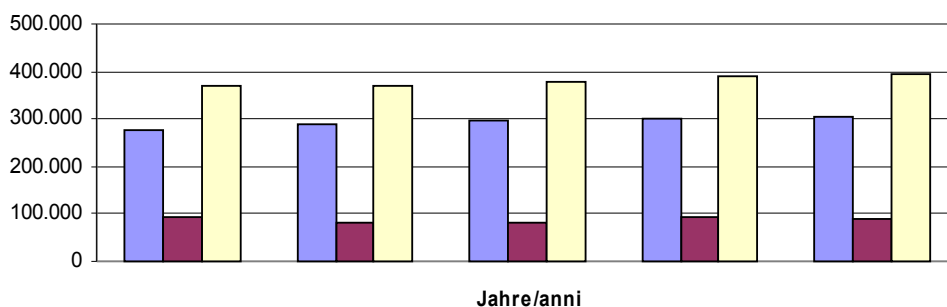


Tabelle 4 – Touristische Nachfragekomponente auf Gemeindeebene (2006)

Tabella 4 – Componente turistica della domanda a livello comunale (2006)

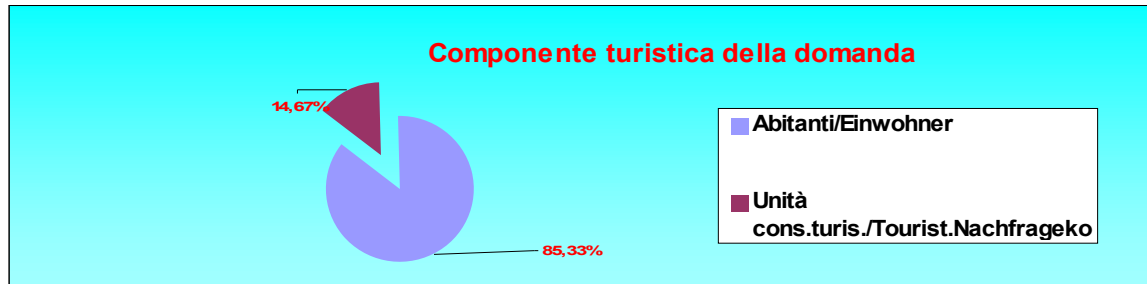
Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Abitanti/Einwohner	6288
Unità cons.turis./Tourist.Nachfragekomp.	1081
Tot.Un.Cons./Gesamteinheiten	7369



4.2.3. I flussi degli acquirenti in mobilità sul territorio.

Una ulteriore componente della domanda commerciale al dettaglio cattura l'effetto dei flussi di acquirenti in mobilità sul territorio.

A tale riguardo assumono particolare rilievo:

- la mobilità per lavoro in quanto fattore non occasionale ma sistematico di gravitazione commerciale;
- la componente della domanda dovuta ad acquirenti occasionali, anche se difficile da quantificare;
- i flussi di domanda commerciale, attratti o sottratti, delle aree limitrofe, per convenienza, particolarità dell'assortimento locale, e così via.

La statistica provinciale consente di individuare i flussi di pendolari per lavoro, in funzione del luogo di provenienza e di destinazione. Ciò rende possibile una verifica mediante stima econometrica dell'impatto del flusso netto di pendolari sulla domanda commerciale.

Gli effetti sul commercio della mobilità degli studenti, dei turisti e dei residenti in mobilità occasionale vengono invece trascurati per l'impossibilità di specificare i flussi corrispondenti sulla base delle statistiche disponibili.

Non vengono inoltre considerati i flussi di domanda commerciale, attratti o sottratti, dalle aree limitrofe, per effetto della forza di gravitazione dell'apparato commerciale locale, che varia in modo inversamente proporzionale al cre-

4.2.3. I flussi degli acquirenti in mobilità sul territorio.

Eine weitere Nachfragekomponente im Einzelhandel betrifft den Durchgangsverkehr.

Diesbezüglich ist von besonderer Bedeutung:

- Die arbeitsbedingte Mobilität, da sie nicht einen gelegentlichen, sondern einen konstanten Faktor darstellt;
- Die Komponente der Nachfrage in Zusammenhang mit Gelegenheitskäufen, auch wenn schwer zu erheben;
- Käuferstrom in Richtung bzw. aus den angrenzenden Gebieten, bedingt durch preisliche Vorteile oder ein spezielles Sortiment, usw.

Anhand der Statistiken des Landes lassen sich die Pendlerströme (Arbeitspendler) nach Herkunfts- und Zielort ermitteln. Dadurch lässt sich über eine ökonometrische Schätzung die Wirkung des Nettoflusses der Pendler auf die Nachfrage feststellen.

Die Auswirkungen der Mobilität der Schüler und Studierenden, der Touristen und Personen, die sich gelegentlich im Durchgangsverkehr befinden, werden dagegen weniger stark berücksichtigt, da es nicht möglich ist, den effektiven Strom anhand der vorliegenden Daten zu ermitteln.

Ebenso wenig wird der Käuferstrom in Richtung bzw. aus den angrenzenden Gebieten in Betracht gezogen, aufgrund der Attraktivität des lokalen Handelsnetzes, die umgekehrt proportional zur steigenden Entfernung zum betrachteten

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

scere della distanza dal centro considerato di attrazione.

Zentrum von Interesse wirkt.

Il più recente dato di sintesi, rilevato dall'ASTAT nel 2004, è di seguito riportato.

Der aktuellste, vom ASTAT im Jahr 2004 erhobene, zusammengefasste Wert ist folgender:

Saldo pendolarismo 2004 = -301

Saldo Pendlerströme 2004 = -301

Risultando **Castelrotto** comune di tipo inferiore o periferico la risultanza suesposta riveste un rilevante significato metodologico.

Da **Kastelruth** als kleine oder periphere Gemeinde eingestuft ist, hat das obengezeigte Ergebnis eine wichtige methodologische Bedeutung.

Infatti il dato riferito al pendolarismo ha ricadute dirette sulla superficie commerciale complessivamente stimata (Ss), rientrando nella formula che serve a definire la stessa.

Der die Pendlerströme betreffende Wert hat direkten Einfluss auf die geschätzte Gesamtverkaufsfläche (Ff), da sie ein Teil der Formel zur Ermittlung derselben ist.

A sua volta il valore riferito alla superficie commerciale complessivamente stimata si applica, nei comuni fino a 10.000 abitanti, per la verifica dell'adeguatezza o meno dell'offerta commerciale effettiva.

Weiters wird der Wert Ff in den Gemeinden unter 10.000 Einwohnern angewandt, um die Angepasstheit des effektiven Handelsangebotes zu überprüfen (Fe).

Operando una brevissima analisi in serie storica, si vede come Castelrotto abbia sempre registrato un saldo del pendolarismo negativo con un andamento però altalenante. Se nel 1996 esso era pari a -325, nel 2001 era peggiorato a -402, con un incremento negativo del 23,6%. Dall'ultimo dato disponibile (-301 nel 2004) si denota dunque invece una consistente regressione, persino al di sotto dei livelli di 7 anni prima.

Aus einer kurzen geschichtlichen Analyse sieht man, dass der Pendlersaldo in Kastelruth immer negativ war, die Entwicklung jedoch schwankte. Während er 1996 -325 betrug, verschlechterte er sich bis zu einem Saldo von -402 im Jahr 2001, eine negative Steigerung von 23,6%. Aus den letzten verfügbaren Daten (-301 im Jahr 2004) kann man hingegen einen beträchtlichen Rückgang feststellen, sogar unter die Werte von 7 Jahren zuvor.

Confrontando tale dato con quello del trend della popolazione dello stesso periodo (+4,1 1997-2004) si può trarre la conclusione che si sta proporzionalmente riducendo nel corso degli ultimi anni la percentuale di residenti che si trasferisce per motivi di lavoro in altri comuni.

Wenn man diesen Wert mit jenem der demografischen Entwicklung im gleichen Zeitraum (+4,1 1997-2004) vergleicht, kann man daraus folgern, dass im Laufe der letzten Jahre der Prozentsatz der Bevölkerung, der aus Arbeitsgründen in andere Gemeinden pendelt, proportional geringer wird.

4.2.4. La rete commerciale comunale.

4.2.4. Das Handelsnetz der Gemeinde.

Il **Punto 5.2** degli **Indirizzi** riporta che "le scelte di programmazione delle amministrazioni co-

Der **Punkt 5.2** der **Richtlinien** weist darauf hin, dass „Die Programme der Gemeinde-

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

munali si esprimono in un piano (...) elaborato in conformità a uno studio preliminare delle caratteristiche e dell'evoluzione dell'offerta e della domanda commerciale in termini sia quantitativi che qualitativi. Lo studio preliminare è finalizzato a chiarire gli effetti sul commercio della evoluzione della popolazione, della domanda turistica, della mobilità sul territorio e della gravitazione commerciale esercitata dagli altri comuni...".

Il primo passo compiuto da **Studio Associato Giovanelli**, con la preziosa collaborazione degli Uffici comunali, è stato alla luce di quanto espresso, la **rilevazione puntuale della rete commerciale esistente nel comune**, con un'analisi disaggregata per:

- piccole, medie e grandi strutture di vendita al dettaglio;
- settore merceologico (alimentare, non alimentare, tabelle speciali);
- localizzazione.

Innanzitutto si opera una analisi in trend storico prendendo in considerazione un lasso temporale sufficientemente significativo che va dal 1998 al 2006.

Con riferimento all'evoluzione **numerica** complessiva degli esercizi di Castelrotto, a fine 2006 (111 esercizi) si rileva una rete commerciale sostanzialmente stabile sia rispetto ai dati del 1998 (109) che a quelli del 2001 (119).

Nell'intero periodo 1998/2006 nel comune il saldo fra attivazioni e cessazioni risulta dunque positivo per 2 unità.

Sotto l'aspetto delle **superfici di vendita** invece si denota un costante e continuo incremento. La superficie comunale complessiva ammontava a 6.516 m² nel 1998, mentre 3 anni dopo si era incrementata già del 7,4% risultando pari a 7.000 m². Il dato 2006 vede Castelrotto ulteriormente sviluppato registrando ben 7.468 m² di superficie di vendita, con un aumento del 14,6% rispetto al dato del 1998.

Per effetto della dinamica riferita ai due valori sopra esposti, vale a dire la trascurabile modifica della numerica degli esercizi da un lato e l'evoluzione delle superfici di vendita complessive dall'altro, la superficie media netta per singola attività di Castelrotto risulta in crescita, ma si attesta sempre su valori molto contenuti.

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

verwaltungen in Form eines kommunalen Handelsplans vorgelegt werden, der in Anlehnung an eine Vorab-Studie über die Charakteristiken und die Entwicklung der Nachfrage sowohl im qualitativen als auch im quantitativen Sinne erarbeitet wird. Diese Studie soll die Auswirkungen der Bevölkerungsentwicklung, des Tourismus, der Mobilität sowie der Einzugsbereiche (...) angrenzender Gemeinden klären".

Der erste Arbeitsschritt des Studio **Associato Giovanelli** war, mit der wertvollen Hilfe der Gemeindeämter, die **genaue Erhebung des lokalen Einzelhandelsnetzes**, mit einer zusätzlichen Analyse unterteilt nach:

- Kleinen, mittleren und Großverteilungsbetrieben;
- Warenssektor (Lebensmittel, Nichtlebensmittel, Sondertabellen);
- Standort.

Vor allem wird eine Analyse des zeitlichen Trends durchgeführt, indem man einen genügend aussagekräftigen Zeitraum von 1998 bis 2006 zu Grunde legt.

In Bezug auf die Entwicklung nach Gesamtanzahl der Betriebe in Kastelruth Ende 2006 (111 Betriebe) sieht man, dass das Handelsnetz im Vergleich zu den Daten von 1998 (109) und 2001 (119) substantiell stabil geblieben ist.

Im gesamten Zeitraum 1998/2006 ergibt sich somit zwischen Eröffnungen und Schließungen ein positiver Saldo von 2 Einheiten.

Unter dem Blickwinkel der **Verkaufsflächen** hingegen ist eine konstante und kontinuierliche Zunahme festzustellen. Die gesamte Verkaufsfläche auf Gemeindeebene betrug im Jahr 1998 6.516 m², 3 Jahre später war sie bereits um 7,4% gestiegen und betrug somit 7.000 m². Der Wert von 2006 zeigt eine weitere Entwicklung auf 7.468 m² Verkaufsfläche, mit einer Zunahme von 14,6% im Vergleich zu den Daten von 1998.

Aufgrund der Entwicklung der beiden oben genannten Werte, auf der einen Seite der zu vernachlässigende Anstieg der Betriebsanzahl und auf der anderen Seite die Entwicklung der Gesamtverkaufsfläche, ergibt sich ein Anstieg der Durchschnittsverkaufsfläche pro Betrieb in Kastelruth, wenn auch mit bescheidenen Werten.

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Le **superfici medie per esercizio** passano infatti dai 59,77 m² del 1998 ai 58,82 m² del 2001 per arrivare agli attuali 67,28 m², con trend di sviluppo nel lungo termine che segna un + 12,56% rispetto al dato di partenza.

Praticamente stabile nel periodo considerato la **media di esercizi in rapporto a 1000 residenti**, con parametro che passa da 18,32 del 1998 (valore medio-alto) a 17,65 esercizi ogni 1000 abitanti nel 2006.

La **superficie netta di vendita, sempre per 1000 abitanti**, parametro riassuntivo dello stato dell'offerta commerciale comunale, almeno in termini quantitativi, incrementa dai 1.095 m² di inizio periodo ai 1.187 m² attuali, con un + 8,3%.

Il valore è ben lontano rispetto a medie riferite ad ambiti territorialmente più estesi, che si attestano sui 1.500 m²/1000 residenti.

Questi ultimi due valori non sono comunque negativi perché indicano una offerta locale non particolarmente moderna, ma sufficientemente dimensionata come numerica, dove nel periodo considerato la rete commerciale è cresciuta in maniera superiore (14,6%) alla dinamica demografica (5,7%) e dove non si rileva una consolidata e consistente evasione di consumi di residenti verso altre realtà.

La **Tabella 5** di seguito esposta riporta l'evoluzione commerciale della rete comunale di vendita.

Die **durchschnittlichen Verkaufsflächen** pro Betrieb steigen von 59,77 m² im Jahr 1998 auf 58,82 m² im Jahr 2001, und erreichen den aktuellen Wert von 67,28 m². Dies bedeutet eine langfristige Zunahme von + 12,56% im Vergleich zum Ausgangswert.

Praktisch gleich bleibt im Untersuchungszeitraum die **durchschnittliche Anzahl an Betrieben pro 1000 Einwohner**, der Parameter bewegt sich von 18,32 im Jahr 1998 (mittel-hoher Wert) auf 17,65 Betriebe pro 1000 Einwohner im Jahr 2006.

Die **Nettoverkaufsfläche, immer gerechnet pro 1000 Einwohner**, als zusammenfassender Parameter des kommunalen Handelsangebotes, quantitativ gesehen, steigt von 1.095 m² zu Beginn des Untersuchungszeitraumes auf aktuell 1.187 m², das sind + 8,3%.

Der Wert ist weit entfernt im Vergleich zu den Durchschnittswerten bezogen auf größere Gebiete, die sich auf 1.500 m²/1000 Einwohner belaufen.

Die letzten beiden Werte sind jedoch nicht negativ, weil sie ein nicht allzu modernes lokales Handelsangebot zeigen, das aber von der Anzahl her ausreichend dimensioniert ist. Im Untersuchungszeitraum ist das Handelsnetz stärker gewachsen (14,6%) als die Bevölkerung (5,7%) und man kann keinen konsolidierten und konsistenten Kaufkraftabfluss von Einwohnern in andere Gebiete feststellen.

Die folgende **Tabelle 5** zeigt die Entwicklung des Gemeindehandelsnetzes auf.

Tabelle 5 – Entwicklung des kommunalen Handelsnetzes: Werte und Parameter (Zeit 1998-2006)
Tabella 5 – Evoluzione commerciale comunale: valori e parametri (periodo 1998-2006)

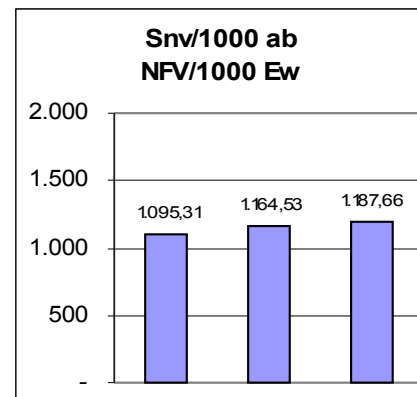
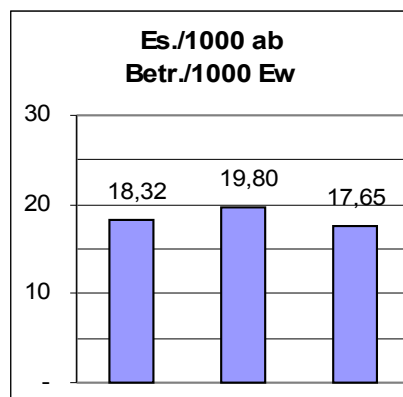
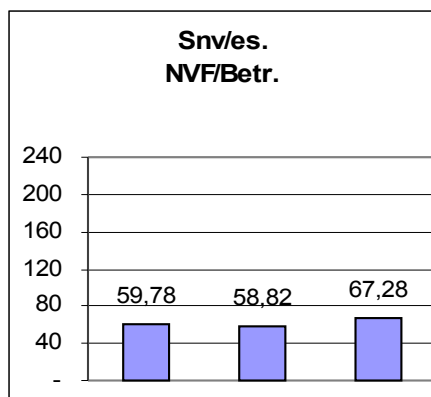
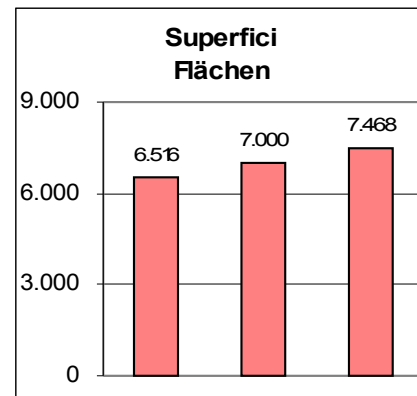
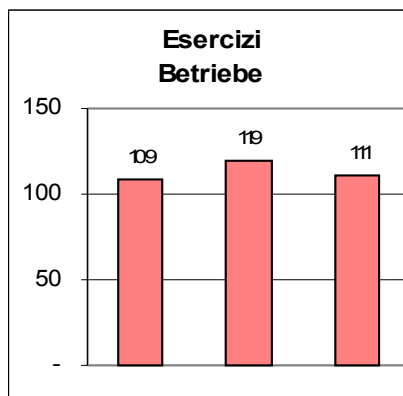
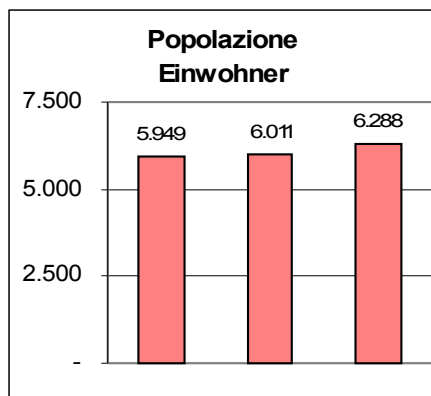
Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Anni	Residenti	Esercizi	Snv totale	Snv/es.	Es./1000 ab	Snv/1000 ab
Jahre	Einwohner	Betriebe	gesamte NVF	NVF/Betr.	Betr./1000 Ew	NVF/1000 Ew
1998	5.949	109	6.516	59,78	18,32	1.095,31
2001	6.011	119	7.000	58,82	19,80	1.164,53
2006	6.288	111	7.468	67,28	17,65	1.187,66



Entrando maggiormente nel dettaglio della rete commerciale di Castelrotto non si può non sottolineare come a livello di articolazione territoriale, numericamente essa si raggruppi nei 2 centri principali ovvero Castelrotto e Siusi:

- Castelrotto 49 esercizi (44,14% del totale);
- Siusi 41 esercizi (36,9%);
- Roncadizza 3 esercizi (2,7%);
- Alpe di Siusi 8 esercizi (7,2%);
- Oltetorrente 3 esercizi (2,7%);
- Telfen 3 esercizi (2,7%);
- S.Michele 2 esercizi (1,8%);
- Tisana 2 esercizi (1,8%);

Detti 2 centri, comprese le rispettive zone produttive, assorbono da soli l'82% della rete commerciale comunale, mentre fra gli altri centri solo all'Alpe di Siusi si riscontra una presenza commerciale rivolta però quasi esclusivamente al soddisfacimento delle esigenze della componente turistica della domanda.

Bei genauerer Betrachtung des Handelsnetzes von Kastelruth kann man nicht unterschlagen, dass sich dieses, in Bezug auf die räumliche Verteilung, auf die 2 Hauptzentren, nämlich Kastelruth und Seis, konzentriert:

- Kastelruth 49 Betriebe (44,14%);
- Seis 41 Betriebe (36,9%);
- Runggaditsch 3 Betriebe (2,7%);
- Seiseralm 8 Betriebe (7,2%);
- Überwasser 3 Betriebe (2,7%);
- Telfen 3 Betriebe (2,7%);
- St. Michael 2 Betriebe (1,8%);
- Tisens 2 Betriebe (1,8%);

Diese 2 Zentren, inbegriffen die dazugehörigen Gewerbebezonen, beinhalten allein 82% des Gemeindehandelsnetzes, während von den restlichen Zentren nur auf der Seiseralm Handelsbetriebe anzutreffen sind, die sich jedoch fast ausschließlich auf die Befriedigung der touristischen Nachfrage ausgerichtet haben.

Dieser Prozentsatz wird auch bei der Verkaufsfläche mehr als bestätigt, da sich im Zentrum

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Tale percentuale è più che confermata anche in termini di superfici di vendita, in quanto a Castelrotto centro (3.467 m²) e Siusi centro (2.902 m²) si colloca l'85% circa del totale comunale.

Si evidenzia dunque una rete commerciale molto concentrata sotto il profilo della localizzazione e decisamente poco attrattiva in termini di superfici di vendita. Infatti con ben 95 esercizi su 111 (pari ad una percentuale dell'85,59%) appartenenti alla classe del **vicinato**, che per Castelrotto comprende le strutture fino a 100 m² di superficie netta di vendita, la struttura commerciale risulta decisamente frammentata.

A tale densità ovviamente si associa una incidenza in termini di superficie ben più contenuta, posto che i medesimi esercizi di vicinato giustificano nel loro complesso poco più del 58% della superficie di vendita totale del comune.

Le **medie strutture** pesano per l'13,51% come numerica, ma più del doppio come superficie (33,54%).

Sempre analizzando le medie strutture si riscontra come sono presenti ben 12 esercizi che si collocano nella classe i superficie compresa tra i 101 e i 200 m², mentre solo 3 registrano una superficie tra i 200 ed i 400 m².

Tali dati sui negozi di medio dettaglio confermano ancora di più la frammentazione della rete commerciale costituita in prevalenza dal negozio merceologicamente specializzato, con un assortimento esiguo, piuttosto che dall'esercizio integrato per il quale invece gli assortimenti risultano essere più estesi e profondi.

Di esercizi attivi ricadenti nella dimensione delle **grandi strutture** di vendita a Castelrotto ne è presente solo uno che, per differenza, costituisce lo 0,9% del totale degli esercizi, ma conta per l'8% in termini di incidenza sulla superficie comunale.

La **Tabella 6** riassume l'articolazione della rete commerciale di **Castelrotto** per numero, superficie e classe dimensionale.

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

von Kastelruth (3.467 m²) und im Zentrum von Seis (2.902 m²) circa 85% der gesamten Gemeindeverkaufsfläche befinden.

Man sieht ein sehr konzentriertes Handelsnetz, was die Standorte betrifft und ein entschieden zu wenig anziehendes von der Verkaufsfläche her. In der Tat gehören 95 Betriebe von 111 (das sind 85,59%) zur Klasse der **Nahversorgungsbetriebe**. In Kastelruth sind das all jene mit einer Nettoverkaufsfläche bis zu 100 m². Die Handelsstruktur erscheint demnach ausgesprochen zersplittert.

Zu dieser Dichte gesellt sich logischerweise ein viel kleinerer Einfluss in Bezug auf die Verkaufsfläche, da ja ebendiese Nahversorgungsbetriebe insgesamt knapp über 58% der Gesamtverkaufsfläche auf Gemeindeebene stellen.

Die Anzahl der **mittleren Betriebe** beträgt 13,51%, aber mehr als das Doppelte bei der Verkaufsfläche (33,54%).

Bei der weiteren Analyse der mittleren Betriebe sieht man, dass es 12 Betriebe zwischen 101 und 200 m² Verkaufsfläche gibt, während nur 3 eine Verkaufsfläche zwischen 200 und 400 m² Verkaufsfläche aufweisen.

Diese Daten zu den mittleren Betrieben bestätigen einmal mehr die Zersplitterung des Handelsnetzes, vorwiegend bestehend aus spezialisierten Fachgeschäften mit spärlicher Auswahl, als vielmehr aus Kaufhausbetrieben, wo das Sortiment weiter und tiefer ist.

Von den aktiven Betrieben, welche in die Kategorie der **Großverteilungsbetriebe** fallen, gibt es in Kastelruth nur einen, der somit 0,9% der gesamten Betriebe darstellt, aber an der Gemeindeverkaufsfläche 8% Anteil zählt.

Die **Tabelle 6** stellt das Handelsnetz von **Kastelruth** nach Anzahl der Betriebe, der Verkaufsfläche und der Größentypologie dar.

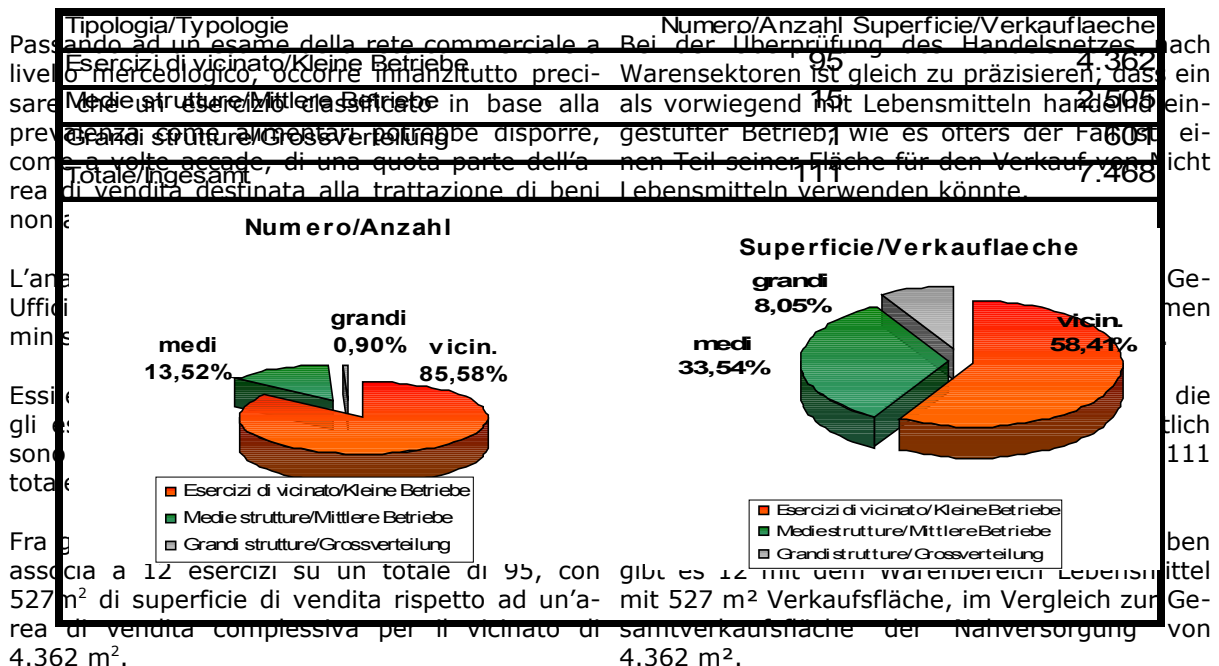
Tabelle 6 – aktuelles Handelsangebot nach Größentypologien
Tabella 6 – Offerta commerciale attuale per tipologia dimensionale

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)



Dunque l'87% circa sia in termini numerici che di superficie dei negozi di vicinato sono imputabili al settore Non Alimentare.

Anche fra le medie strutture di vendita si riscontra una netta predominanza degli esercizi Non Alimentari che incidono più sulla numerica (13 su 15 pari al 86,7%) che non per le superfici (422 m² su 2.505 pari al 83,16%).

L'unica grande struttura presente sul territorio comunale (601 m²) appartiene al settore Alimentari anche se, essendo un supermercato, ovviamente tratta anche prodotti del settore Non Alimentare (110 m²).

In conclusione, a livello complessivo il settore Alimentari pesa complessivamente per circa il 21% sul totale delle superfici commerciali, dato evidenziato nella **Tabella 7**.

Come già sottolineato sia i negozi di vicinato che le medie strutture fanno registrare un'incidenza analoga per quanto riguarda le superfici riferite alla trattazione di prodotti Alimentari (in un intorno del 15%).

La consistenza delle medie strutture assume notevole importanza in relazione alla possibilità di ripartire la superficie disponibile per le stesse calcolata col metodo del TM fra i due settori merceologici, mantenendo o meno la costanza del rapporto.

Folglich sind circa 87% der Anzahl als auch der Verkaufsfläche der Nahversorgungsbetriebe dem Warenbereich Nicht Lebensmittel zuzuordnen.

Auch unter den mittleren Betrieben findet man ein klares Übergewicht an Nicht Lebensmittel Betrieben, die mehr Anteil an der Anzahl (13 von 15 gleich 86,7%) als an den Verkaufsflächen (2.083 von 2.505 gleich 83,16%) haben.

Der einzige Großverteilungsbetrieb auf Gemeindegebiet (601 m²) gehört zum Warenbereich Lebensmittel, auch wenn er, da es sich um einen Supermarkt handelt, logischerweise auch Produkte des Nicht Lebensmittel Bereichs (110 m²) verkauft.

Abschließend und zusammenfassend beträgt der Anteil des Lebensmittelbereichs circa 21% der Gesamtverkaufsfläche, wie in der **Tabelle 7** dargestellt.

Wie bereits unterstrichen wurde, haben sowohl die Nahversorgungsbetriebe als auch die mittleren Betriebe denselben Anteil an der Verkaufsfläche für den Handel von Lebensmitteln (um die 15%).

Der Bestand an mittleren Betrieben erfährt beträchtliche Bedeutung in Bezug auf die Aufteilungsmöglichkeit der verfügbaren Fläche für ebendiese Verkaufsstrukturen, berechnet mit der Methode der HG, auf die beiden Warenbereiche, unter Beibehaltung oder Abänderung des bestehenden Verhältnisses.

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Ribadendo quanto già espresso si potrebbe procedere ad un riparto proporzionale alle superfici oggi esistenti, ma ci si potrebbe anche discostare da tale "proporzione".

Il riparto delle superfici di vendita per ciascuno dei due settori merceologici e limitatamente alle medie strutture esistenti è riportato nella successiva **Tabella 8**.

Wie schon gesagt, könnte man eine proportionale Aufteilung bezogen auf die bestehenden Flächen machen, aber man könnte auch von diesem „Verhältnis“ abweichen.

Die Aufteilung der Verkaufsflächen nach Warenssektor, beschränkt auf die mittleren Verkaufsstrukturen, ist in der **Tabelle 8** dargestellt.

Tabelle 7 – Handelsangebot nach Größentypologien und Warenssektoren

Tabella 7 – Offerta commerciale per tipologia dimensionale e settore merceologico

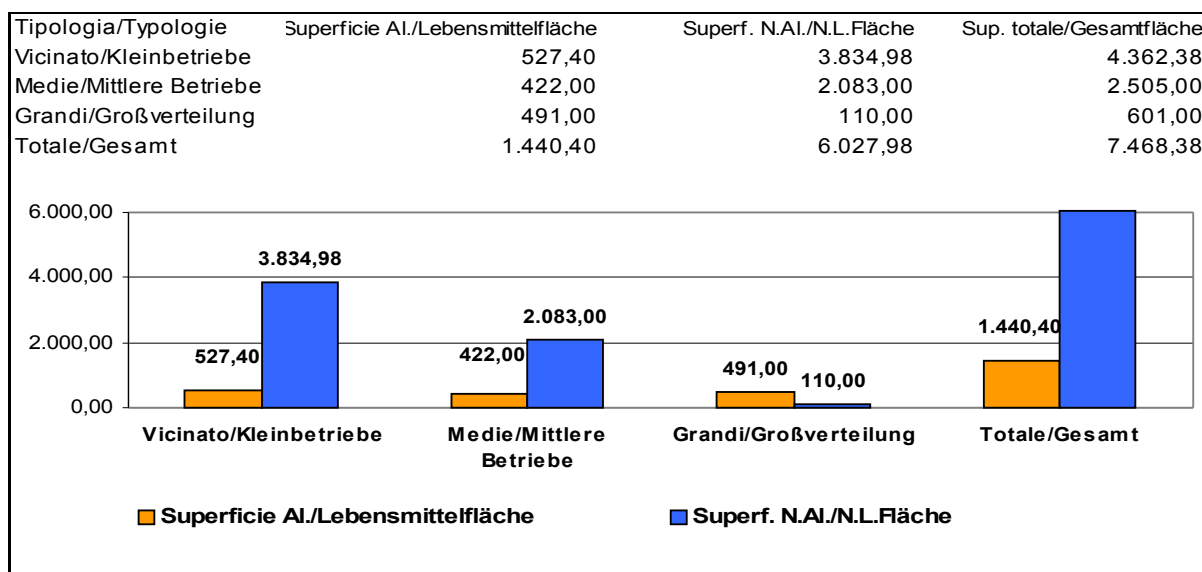
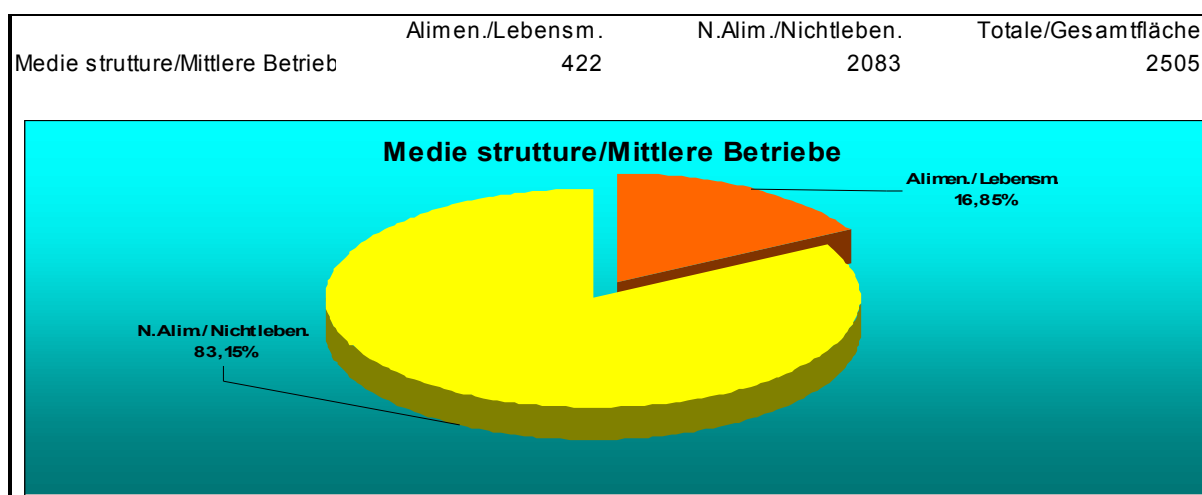


Tabelle 8 – Aufteilung der Verkaufsflächen der mittleren Betriebe nach Warenssektor

Tabella 8 – Riparto superfici di vendita delle medie strutture esistenti per settore merceologico



4.2.5. Valutazioni qualitative

4.2.5. Qualitative Einschätzungen

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Al fine di considerare nel corso dell'elaborazione del presente atto le esigenze delle varie componenti della cittadinanza nel modo più completo possibile (associazioni dei commercianti, dei consumatori, e così via), il Comune di Castelrotto ha inteso avviare un'operazione "ascolto".

Ciò per garantire che stesura e redazione del Piano, ovviamente nel pieno rispetto di quanto previsto dai criteri di programmazione fissati dalla Provincia Autonoma di Bolzano, fossero predisposti tenendo conto in modo puntuale dei diversi interessi "in gioco", nell'ambito ovviamente delle caratteristiche della struttura commerciale esistente.

Lo scopo della fase di "concertazione" attuata è stato quello di arrivare, con l'apporto consulenziale e la funzione di "garante" svolta da **Studio Associato Giovanelli**, alla individuazione di precise linee di sviluppo per il commercio al dettaglio locale.

Nel corso degli incontri avutisi con l'Assessore competente, con il Sindaco, nonché con gli Uffici comunali, è stata puntualmente ricostruita l'evoluzione fino all'attuale struttura distributiva a posto fisso del comune.

Queste alcune considerazioni riferite al comune di **Castelrotto**:

- si rileva una rete commerciale composta quasi esclusivamente da esercizi di **vicinato** e con una superficie media (67,28 m²) che complessivamente denota scarsa modernità dei propri negozi, i quali non sono in grado di svolgere, se valutati a sé stante, un ruolo di attrattori;
- l'offerta si associa ad esercizi poco dimensionati essendo la rete distributiva del comune estremamente frammentata, con predominanza di merceologie non alimentari, spesso con un mix merceologico che tende a "sovrapporsi". Per il settore Alimentari però sono presenti alcuni negozi "specializzati" (frutta e verdura, macelleria, panificio);
- nel riparto delle superfici fra le due diverse merceologie di vendita (sia vicinato che medie strutture pesano all'incirca in modo simile come superfici destinate all'alimentare e cioè nel 15% circa) la rete commerciale di Castelrotto si attesta su valori inferiori a quelli provinciali. La presenza dell'unico supermercato aventi dimensioni di grande struttura, riuscendo ad offrire un discreto livello di assortimen-

Um im Laufe der Ausarbeitung des vorliegenden Dokumentes möglichst die Bedürfnisse der verschiedenen Teile der Bevölkerung berücksichtigen zu können (Verbände der Kaufleute, der Konsumenten, usw.), hat die Gemeinde Kastelruth eine „Befragungsaktion“ durchgeführt.

Dies um zu gewährleisten, dass die Erstellung und Abfassung des Planes, selbstverständlich unter Beachtung der Programmierungskriterien der Provinz Bozen, unter genauer Berücksichtigung der verschiedenen Interessen umrissen und realisiert wird, aber basierend auf der bestehenden Handelsstruktur.

Der Grund für die „Anhörungen“ war der, mit der beratenden Unterstützung und der Funktion als „Garant“ des **Studio Associato Giovanelli**, zur Bestimmung von genauen Entwicklungslinien für den lokalen Einzelhandel zu kommen.

Im Laufe der durchgeführten Treffen mit dem zuständigen Referenten, mit dem Bürgermeister und den Gemeindeämtern, wurde die Entwicklung und die aktuelle Verteilerstruktur des fixen Einzelhandels der Gemeinde genau erhoben. Hier einige Bemerkungen in Bezug auf die Gemeinde Kastelruth:

- Man sieht ein Handelsnetz bestehend fast ausschließlich aus **Nahversorgungsbetrieben** und mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche (67,28 m²), das insgesamt eine unzureichende Modernität der eigenen Geschäfte ausdrückt, die für sich betrachtet, nicht in der Lage sind, Anziehungskraft auszuüben;
- Das Angebot wird von kleinen Betrieben bereitgestellt, in einem extrem zersplitterten Gemeindehandelsnetz, mit einer Vorherrschaft von Nicht-Lebensmittelwaren, oft mit einem Warenmix, der zu „Überschneidungen“ tendiert. Im Lebensmittelbereich bestehen einige „spezialisierte“ Geschäfte (Obst und Gemüse, Metzgerei, Bäckerei);
- Bei der Aufteilung der Verkaufsflächen zwischen den beiden Warenbereichen (wobei die Nahversorgungsbetriebe als auch die mittleren Betriebe denselben Anteil an der Verkaufsfläche für den Handel von Lebensmitteln u.z. um die 15% haben) ist das Gemeindehandelsnetz unter den Landeswerten. Das Vorhandensein des einzigen großen Supermarktes mit einem befriedigenden Sortiment gleicht die Situation teilweise aus;
- Das Angebot erscheint gerade ausreichend, aber unter dem Landesdurchschnitt, sei es

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

to. riequilibra parzialmente la situazione;

- l'offerta appare appena sufficiente, ma ancora sotto la media provinciale, sia come densità di punti vendita rispetto ai residenti (17,65 ogni 1.000 residenti), sia come superfici di vendita (1.187 m²) sempre in rapporto agli abitanti. Solo quest'ultimo valore appare in sviluppo mentre il primo rapporto si dimostra stabile;
- la stabilità nella numerica degli esercizi lungo il periodo considerato, che si accompagna ad una crescita delle superfici complessive a livello comunale, individua l'inizio, sebbene molto lento, di un processo teso allo sviluppo della concentrazione;
- l'analisi consente di rilevare due distinti poli di attrazione commerciale nei centri di Castelrotto e di Siusi dove si concentrano la stragrande maggioranza degli esercizi: i 90 esercizi ivi presenti, di cui un buon 85% ubicati all'interno dei due centri storici, rappresentano l'82% dell'intera rete commerciale;
- in particolare a Castelrotto le attività commerciali ricadono quasi per intero all'interno della cerchia del centro storico urbanisticamente inteso. Esso risulta facilmente accessibile anche in considerazione della buona dislocazione delle aree parcheggio poste al suo servizio. Queste ultime paiono leggermente sottodimensionate rispetto ai picchi di flusso rappresentato in stagione dalla componente turistica della domanda;
- a Siusi le attività commerciali, oltre che trovare collocazione nel centro storico, sono in parte distribuite lungo l'asse viario rappresentato dalla Strada Provinciale n. 24, che nell'attraversamento dell'abitato va a disegnare proprio il confine est del centro storico. Meno favorevoli rispetto a Castelrotto appaiono posizionamento e dimensionamento dei parcheggi a servizio del centro storico;
- la porzione di territorio relativa alle frazioni di Roncadizza, Oltretorrente e Bula commercialmente risentono negativamente della estrema vicinanza ad Ortisei ed alla sua rete distributiva;
- le attività commerciali sono relativamente consolidate e generalmente a conduzione familiare. In alcuni casi si è verificato un "ricambio generazionale";
- i commercianti non sono organizzati e non operano come un unicum. Quasi assenti iniziative concertate fra operatori com-

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

was die Dichte der Verkaufspunkte im Verhältnis zu den Einwohnern (17,65 pro 1.000 Einwohner) betrifft, als auch was die Verkaufsfläche (1.187 m²) im Verhältnis zu den Einwohnern betrifft. Dieser letzte Wert entwickelt sich, während sich der erste als stabil erweist;

- Die Stabilität bei der Betriebsanzahl im Untersuchungszeitraum zusammen mit einer Zunahme der gesamten Verkaufsflächen auf Gemeindeebene lässt den Beginn, wenn auch langsam, eines Konzentrationsprozesse erkennen;
- Die Analyse erlaubt es, zwei getrennte Handelsanziehungspole in den Ortszentren von Kastelruth und Seis festzustellen, wo sich die Mehrheit der Handelsbetriebe konzentrieren: 90 dort vorhandene Betriebe, von denen gut 85% in den beiden historischen Zentren angesiedelt sind, stellen 82% des gesamten Handelsnetzes dar;
- Im Besonderen sind in Kastelruth die Handelstätigkeiten fast ausschließlich im Kreis des historischen Ortskerns, urbanistisch gesehen, zu finden. Der Ortskern ist leicht erreichbar, auch weil die Parkplätze, die ihn bedienen, sehr gut platziert sind. Diese erscheinen leicht unterdimensioniert im Verhältnis zu den Verkehrsspitzen in der Hochsaison, die von der touristischen Nachfragekomponente verursacht werden;
- In Seis befinden sich die Handelstätigkeiten außer im historischen Ortszentrum, auch teilweise entlang der Landesstraße Nr. 24, die mit der Durchquerung des Wohngebietes auch die östliche Grenze des historischen Ortszentrums bildet. Im Vergleich zu Kastelruth erscheinen die Positionierung und die Dimensionierung der das Ortszentrum bedienenden Parkplätze weniger günstig;
- Die Gemeindegebiete mit den Fraktionen Runggaditsch, Überwasser und Pufels leiden handelstechnisch gesehen unter der Nähe von St. Ulrich und seines Handelsnetzes;
- Die Handelsbetriebe sind relativ gefestigt und werden im allgemeinen als Familienunternehmen geführt. In einigen Fällen zeigt sich ein „Generationswechsel“;
- Die Kaufleute sind nicht organisiert und handeln nicht wie ein Subjekt. Es gibt fast keine gemeinsamen Initiativen zwischen den Kaufleuten, welche ihre Tätigkeit mit Events u/o Veranstaltungen, die Anziehungskraft für den Ort erzeugen, unterstützen;

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

merciali che consentano di promuovere le loro attività con eventi e/o manifestazioni in grado di esercitare attrazione in loco;

In sintesi si evidenzia come la rete locale sia, dal punto di vista statistico poco attrattiva verso consumatori di comuni vicini, strutturata in molti casi più a soddisfacimento della componente turistica della domanda che non su quella residenziale.

Anche per questo motivo si riscontra la carenza di strutture relative al grande dettaglio, in grado di generare autonoma attrattività sui consumatori, anche ricadenti in aree gravitazionali estese. Una minaccia rilevante per l'offerta locale è di natura territoriale ed attiene alla vicinanza con centri commercialmente più importanti (Bolzano in primis, ma anche Ortisei con specifico riferimento alle frazioni di Roncadizza, Oltretorrente e Bula).

Lo stesso pendolarismo, con saldo negativo, influisce in questo.

Risulta poi evidente che l'offerta non appare percepibile come un unicum, come si ha nel caso dei centri commerciali artificiali ma anche dei centri commerciali naturali, come dovrebbero essere i centri storici urbani. Infatti, non è generalmente il singolo operatore, anche commerciante, che può influire sensibilmente sui flussi commerciali, ma è necessaria una regia comune ed azioni conseguenti.

Nel caso in specie si rimarca una attrattività perfettibile del centro storico, anche per la carenza di spazi commerciali, mentre sostanzialmente valida appare l'accessibilità.

Ciò, ovviamente, presuppone la realizzazione di un Progetto di riqualificazione commerciale del centro storico, con concertazione pubblico-privato, come già previsto dal Decreto Bersani, di cui si accenna al punto 5. del presente Piano.

In conclusione, le zone per eccellenza vocate al commercio, in grado di configurare un vero "centro commerciale naturale", con fruibilità pedonale ed elevata integrazione dell'offerta sono risultate essere quelle del centro storico sia dell'abitato di Castelrotto che di quello di Siusi.

Con riferimento a quest'ultimo, da un'analisi

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Zusammenfassend erkennt man, dass das lokale Handelsnetz, vom statistischen Standpunkt aus betrachtet, wenig Anziehungskraft auf Konsumenten aus Nachbargemeinden ausübt. In vielen Fällen ist es mehr auf die Befriedigung der Tourismuskonsumnachfrage als der einheimischen Nachfrage ausgerichtet.

Auch aus diesem Grund erklärt sich das Fehlen von Großverteilungsstrukturen, die autonom imstande sind, Anziehungskraft auf die Konsumenten aus größeren Einzugsbereichen auszuüben. Eine große Gefahr für das lokale Angebot ist territorialer Natur und besteht in der Nähe zu wichtigeren Handelszentren (Bozen in primis, aber auch St. Ulrich in spezifischen Bezug auf die Fraktionen Runggaditsch, Überwasser und Pufels).

Auch der eigentliche negative Pendlersaldo trägt dazu bei.

Es ist auch offensichtlich, dass das Angebot nicht als ein Einziges wahrgenommen wird, wie es bei den künstlichen Einkaufszentren, aber auch den natürlichen Einkaufszentren, wie die historischen Ortszentren sein sollten, der Fall ist. Tatsächlich ist es nicht der einzelne Kaufmann, der die Kaufkraftströme merklich beeinflussen kann, sondern es braucht eine gemeinsame Führung und konsequente Aktionen.

Im vorliegenden Fall ist die Anziehungskraft des historischen Zentrums verbesserbar, auch wegen des Fehlens von Handelsflächen, während die Erreichbarkeit sehr gut erscheint.

Dies setzt logischerweise die Realisierung eines Projektes zur Aufwertung der Handelstätigkeit im historischen Ortszentrum voraus, mit öffentlich-privater Beteiligung, wie bereits im Bersani-Dekret vorgesehen. Unter Punkt 5 des vorliegenden Plans wird näher darauf eingegangen. Abschließend haben sich die historischen Ortszentren von Kastelruth und Seis als Zonen, in denen der Handel im Vordergrund steht, und die ein richtiges „natürliches Einkaufszentrum“ bilden können, mit Fußgängernutzung und hoher Integration des Angebotes, herauskristallisiert.

In Bezug auf dieses, könnte man aufgrund einer Analyse der im gültigen Bauleitplan gebotenen Möglichkeiten die Zone 1 auch in einigen Arealen der angrenzenden Wohnzone außerhalb des historischen Ortszentrums vorsehen, ohne das natürliche Handelsgleichgewicht zu stören, und zwar gleich anschließend an die Landesstraße Nr. 24.

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

delle possibilità offerte dal Piano Urbanistico in vigore, si potrebbe prevedere la zona 1, senza per questo andare a generare nessun sbilanciamento del naturale baricentro commerciale, anche nelle aree residenziali ricadenti in alcune porzioni esterne al centro storico, ovvero quelle subito a ridosso della Strada Provinciale n.24.

Come già rimarcato, nell'adottare tale soluzione l'Amministrazione Comunale deve però contemporaneamente mettere in pratica azioni tese alla migliore accessibilità dell'area (salvaguardia dei pedoni, incremento di parcheggi), condizioni essenziali a supporto di una maggiore valorizzazione commerciale dell'area.

La proposta emersa, ripresa dall'Amministrazione nel presente elaborato, risulta poi quella di consentire una deroga non trascurabile al fine di permettere agli esercizi in attività da almeno da cinque anni di potenziarsi, siano essi di vicinato o medie strutture.

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

Wie bereits angemerkt, muss die Gemeinde aber, wenn sie diese Lösung anstrebt, gleichzeitig Maßnahmen zu einer besseren Erreichbarkeit der Zone umsetzen (Schutz der Fußgänger, Erhöhung der Parkplatzzahl). Dies sind unabdingbare Unterstützungsmaßnahmen für eine Aufwertung der Zone für den Handel.

Der Vorschlag, der von der Verwaltung in diese Ausarbeitung aufgenommen wurde, sieht die Zulassung einer beachtlichen Ausnahme vor mit dem Ziel, den seit mindestens fünf Jahren bestehenden kleinen und mittleren Betrieben die Möglichkeit der Erweiterung zu geben.

5. L'importanza del commercio nel Centro Storico.

Il decreto legislativo 31 marzo 1998 n.114 di riforma del commercio (denominato "Bersani" dal nome del Ministro proponente), a sua volta risultato di scelte operate sulla base dell'analisi di esperienze realizzate in diversi Paesi europei, riporta obiettivi e contenuti convergenti nel considerare fattore decisivo per un potenziamento equilibrato dei centri storici l'inquadramento dello sviluppo della rete distributiva dell'area in un contesto più ampio, esteso alla programmazione urbanistica, a interventi strutturali (accessibilità, parcheggi, pedonalizzazione), a misure di comunicazione e gestione integrate, specie per porzioni di territorio omogenee definite "centri commerciali naturali" o "a cielo aperto".

Numerose le esperienze, sostanzialmente recenti, che partono dalla constatazione che sempre più si rilevano segnali allarmanti che vedono i centri storici, specie di minori dimensioni, con

5. Die Bedeutung des Handels im historischen Ortszentrum.

Das Legislativdekret vom 31. März 1998, Nr. 114 zur Handelsreform (genannt „Bersani“ nach dem vorschlagenden Minister), das seinerseits Ergebnis aufgrund von Analysen aus Erfahrungen von verschiedenen europäischen Ländern ist, nennt übereinstimmende Ziele und Inhalte, die ausschlaggebende Faktoren für eine ausgeglichene Stärkung der historischen Ortszentren sind. Entscheidend ist die Entwicklung des Verteilungsnetzes der Zone in einem größeren Rahmen, erweitert um die Raumplanung, um strukturelle Eingriffe (Erreichbarkeit, Parkplätze, Fußgängerzonen) und gemeinschaftliche Kommunikation und Verwaltung, speziell für bestimmte homogene Gebietsteile als „gewachsene Einkaufszentren“.

Es gibt zahlreiche Erfahrungen aus jüngerer Vergangenheit, welche zeigen, dass es immer häufiger Alarmsignale gibt, die darauf hindeuten, dass speziell die kleineren historischen Orts-

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

prospettive di sviluppo socio-economico non favorevoli, non solo per il progressivo spopolamento. Botteghe e negozi a conduzione familiare spesso chiudono i battenti col pensionamento del proprietario e sulle piazze centrali si affacciano sportelli bancari e assicurativi, attività commerciali e di ristorazione "moderne", e così via.

Ma come affrontare le difficoltà emergenti? Si rileva l'importanza di operare da subito per superare talune incoerenze e distonie fra la normativa commerciale e quella urbanistica, ai diversi livelli. Occorre comprendere che la riqualificazione del centro storico non è da sola strategia sostenibile, se non si ripensa nel contempo l'intero impianto delle normative che hanno teso, nel corso degli ultimi dieci-quindici anni, a livello diffuso, a dare slancio al trasferimento delle attività "di peso" al di fuori dei centri urbani.

In diverse regioni italiane (è ad esempio il caso del vicino Veneto ma anche della Lombardia), si riscontra la dicotomia nelle normative che prevedono da un lato, interventi di qualificazione del centro storico per sostenere le attività economiche ivi insediate e dall'altro, interventi che spingono nella direzione opposta, con la nascita in aree esterne, non solo rispetto al centro storico ma allo stesso abitato, di grandi strutture di vendita (centri commerciali e, più recentemente, outlet).

La "dicotomia" sta nel fatto che mentre si assiste alla desertificazione del centro storico, soprattutto dei piccoli centri rientranti nell'area di gravitazione delle grandi strutture di vendita, dall'altro si promuove una strategia di riqualificazione dei centri medesimi, in alcuni casi destinata a essere perdente in quanto parziale e avviata con ritardo. Non è facile comprendere tutte le ricadute che la collocazione di un centro commerciale artificiale provoca sul centro storico e sull'intera rete del comune di insediamento, ma anche dei comuni limitrofi.

Puntare sul rilancio economico-commerciale dei centri storici è fatto importante, per più aspetti:

- la ricchezza di tali ambiti costituisce un punto di forza per la competitività delle piccole e medie imprese che qui operano. Nel contempo, la presenza di un tessuto commerciale specializzato e organizzato, in sinergia con un ampio panel di servizi integrati (ricettività, somministrazione, attività artigia-

zentren ungünstige Entwicklungsaussichten in sozioökonomischer Hinsicht haben, nicht nur aufgrund der zunehmenden Entvölkerung. Läden und familiengeführte Geschäfte schließen mit der Pensionierung des Inhabers und auf den Hauptplätzen sieht man Banken und Versicherungen, „moderne“ Handelsbetriebe und Restaurants, usw.

Aber wie kann man den auftretenden Schwierigkeiten begegnen? Man weist auf die Wichtigkeit hin, sofort einige Inkohärenzen und Unstimmigkeiten zwischen der Handels- und der Urbanistiknorm auf verschiedenen Ebenen zu beseitigen. Man muss verstehen, dass die Aufwertung des historischen Zentrums nicht alleine die Strategie sein kann, wenn man nicht gleichzeitig die gesamten Normen, die in den letzten zehn-fünfzehn Jahren überall zu einer Verlegung der „bedeutenden“ Tätigkeiten aus den bewohnten Zentren geführt haben, überdenkt.

In verschiedenen italienischen Regionen (z.B. im nahen Venetien, aber auch in der Lombardei) begegnet man einer Zweiteilung der Normen, die auf einer Seite Eingriffe zur Aufwertung des historischen Zentrums vorsehen, um die dortigen Wirtschaftstätigkeiten zu unterstützen und auf der anderen Seite Eingriffe in die entgegengesetzte Richtung, mit dem Entstehen von Großverteilungsbetrieben (Einkaufszentren und letztthin Outlets) außerhalb, nicht nur im Hinblick auf das historische Zentrum, sondern auch auf das Wohngebiet.

Die „Zweiteilung“ besteht in der Tatsache, dass man, während man der Entvölkerung des historischen Zentrums zusieht, vor allem der kleinen Zentren im Einzugsbereich von Großverteilungsbetrieben, auf der anderen Seite eine Strategie der Aufwertung dieser Zentren anstrebt, in einigen Fällen aussichtslos, weil entweder nur teilweise oder verspätet. Es ist nicht einfach alle Zusammenhänge zu begreifen, welche die Ansiedlung eines künstlichen Einkaufszentrums auf das historische Zentrum und auf das gesamte Handelsnetz der Gemeinde und auch der angrenzenden Gemeinden hat.

Es ist aus mehreren Aspekten wichtig, auf die ökonomische Wiederankurbelung der historischen Zentren zu setzen:

- Der Reichtum dieser Bereiche ist ein Vorteil für die dort operierenden kleinen und mittleren Betriebe. Gleichzeitig ist das Vorhandensein eines spezialisierten und organisierten Handelsgefüges in Synergie mit einem weiten Spektrum an integrierten

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

nali di servizio, eventi e iniziative calendarizzate, ecc.) è fattore strategico per la vitalità delle aree centrali, non solo a favore dei residenti. Commercio specializzato e funzioni complementari possiedono una elevata capacità di attrazione;

- è sempre più un chiaro obiettivo delle Amministrazioni quello di ricercare dei correttivi per consentire una ripresa alle imprese e agli esercizi, non solo commerciali e specie di ridotte dimensioni, che versano ormai da anni in uno stato di preoccupante sofferenza, per la congiuntura economica sfavorevole che frena i consumi e che ha spinto al "caro affitti", ma anche per le condizioni del contesto urbano e per le complessità crescenti legate alla accessibilità alle aree centrali.

Di qui la necessità di attuare strategie competitive innovative, che consentano la creazione di un "sistema" che leghi commercio e altre realtà imprenditoriali assillate da problematiche similari, strategie che non possono essere di mera difesa, ad esempio individuando barriere all'entrata, siano esse di tipo amministrativo (contingenti di superficie) o di tipo urbanistico (destinazioni d'uso, vincoli) o, peggio ancora, non possono essere volte alla rassegnazione.

Le piccole aziende che operano nei centri storici non possono più considerarsi realtà chiuse "al di qua della porta", in attesa che il cliente entri, ma devono rafforzare la capacità di diventare aziende dinamiche e aggressive, comprendendo che il maggior punto di forza è dato dallo "stare insieme in un contesto attrattivo". Ciascuno è parte di un sistema, che interagisce in modo dinamico con le altre attività. Pertanto vanno superati gli inutili e dannosi personalismi, ancora troppo diffusi. Bisogna avere quale chiaro obiettivo quello di operare in chiave attiva e propositiva, con misure che incrementino già nel medio termine l'attrattività e la competitività del centro storico, con interventi strutturali (accessibilità e parcheggi), ma anche agendo sull'offerta, nelle sue varie forme e su una gestione unitaria delle aree centrali e del centro commerciale naturale (ricercando economie di scala, ad esempio nella comunicazione di eventi e manifestazioni, ma anche creando gruppi di acquisto o operando "giornalmente" per una gestione unitaria di iniziative concrete e tangibili: vetrine armonizzate, accessi ai punti vendita, depliantistica, etc.). Il rilancio "trasversale" del centro storico prevede dunque la possibilità di impiegare la leva del commercio e delle attività complementari per riqualificare l'area, favorendo interazioni fra le di-

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Dienstleistungen (Beherbergungs- und Gastbetriebe, Dienstleistungshandwerk, Veranstaltungskalender, usw.) strategischer Faktor für die Vitalität der zentralen Zonen, nicht nur zum Vorteil der einheimischen Bevölkerung. Der Fachhandel und die zusätzlichen Funktionen dazu besitzen eine hohe Anziehungskraft;

- es ist immer mehr ein klares Ziel der Verwaltungen, nach Verbesserungen zu suchen, um speziell den kleinen Unternehmen und Betrieben, nicht nur den Handelsbetrieben, die sich bereits seit Jahren in einem besorgniserregenden Zustand befinden, aufgrund der ungünstigen Konjunktur, welche den Konsum gebremst und die Mieten hat steigen lassen, aber auch wegen der zunehmenden Komplexität der Erreichbarkeit der zentralen Gebiete, einen Aufschwung zu ermöglichen.

Von hier kommt die Notwendigkeit, innovative und wettbewerbsfähige Strategien anzuwenden, die ein System ermöglichen, das den Handel und andere Wirtschaftstätigkeiten, die unter ähnlichen Problemen leiden, aneinander bindet. Diese Strategien können nicht nur defensiver Natur sein, wie z.B. indem man Eintrittsbarrieren aufbaut, administrativer (Flächenkontingente) oder urbanistischer Natur (Zweckbestimmungen, Vinkulierungen) oder noch schlimmer, indem man resigniert.

Die kleinen Betriebe in den historischen Zentren können sich nicht mehr als abgeschlossene Realitäten betrachten, die darauf warten, dass der Kunde ins Geschäft kommt, sondern sie müssen ihre Fähigkeiten als dynamische und aggressive Betriebe stärken. Sie müssen auch verstehen, dass ihre größte Stärke das „Gemeinsam in einem attraktiven Rahmen“ ist. Jeder ist Teil des Systems, das dynamisch mit den anderen Tätigkeiten interagiert. Deshalb ist es notwendig, die unnützen und schädlichen Personalismen zu überwinden. Man muss als klares Ziel die aktive und pro positive Zusammenarbeit haben, mit Maßnahmen, die bereits mittelfristig die Attraktivität und Konkurrenzfähigkeit des historischen Zentrums stärken. Dies geschieht mit strukturellen Maßnahmen (Erreichbarkeit und Parkplätze), aber auch in den verschiedenen Formen des Angebots und mit einer einheitlichen Verwaltung der zentralen Gebiete und des gewachsenen Einkaufszentrums (Suche nach größenbedingten Kosteneinsparungen bei z.B. Kommunikation von Events und Veranstaltungen, Realisierung von Einkaufsgruppen, „tägliche“ Arbeit für eine einheitliche Verwaltung der konkreten und greifbaren Initiativen:

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

verse attività di impresa che in questo contesto operano.

harmonisierte Schaufenster, Eingänge, Drucksorten, usw.). Die „querlaufende“ Wiederbelebung des historischen Zentrums sieht somit die Möglichkeit vor, den Handel und die ergänzenden Tätigkeiten als Hebel zur Aufwertung der Zone zu benutzen, indem Interaktionen zwischen den verschiedenen Wirtschaftstätigkeiten gefördert werden.

6. Quantificazione del TM

Castelrotto, come visto, è un comune al di sotto dei 10.000 abitanti. Pertanto il TM si calcola secondo la già evidenziata formula:

$$TM = NDM + NDR = Sem * Cm + Df * w$$

$$TM = NDM + NDR = Sem * Cm + (Ss - Se) * w$$

$$TM = 2.505 \times 0,08 + (8.917 - 7.468) \times 40,30\%$$

$$TM = 200 + 584 = 784 \text{ m}^2$$

Per visualizzare ripartizione fra settori, modalità e tempistica di fruizione e quant'altro connesso al TM si rinvia all'**Allegato 1** alle Norme di attuazione che formano parte integrante e sostanziale del presente elaborato.

6. Berechnung der HG

Kastelruth ist, wie bereits gesehen, eine Gemeinde mit weniger als 10.000 Einwohnern. Deswegen wird die HG mit folgender Formel errechnet:

$$HG = MNF + NVA = Fem * Km + Df * w$$

$$HG = MNF + NVA = Fem * Km + (Ff - Fe) * w$$

$$MNF = 2.505 \times 0,08 + (8.917 - 7.468) \times 40,30\%$$

$$HG = 200 + 584 = 784 \text{ m}^2$$

Um die Aufteilung nach Warendsektoren zu sehen, die Modalitäten und Benützungzeiten und alles andere, was mit der HG verbunden ist, wird auf **Anlage 1** der Durchführungsbestimmungen verwiesen, die integrierender und substantieller Bestandteil vorliegender Ausarbeitung sind.

7. Norme di attuazione

Articoli:

- 1 Oggetto e finalità
- 2 Fonti normative
- 3 Definizioni
- 4 Zonizzazione commerciale
- 5 Standard parcheggi
- 6 Accessibilità
- 7 Domande di autorizzazione
- 8 Apertura di una nuova media struttura di vendita
- 9 Trasferimento di una media struttura di vendita
- 10 Ampliamenti di superficie
- 11 Concentrazione di esercizi
- 12 Estensione o variazione del settore merceologico
- 13 Attività stagionale o temporanea

7. Durchführungsbestimmungen

Artikel:

- 1 Gegenstand und Ziele
- 2 Gesetzesquellen
- 3 Begriffsbestimmungen
- 4 Einteilung in Flächen
- 5 Parkplätze
- 6 Zufahrtsmöglichkeiten
- 7 Genehmigungsanträge
- 8 Eröffnung eines neuen mittleren Betriebes
- 9 Übersiedlung eines mittleren Betriebes
- 10 Erweiterung eines mittleren Betriebes
- 11 Zusammenlegung von Betrieben
- 12 Ausdehnung oder Änderung des Warenbereiches
- 13 Saisonale und zeitweilige Tätigkeit
- 14 Eigenschaften der Verkaufsräume
- 15 Nachfolge

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

- 14 Caratteristiche dei locali di vendita
- 15** Subingresso
- 16 Sospensione dell'attività
- 17 Revoca dell'autorizzazione
- 18 Vendite straordinarie
- 19 Orari
- 20 Disposizioni particolari
- 21 Vendita dei generi di monopolio
- 22 Vendita della stampa quotidiana e periodica
- 23 Commercio al dettaglio nelle zone di verde agricolo, alpino e bosco
- 24 Commercio al dettaglio nelle zone per insediamenti produttivi
- 25 Validità del piano

Allegati:

- 1 Determinazione e fruizione del Tetto Massimo
- 2 Dereghe al Tetto Massimo
- 3 Individuazione Zona 1
- 4 Standard parcheggi
- 5 Accessibilità

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

- 16 Einstellung der Tätigkeit
- 17 Widerruf der Genehmigung
- 18 Außerordentlicher Verkauf
- 19 Öffnungszeiten
- 20 Besondere Verfügungen
- 21 Verkauf der Monopolwaren
- 22 Verkauf von Tageszeitungen und Zeitschriften
- 23 Einzelhandel im landwirtschaftlichen und alpinen Grün sowie in Waldgebieten
- 24 Einzelhandel in Gewerbegebieten
- 25 Gültigkeit des Planes

Anlagen:

- 1 Festlegung und Gebrauch der Höchstgrenze
- 2 Abweichungen von der Höchstgrenze
- 3 Bestimmung der Zone 1
- 4 Parkplätze
- 5 Zufahrtsmöglichkeiten

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

Articolo 1 Oggetto e finalità

1. La legge provinciale 17 febbraio 2000, n.7 "Nuovo ordinamento del commercio" ed il relativo regolamento di esecuzione, approvato con decreto del Presidente della Giunta provinciale 20 ottobre 2000, n.39, prevedono la predisposizione sulla base degli Indirizzi e criteri programmatori provinciali, del piano comunale, a carattere vincolante, per le medie strutture di vendita.

2. Il presente piano comunale regola pertanto lo sviluppo razionale dell'apparato distributivo, con particolare riferimento alle medie strutture di vendita, tenendo tuttavia conto della complessiva rete di vendita effettivamente esistente sul territorio comunale.

3. Il Comune di Castelrotto in base alla gerarchia commerciale dei Comuni prevista dagli indirizzi e criteri provinciali, rientra nella categoria dei comuni inferiori o di tipo periferico.

4. La programmazione commerciale comunale è chiamata ad individuare un punto di equilibrio tra gli obiettivi di modernizzazione della rete delle medie strutture di vendita e di salvaguardia del servizio di prossimità. Essa tende a realizzare un assetto sostenibile – sotto il profilo sociale, economico, urbanistico ed ambientale – della rete di vendita al dettaglio presente sul territorio. Il piano, in base alle previsioni delle disposizioni sopra citate intende in particolare perseguire le seguenti finalità:

- assicurare, nell'indicare gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle medie strutture di vendita, l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive, nonché la capillarità del commercio al dettaglio sul territorio, evitando la desertificazione di talune aree;
- favorire la realizzazione di una rete distributiva che assicuri la migliore produttività del sistema e la qualità dei servizi da rendere al consumatore;
- rendere compatibile l'impatto territoriale ed ambientale degli insediamenti commerciali con particolare riguardo a fattori quali la mobilità, il traffico e l'inquinamento e valorizzare la funzione commerciale;
- salvaguardare e riqualificare il centro storico, mantenendone la vitalità commerciale;

Artikel 1 Gegenstand und Ziele

1. Das Landesgesetz vom 17. Februar 2000, Nr. 7 "Neue Handelsordnung" und die entsprechende Durchführungsverordnung, genehmigt mit Dekret des Landeshauptmanns vom 20. Oktober 2000, Nr. 39, sehen auf der Grundlage der Landesplanungsrichtlinien und kriterien die Erstellung des bindenden Gemeindehandelsplanes für die mittleren Handelsbetriebe vor.

2. Der gegenständliche Gemeinde-handelsplan regelt die rationale Entwicklung des Verteilungssektors. Besonderes Augenmerk gilt dabei den mittleren Handelsbetrieben, jedoch wird dem gesamten Verkaufsnetz im Gemeindegebiet Rechnung getragen.

3. Die Gemeinde Kastelruth fällt aufgrund der von den Landesrichtlinien und kriterien vorgesehenen Handelshierarchie der Gemeinden in die Kategorie der kleineren oder peripheren Gemeinden.

4. Die Handelsplanung der Gemeinde soll ein Gleichgewicht zwischen der Zielsetzung der Modernisierung der mittleren Vertriebsstruktur und dem Schutz des Nahversorgungsbereichs herstellen. Sie strebt unter einem sozialen, wirtschaftlichen, urbanistischen und Umweltaspekt eine Ordnung an, die vom Einzelhandel im Gemeindegebiet mitgetragen werden kann. Der Plan möchte aufgrund der Voraussichten der obgenannten Bestimmungen vor allem folgende Ziele verfolgen:

- Förderung einer ausgewogenen Entwicklung der verschiedenen Vertriebsarten, Gewährleistung der Flächendeckung des Einzelhandels im Gebiet sowie Vermeidung der Abwanderung von Betrieben aus dem Gebiet durch spezifische Zielvorgaben betreffend Vorhandensein und Entwicklung von mittleren Vertriebsunternehmen;
- Verwirklichung eines Vertriebsnetzes, welches die bestmögliche Produktivität des Systems und die bestmögliche Dienstleistungsqualität für den Verbraucher gewährleistet;
- Gewährleistung der Landschafts- und Umweltverträglichkeit der Handelszonen unter besonderer Berücksichtigung von Schlüsselfaktoren wie Mobilität, Verkehr und Umweltverschmutzung;
- Schutz und Aufwertung des alten Ortsteils, um die Vitalität des Handels in den Zentren beizubehalten;

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

- favorire gli insediamenti commerciali destinati al recupero delle piccole e medie imprese già operanti;
- assicurare il buon funzionamento del mercato, mantenere prezzi equi, sostenere la qualità del servizio commerciale al cliente;
- sviluppare le potenzialità del commercio come momento di incontro sociale;
- valorizzare le interdipendenze con altri settori economici, in particolare con l'artigianato locale, il turismo, l'agricoltura.

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

- Förderung von Ansiedlungen in Zonen, die auf die Neubelebung der dort bereits tätigen kleinen und mittleren Unternehmen abzielen;
- Gewährleistung der Funktionsfähigkeit des Marktes, angemessener Preise für den Verbraucher und der Qualität der Handelsdienstleistung;
- Entwicklung der Möglichkeiten des Handels als gesellschaftlicher Moment;
- Aufwertung des Zusammenspiels mit anderen Wirtschaftssektoren, insbesondere mit dem lokalen Handwerk, dem Fremdenverkehr und der Landwirtschaft.

Articolo 2 Fonti normative

1. L'esercizio dell'attività di commercio al dettaglio in provincia di Bolzano è regolamentato dalle seguenti disposizioni provinciali e statali, cui fa riferimento anche la programmazione commerciale comunale:
 - Legge provinciale 17 febbraio 2000, n.7: "Nuovo ordinamento del commercio";
 - Decreto del Presidente della Giunta provinciale 30 ottobre 2000, n.39: Regolamento di esecuzione della legge provinciale 17 febbraio 2000, n.7, concernente il "Nuovo ordinamento del commercio";
 - Delibera della Giunta provinciale 12 novembre 2001, n.4036: Nuovi indirizzi e criteri programmatori provinciali per un razionale sviluppo dell'apparato distributivo;
 - Delibera della Giunta provinciale 18 giugno 2001, n.1990: Approvazione dei "Criteri e indirizzi provinciali in materia di commercio su aree pubbliche";
 - Delibera della Giunta provinciale 24 settembre 2001, n.3359: Determinazione dei settori merceologici alimentare e non alimentare e delle tabelle speciali;
 - Delibera della Giunta provinciale 7 luglio 1997, n. 3173: Criteri provinciali in materia di orari di apertura e di chiusura dei negozi e delle altre attività di vendita al dettaglio;
 - Delibera della Giunta Provinciale 7 maggio 2007 n.1.494: Direttive provinciali in materia di vendita della stampa quotidiana e periodica;
 - Decreto Legislativo 24 aprile 2001, n.170: Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica;
 - Legge 22 dicembre 1957, n.1293: Organizzazione dei servizi di distribuzione e vendita dei generi di monopolio.

Artikel 2 Gesetzesquellen

1. Die Ausübung des Einzelhandels in der Provinz Bozen wird durch folgende Landes- und Staatsbestimmungen geregelt, auf die sich auch die Handelsplanung der Gemeinde bezieht:
 - Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7: „Neue Handelsordnung“;
 - Dekret des Landeshauptmanns vom 30. Oktober 2000, Nr. 39: Durchführungsverordnung zum Landesgesetz vom 17. Februar 2000, Nr. 7, betreffend die "Neue Handelsordnung";
 - Beschluss der Landesregierung vom 12. November 2001, Nr. 4036: Neue Landesplanungsrichtlinien und Kriterien für eine rationale Entwicklung des Verteilungssektors;
 - Beschluss der Landesregierung vom 18. Juni 2001, Nr. 1990: Genehmigung der "Kriterien und Landesrichtlinien im Bereich Handel auf öffentlichen Flächen";
 - Beschluss der Landesregierung vom 24. September 2001, Nr. 3359: Festlegung der Warenbereiche Lebensmittel und Nichtlebensmittel und der besonderen Warenlisten;
 - Beschluss der Landesregierung vom 7. Juli 1997, Nr. 3173: Landesrichtlinien im Bereich von Öffnungs- und Schließungszeiten der Geschäfte und der anderen Einzelhandelsbetriebe;
 - Beschluss der Landesregierung vom 7. Mai 2007, Nr. 1.494: Landesrichtlinien im Bereich des Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufs;
 - Gesetzvertretendes Dekret vom 24. April 2001, Nr. 170: Neuordnung des Verbreitungssystems der Tageszeitungen und Zeitschriften;
 - Gesetz vom 22. Dezember 1957, Nr. 1293. Organisation des Verteilungsdienstes und Verkaufs von Monopolwaren.

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Articolo 3 Definizioni

1. Ai fini della normativa vigente e del presente piano comunale per le medie strutture di vendita, si intendono:

a) per commercio al dettaglio, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, direttamente al consumatore finale;
b) per commercio all'ingrosso, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande. Tale attività può assumere la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione;
c) per utilizzatori professionali di determinate merci, coloro che impiegano dette merci per lo svolgimento normale della loro attività;
d) per utilizzatori in grande di determinate merci, gli enti, le collettività, le comunità, le convivenze, le cooperative di consumo regolarmente costituite ed i loro consorzi, gli enti giuridici costituiti da commercianti per effettuare acquisiti di prodotti oggetto della loro attività;

e) per requisiti di accesso per esercitare l'attività commerciale, i requisiti morali e professionali, questi ultimi solo se l'attività riguarda il settore merceologico alimentare, necessari;

f) per piccole strutture di vendita, gli esercizi aventi una superficie di vendita non superiore a 100 m² nei comuni con popolazione residente fino a 10.000 abitanti e a 150 m² nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;

g) per medie strutture di vendita, gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti previsti per le piccole strutture di vendita e fino a 500 m²;

h) per grandi strutture di vendita gli esercizi aventi superficie superiore a 500 m²;

i) per centro commerciale, un insieme di esercizi commerciali, tra cui di norma è presente almeno una grande struttura di vendita, inseriti in un edificio a destinazione specifica, con uso di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente;

l) per forme speciali di vendita al dettaglio:

- la vendita negli spacci interni;
- la vendita a mezzo apparecchi automatici;
- la vendita per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione;
- la vendita effettuata presso il domicilio del consumatore.

m) per superficie di vendita di un esercizio com-

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Artikel 3 Begriffsbestimmungen

1. Im Sinne der geltenden Bestimmungen und des gegenständlichen Planes versteht man unter:

a) Einzelhandel, den berufsmäßigen Einkauf von Waren in eigenem Namen und auf eigene Rechnung und den Weiterverkauf an einer festen Verkaufsstelle auf privatem Grund oder auf irgendeine andere Weise an den Endverbraucher;

b) Großhandel, den berufsmäßigen Einkauf von Waren in eigenem Namen und auf eigene Rechnung und den Weiterverkauf an andere Groß- oder Einzelhändler, berufsmäßige Nutzer oder andere Großverbraucher. Diese Tätigkeit kann in der Form des Binnenhandels, der Ausfuhr oder der Einfuhr abgewickelt werden;

c) berufsmäßigen Verbrauchern von Gütern all jene, welche die genannten Güter im normalen Ablauf ihrer Betriebstätigkeit verwenden;

d) Großverbrauchern von bestimmten Gütern die Körperschaften, Gruppierungen, Gemeinschaften, Zusammenschlüsse, die vorschriftsmäßig gebildeten Verbrauchergenossenschaften und ihre Konsortien, die von Kaufleuten gebildeten juristischen Personen zum Ankauf von Waren, die den Gegenstand ihrer Tätigkeit bilden;

e) Zulassungsvoraussetzungen um eine Handelstätigkeit auszuüben, die notwendigen moralischen und, im Lebensmittelsektor, auch die erforderlichen beruflichen Voraussetzungen zu erfüllen;

f) kleinen Handelsbetrieben jene Betriebe, die über eine Verkaufsfläche von maximal 100 m² in Gemeinden mit höchstens 10.000 Einwohnern und von maximal 150 m² in Gemeinden mit mehr als 10.000 Einwohnern verfügen;

g) mittleren Handelsbetrieben jene Betriebe, deren Fläche über der Maximalgrenze für kleine Handelsbetriebe liegt und maximal 500 m² beträgt;

h) Großverteilungsbetrieben Betriebe mit einer Verkaufsfläche von über 500 m²;

i) Einkaufszentren eine Gesamtheit von Handelsbetrieben, zu denen in der Regel mindestens ein Großverteilungsbetrieb gehört. Diese Zentren müssen in einem eigenen diesem Zweck zugeführten Gebäude untergebracht sein und verfügen über gemeinsame Infrastrukturen sowie gemeinsam verwaltete Dienste;

l) besonderen Verkaufsformen im Einzelhandel:

- den Verkauf in betriebsinternen Geschäften
- den Verkauf durch Automaten
- den Verkauf durch Versandhandel und Vertrieb über das Fernsehen oder über andere Medien
- Haustürgeschäfte;

m) Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes jene Flä-

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

merciale si intende l'area destinata alla vendita, ivi compresa quella occupata da banchi, scaffalature, vetrine, punti cassa, esclusa unicamente l'area destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi e spazi tra le casse e l'uscita connessi con il disbrigo e l'asporto della merce acquistata. Il titolare deve indicare su apposita pianta dell'esercizio l'esatta ubicazione delle casse e degli spazi di disbrigo ed asporto;

n) per settori merceologici, i settori alimentare e non alimentare, come determinati dalla Giunta provinciale, in riferimento ai quali può essere esercitata l'attività commerciale;

o) per tabelle riservate, le seguenti tabelle riservate:

- ai "negozi interni ai campeggi"

- agli "esercizi di bottiglieria"

- agli "esercizi di commercio al dettaglio siti in zone per insediamenti produttivi"

- ai "banchi würstel" per il commercio su aree pubbliche

- alle "giardinerie"

- alle "rivendite di generi di monopolio"

- alle "farmacie"

- ai "pubblici esercizi"

- alle "strutture ricettive"

- alle "piscine"

- a "sale cinematografiche e teatri"

- ai "distributori di carburanti";

p) per vendita sottocosto, la vendita al pubblico di uno o più prodotti effettuata ad un prezzo inferiore a quello risultante dalle fatture di acquisto, maggiorato dell'imposta sul valore aggiunto e di ogni altra imposta o tassa connessa alla natura del prodotto e diminuito degli eventuali sconti o contribuzioni riconducibili al prodotto medesimo, purché documentati. La vendita sottocosto è consentita unicamente in caso di vendite straordinarie.

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

che, auf der die Waren verkauft werden; dazu gehören auch Schaufenster und alle Flächen, die von Ladentischen, Regalen und Kassen besetzt sind, nicht aber Lagerräume jeder Art, für die Verarbeitung bestimmte Räume, Büroräume und Toiletten sowie die Flächen zwischen den Kassen und dem Ausgang, wo die Kunden die gekaufte Ware einpacken oder anderweitig zum Wegbringen vorbereiten können. Der Inhaber muss auf einem entsprechenden Plan des Betriebes den Standort der Kassen und die Lage der zum Einpacken und Wegbringen verwendeten Flächen angeben;

n) Warenbereichen den Lebensmittel- und Nicht-Lebensmittelsektor, wie mit Beschluss der Landesregierung festgelegt, aufgrund derer die Handelstätigkeit ausgeübt werden kann;

o) besonderen Warenlisten, die nachstehenden besonderen Warenlisten:

- für "Einzelhandelsgeschäfte innerhalb von Campinganlagen"

- für "Einzelhändler von in Flaschen abgefüllten Getränken"

- für "Einzelhandelsbetriebe welche sich in Gewerbezonen befinden"

- für "Würstelstände" für den Handel auf öffentlichen Flächen

- für "Gärtnereien"

- für "Monopolwarenhandlungen"

- für "Apotheken"

- für "Schank- und Speisebetriebe"

- für "Beherbergungsbetriebe"

- für "Schwimmbäder"

- für "Kinosäle und Theater"

- für "Tankstellen";

p) unter Verkauf unter dem Einkaufspreis, den Verkauf eines oder mehrerer Produkte zu einem Preis, der niedriger ist als jener, der aus den Einkaufsrechnungen hervorgeht, zuzüglich der Mehrwertsteuer und jeglicher anderen mit der Produktart zusammenhängenden Steuer oder Gebühr und abzüglich etwaiger nachweislicher Preisnachlässe oder Beiträge, die auf das Produkt zurückzuführen sind. Der Verkauf unter dem Einkaufspreis ist nur im Falle von außerordentlichem Verkauf erlaubt.

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

Articolo 4 Zonizzazione commerciale

1. In osservanza degli indirizzi provinciali il piano comunale prevede una suddivisione del territorio comunale in tre zone.

2. La zona 1, puntualmente indicata nell'Allegato 3 alle presenti norme, è la zona espressamente vocata al commercio e comprende le aree urbane individuabili come idonei punti di riferimento commerciale per l'utenza. Nel perimetro della zona 1 la compatibilità urbanistica del commercio è verificata globalmente e non con riferimento ai singoli esercizi, il cui insediamento è pertanto considerato generalmente ammissibile.

3. La zona 2 comprende parti urbane compatibili col commercio, dove l'insediamento degli esercizi commerciali è possibile purché sia verificata la compatibilità, oltre che socio - economica, anche urbanistica e soddisfatto il fabbisogno infrastrutturale in termini di accessibilità e di aree di sosta.

4. La zona 3 comprende ambiti commerciali per merci speciali che non si ritiene opportuno commercializzare in zona 1 e 2, sia per le caratteristiche stesse delle merci in termini di dimensionamento e movimentazione che per il carattere specifico della domanda (forniture specializzate). Corrisponde alla zona per "insediamenti produttivi".

Articolo 5 Standard parcheggi

1. In osservanza degli indirizzi provinciali il piano comunale prevede per le medie strutture di vendita una dotazione di area parcheggio parametrata alla superficie commerciale dei singoli esercizi, come riportata nell'Allegato 4 alle presenti Norme e nei commi seguenti.

2. Come previsto dagli indirizzi la zona 1 è esentata dal rispetto degli standard parcheggi con riferimento all'esame delle singole istanze autorizzatorie.

3. Nelle zone 2 e 3 la dotazione di area parcheggio per insediamento di nuovi esercizi o ampliamenti di quelli esistenti deve essere parametrata alla superficie commerciale dei singoli esercizi, come riportato nell'Allegato 4 alle presenti norme.

4. Qualora la programmazione urbanistica comunale preveda degli standard differenti, anche per la

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

Artikel 4 Handelszonen

1. Unter Beachtung der Landesplanungsrichtlinien sieht der Gemeindeplan eine Einteilung des Gemeindegebietes in drei Zonen vor.

2. Die Zone 1, genau definiert in der Anlage 3 der gegenständlichen Bestimmungen, ist die Zone, in welcher der Handel im Vordergrund steht und umfasst die Ortsteile, die als geeignete Bezugspunkte für die Kunden erkennbar sind. Im Bereich der Zone 1 wird die Vereinbarkeit des Handels mit urbanistischen Erfordernissen insgesamt überprüft, und nicht im Hinblick auf einzelne Geschäfte, deren Niederlassung demnach generell möglich ist.

3. Die Zone 2 umfasst die mit dem Handel vereinbare Wohnzonen, in denen die Niederlassung von Geschäften möglich ist, sofern genau die Vereinbarkeit mit urbanistischen und sozio-ökonomischen Erfordernissen festgestellt wurde. Auch muss der infrastrukturelle Bedarf in Bezug auf Zukunftsmöglichkeiten und Parkplätzen erfüllt sein.

4. Die Zone 3 umfasst Handelsflächen für besondere Arten von Waren, die vorzugsweise nicht in der Zone 1 und 2 gehandelt werden sollten, nicht nur wegen ihrer Beschaffenheit selbst im Hinblick auf Sperrigkeit und auf den Transport, sondern auch wegen der besonderen Charakteristiken der Nachfrage. Sie entspricht in der Tat dem "Gewerbegebiet".

Artikel 5 Parkplätze

1. Unter Beachtung der Landesplanungsrichtlinien sieht der Gemeindeplan für die mittleren Verkaufsstrukturen eine Ausstattung mit Parkplätzen vor, die an die Verkaufsfläche der einzelnen Betriebe angepasst ist, wie in Anlage 4 und folgenden Absätzen gegenständlicher Bestimmungen wiedergegeben.

2. Wie von den Richtlinien vorgesehen, ist die Zone 1 im Hinblick auf die Überprüfung von Ansuchen von der Einhaltung der Parkplätze - Standards befreit.

3. In den Zonen 2 und 3 muss bei Ansiedlungen neuer Betriebe und bei Erweiterungen von bestehenden Betrieben die Ausstattung mit Parkflächen an der Verkaufsfläche der einzelnen Betriebe, wie in Anlage 4 gegenständlicher Bestimmungen ersichtlich, gemessen werden

4. Falls die Gemeindebauleitplanung andere Standards vorschreibt, auch für die Zone 1, so ist diese

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

zona 1, tale programmazione prevale ai fini della verifica in argomento e comunque rispetto a quanto riportato nei commi precedenti.

Articolo 6 Accessibilità

1. In osservanza degli indirizzi provinciali il piano comunale prevede per le medie strutture di vendita la valutazione del rispetto della compatibilità degli insediamenti rispetto alla rete stradale, come evidenziato nell'Allegato 5 alle presenti Norme e nei commi seguenti.

2. Come previsto dagli indirizzi la zona 1 è esentata dalla verifica di compatibilità di cui al precedente comma 1.

3. In zona 2 l'insediamento di nuovi esercizi commerciali o l'ampliamento di quelli esistenti è possibile secondo quanto riportato nell'Allegato 5 e non è comunque ammissibile se il rapporto fra la portata effettiva rilevata e la capacità teorica delle strade interessate è superiore a 0,7.

Articolo 7 Domande di autorizzazione

1. Le domande di autorizzazione per l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di vendita di medie strutture, devono essere presentate utilizzando la modulistica predisposta dalla Ripartizione provinciale al commercio e sono esaminate secondo l'ordine cronologico di presentazione, applicando in caso di contenzione i seguenti criteri di priorità:

- a) la disponibilità dei locali da parte del richiedente;
- b) la migliore compatibilità urbanistico - ambientale.

2. Le domande si intendono accolte se entro 60 giorni dalla data di ricevimento non viene adottato il provvedimento di diniego.

3. Il termine di cui al precedente comma 2 è sospeso per 20 giorni nel caso di richiesta di ulteriore documentazione da parte del Comune, il quale ha comunque 10 giorni dal ricevimento della documentazione medesima per adottare il provvedimento finale.

4. Le domande di autorizzazione sono soggette alla verifica di compatibilità socio - economica ed urbanistico - ambientale. L'esame delle istanze di auto-

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

vorherrschend bei der Überprüfung. Die Vorschriften der vorhergehenden Absätze sind jedenfalls einzuhalten.

Artikel 6 Zufahrtsmöglichkeiten

1. Unter Berücksichtigung der Landesplanungsrichtlinien muss der Gemeindeplan für die mittleren Verkaufsstrukturen die Vereinbarkeit von Ansiedlungen mit dem Straßennetz bewerten, wie in Anlage 5 und folgenden Absätzen gegenständlicher Bestimmungen wiedergegeben.

2. Wie von den Richtlinien vorgesehen, ist die Zone 1 im Hinblick auf die Überprüfung in Bezug auf den vorhergehenden Absatz 1 befreit.

3. In der Zone 2 ist die Ansiedlung von neuen Handelsbetrieben oder die Erweiterung von bestehenden Betrieben unter Einhaltung der Bestimmungen in Anlage 5 möglich. Die Ansiedlung von Handelsbetrieben ist jedenfalls nicht möglich, wenn das Verhältnis zwischen der effektiven (gemessenen) und der theoretischen Belastung der betroffenen Straßen über dem Wert 0,7 liegt.

Artikel 7 Genehmigungsanträge

1. Die Genehmigungsanträge um Eröffnung, Übersiedlung und Erweiterung der Verkaufsfläche für mittlere Betriebe, müssen unter Verwendung der von der Abteilung Handel erstellten Vordrucke abgefasst werden und in der zeitlichen Reihenfolge bearbeitet werden, in der sie vorgelegt wurden, unter Anwendung der folgenden Vorzugskriterien:

- a) die Verfügbarkeit der Räumlichkeiten vonseiten des Antragstellers;
- b) die beste Vereinbarkeit mit Umwelt und urbanistischen Erfordernissen.

2. Ein Gesuch gilt als angenommen, sofern es nicht innerhalb von 60 Tagen ab Erhalt abgelehnt wird.

3. Die obgenannte Frist wird für die Dauer von 20 Tagen ausgesetzt, wenn die Gemeinde weitere Unterlagen anfordert; nach Erhalt dieser Unterlagen hat die Gemeinde 10 Tage Zeit, um einen endgültigen Beschluss zu fassen.

4. Die Ansuchen um Genehmigung unterliegen einer Überprüfung der sozioökonomischen Vereinbarkeit und der Vereinbarkeit mit Umwelt und

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

rizzazione per l'esercizio del commercio al dettaglio è comunque soggetto alla disciplina urbanistica provinciale.

5. Prima del rilascio materiale della autorizzazione il Comune richiede all'interessato tutti i documenti non già in suo possesso e ritenuti necessari a certificare i fatti ed i dati dichiarati all'atto della domanda, salvo quelli per i quali è sufficiente ed è stata resa l'autocertificazione e, in particolare, la planimetria dei locali di vendita, approvata dall'organo competente e riportante la destinazione d'uso di commercio al dettaglio.

Articolo 8

Apertura di una nuova media struttura di vendita

1. L'apertura di una nuova media struttura di vendita è soggetta ad autorizzazione rilasciata dal sindaco nel rispetto del presente piano e degli strumenti urbanistici comunali.

2. L'apertura delle medie strutture di vendita in zona 1, come definita nell'Allegato 3 alle presenti Norme, è autorizzata indipendentemente dalla disponibilità di superficie di vendita (TM) e non attinge ed intacca la medesima.

3. L'apertura delle medie strutture di vendita in zona 2 è autorizzata solamente se vi è ancora disponibilità della superficie (TM) riportata nell'Allegato 1 alle presenti Norme, distintamente per settore merceologico richiesto, ed attinge ed intacca la medesima.

4. Il rilascio di autorizzazioni per l'apertura di nuove medie strutture localizzate in zona per insediamenti produttivi non è soggetto alla disponibilità di superficie di vendita di cui al presente piano (TM) in quanto in tale zona il commercio al dettaglio è limitato, in base alla legge urbanistica provinciale ed al relativo regolamento di esecuzione, solo ad alcuni articoli ed a merceologie estensive.

5. Qualora venga a residuare nel periodo di validità del presente piano una quota di superficie di vendita (TM) anche distintamente per settore merceologico e tale da non consentire di attivare una nuova media struttura, tale quota potrà essere utilizzata solo per l'ampliamento settoriale di medie strutture di vendita già esistenti.

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

urbanistischen Erfordernissen. Die Überprüfung der Ansuchen zur Ausübung des Einzelhandels unterliegt jedenfalls dem Landesraumordnungsgesetz.

5. Vor der materiellen Ausstellung der Genehmigung fordert die Gemeinde den Betroffenen auf, alle noch ausstehenden Unterlagen einzureichen, die erforderlich sind, um die im Gesuch enthaltenen Angaben zu bestätigen. Ausgenommen sind jene Angaben, für die eine eigenverantwortliche Erklärung hinterlegt wurde und als ausreichend betrachtet wird. Insbesondere ist der von der zuständigen Behörde genehmigte Plan der Verkaufsräume vorzulegen, aus dem die Zweckbestimmung der Räume für den Einzelhandel ersichtlich sein muss.

Artikel 8

Eröffnung eines neuen mittleren Betriebes

1. Die Eröffnung eines mittleren Handelsbetriebes unterliegt der Genehmigung vonseiten des Bürgermeisters unter Berücksichtigung des gegenständlichen Planes und der gemeindlichen Baubestimmungen.

2. Die Eröffnung von mittleren Betrieben in Zone 1, wie in Anlage 3 des gegenständlichen Planes definiert, ist unabhängig von der Verfügbarkeit der Verkaufsfläche (HG) erlaubt; und greift diese nicht an.

3. Die Eröffnung von mittleren Betrieben in Zone 2 ist nur dann erlaubt, falls die Flächenverfügbarkeit (HG) aufgrund des gegenständlichen Planes, Anlage 1, getrennt nach Warenbereichen, gegeben ist und vermindert dieselbe.

4. Der Erlass von Genehmigungen für die Eröffnung von neuen mittleren Handelsbetrieben in Gewerbegebieten unterliegt nicht der Verfügbarkeit der Verkaufsfläche laut vorliegendem Plan (HG), da in diesen Gebieten der Detailhandel aufgrund des Landesraumordnungsgesetzes und der diesbezüglichen Durchführungsverordnung auf wenige Artikel und extensive Waren beschränkt ist.

5. Falls ein Teil der verfügbaren Verkaufsfläche (HG) für Eröffnungen, auch getrennt nach Warenbereichen, übrig bleibt, der für die Eröffnung eines neuen mittleren Handelsbetriebes nicht ausreichend ist, so kann dieser für Erweiterungen von bestehenden mittleren Handelbetrieben benützt werden.

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

Articolo 9 Trasferimento di una media struttura di vendita

1. Il trasferimento di sede di una media struttura di vendita è soggetto ad autorizzazione rilasciata dal sindaco, nel rispetto delle Norme del presente piano e degli strumenti urbanistici comunali.

2. Il trasferimento delle medie strutture nell'ambito della stessa zona è di norma autorizzato, fatta salva la compatibilità urbanistico - ambientale.

3. Il trasferimento delle medie strutture da zona diversa in zona 1, come definita nell'Allegato 3 alle presenti Norme, è autorizzato indipendentemente dalla disponibilità di superficie di vendita (TM) e non attinge alla medesima.

4. Il trasferimento delle medie strutture dalla zona 1 alla zona 2 è invece autorizzato solamente se vi è disponibilità di superficie di vendita (TM) ed attinge alla medesima per l'intera superficie dell'esercizio, distintamente per i settori merceologici trattati, fatte salve le deroghe riferite a causa di forza maggiore, quali lo sfratto esecutivo o la ristrutturazione dell'edificio in interesse nel quale l'operatore si impegna a reinsediarsi una volta ultimata detta ristrutturazione. Potrà inoltre prevedersi una deroga puntuale e specifica sulle singole istanze, con valutazione socio-economica ed urbanistica operata dagli Uffici comunali, che non costituirà a nessun titolo precedente, per autorizzare il trasferimento dalla zona 1 alla zona 2 di medie strutture che generano problemi di particolare gravità connessi al carico/scarico, alla accessibilità riferita sia a privati che ad operatori economici, alla pericolosità intrinseca delle merceologie trattate, all'inquinamento e ad altri fattori suscettibili di arrecare grave pregiudizio, qualora col trasferimento vengano a superarsi tali problematiche.

5. Nelle zone per insediamenti produttivi non è consentito il trasferimento da altre zone di esercizi commerciali e delle relative autorizzazioni (comunicazioni).

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

Artikel 9 Übersiedlung eines mittleren Betriebes

1. Die Verlegung eines mittleren Handelsbetriebes unterliegt der Genehmigung vonseiten des Bürgermeisters unter Berücksichtigung des gegenständlichen Planes und der gemeindlichen Baubestimmungen.

2. Die Übersiedlung eines mittleren Betriebes innerhalb derselben Zone ist unter der Bedingung erlaubt, dass diese mit den urbanistischen Erfordernissen und dem Umweltaspekt vereinbar ist.

3. Die Übersiedlung eines mittleren Betriebes in die Zone 1, wie in Anlage 3 des gegenständlichen Planes definiert, ist unabhängig von der Verfügbarkeit der Verkaufsfläche (HG) erlaubt und vermindert diese nicht.

4. Die Übersiedlung von mittleren Handelsbetrieben von Zone 1 in die Zone 2 ist nur dann erlaubt, falls die Verfügbarkeit an Verkaufsfläche (HG), getrennt nach Warentypen, vorhanden ist, und vermindert dieselbe im Ausmaß der Gesamtfläche des Betriebes. Davon ausgenommen sind Gründe höherer Gewalt, wie Kündigung oder Restrukturierung des betreffenden Gebäudes, verbunden mit der Verpflichtung von Seiten des Unternehmers, nach erfolgter Restrukturierung wieder in das ursprüngliche Lokal einzuziehen. Außerdem kann eine punktuelle und spezifische Ausnahme zu den einzelnen Anfragen um Übersiedlung von mittleren Betrieben aus der Zone 1 in die Zone 2 vorgesehen werden, mit Überprüfung der sozio-ökonomischen Vereinbarkeit von Seiten der Gemeindeämter, was unter keinen Umständen einen Präzedenzfall darstellt, in den folgenden Fällen: Betriebe, die große Probleme verursachen in Zusammenhang mit dem Auf- und Abladen, mit der Erreichbarkeit bezogen auf die Privatkunden und Unternehmer, mit der Gefährlichkeit der gehandelten Waren, mit der Umweltverschmutzung und mit anderen denkbaren Faktoren, die Schäden verursachen können, wenn mit der Übersiedlung diese Probleme gelöst werden können.

5. In den Gewerbegebieten ist die Verlegung der Verkaufsfläche für den Handel und der diesbezüglichen Genehmigungen (Mitteilungen), aus anderen Gebieten, nicht gestattet.

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Articolo 10 Ampliamenti di superficie

1. L'ampliamento della superficie di vendita fino al limite massimo di 500 m² di una media struttura di vendita è soggetto ad autorizzazione rilasciata dal sindaco, nel rispetto di quanto recato dalle presenti Norme di attuazione e degli strumenti urbanistici comunali.

2. L'ampliamento delle medie strutture in zona 1 è autorizzato indipendentemente dalla disponibilità di superficie di vendita (TM) e non intacca la medesima, risultando in tale zona libere le attivazioni fino a 500 m².

3. L'ampliamento delle medie strutture in zona 2 ed anche contestuale al trasferimento da zona 1, è autorizzato solamente se vi è disponibilità di superficie di vendita (TM), in modo specifico per il settore merceologico d'interesse, ed intacca proporzionalmente il TM, in caso di semplice ampliamento limitatamente alla superficie addizionale richiesta, mentre in caso di contestuale trasferimento da zona 1 e ampliamento per l'intera superficie finale dell'esercizio.

4. Le piccole strutture di vendita attive da 5 o più anni in zona 2 sono autorizzate comunque ad ampliare la superficie di vendita fino alla superficie massima definita nell'Allegato 2 alle presenti Norme indipendentemente dalla disponibilità di superficie (TM) e non attingono alla medesima. Quelle invece posizionate in zona 1 che intendono trasferirsi in zona 2 fruendo di un contestuale ampliamento e ricadendo per effetto di ciò nella classe dimensionale del medio dettaglio, non possono fruire della presente deroga e sono autorizzate solo se residua disponibilità di superficie (TM) per i settori merceologici d'interesse ed intaccano proporzionalmente la medesima per l'intera superficie finale.

5. Le medie strutture di vendita attive da 5 o più anni in zona 2 sono autorizzate una volta ad ampliare comunque la superficie di vendita fino alla percentuale definita nell'Allegato 2 alle presenti Norme e comunque non oltre i 500 m², indipendentemente dalla disponibilità di superficie (TM) e non attingono alla medesima. Le medie strutture con superficie tra i 101 m² ed i 155 m² che volessero fruire della presente deroga al Tetto Massimo possono ampliare la loro superficie fino a 200 m² anche quando, applicando la maggiorazione del 30%, la superficie finale risulta inferiore a detta soglia. Quelle invece posizionate in zona 1 che intendono trasferirsi in zona 2 con contestuale ampliamento, non possono fruire della presente deroga e sono autorizzate solo se residua disponibilità di superficie (TM) per i settori

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

Artikel 10 Erweiterung eines mittleren Betriebes

1. Die Erweiterung der Verkaufsfläche bis höchstens 500 m² eines mittleren Handelsbetriebes unterliegt der Genehmigung vonseiten des Bürgermeisters unter Berücksichtigung des gegenständlichen Planes sowie der gemeindlichen Baubestimmungen.

2. Die Erweiterung von mittleren Betrieben in Zone 1 ist unabhängig von der Verfügbarkeit der Verkaufsfläche (HG) erlaubt, und greift diese nicht an, da in dieser Zone die Aktivierungen bis 500 m² frei sind.

3. Die Erweiterung von mittleren Betrieben in Zone 2 und auch die Verlegung aus der Zone 1, ist nur dann erlaubt, falls die Flächenverfügbarkeit (HG) speziell für den in Frage kommenden Warenbereich gegeben ist. Sie greift im proportionalen Maß die HG an. Im Falle einer einfachen Erweiterung wird die zusätzliche Fläche von der HG abgezogen, bei gleichzeitiger Erweiterung und Verlegung des Betriebes aus der Zone 1 die gesamte Verkaufsfläche.

4. Kleine Handelsstrukturen die seit 5 oder mehr Jahren in der Zone 2 in Betrieb sind, können, unabhängig von der Flächenverfügbarkeit (HG), ihre Verkaufsfläche bis zur, wie in Anlage 2 der gegenständlichen Bestimmungen definiert, bestimmten maximalen Fläche erweitern und greifen diese nicht an. Die Betriebe hingegen, die von der Zone 1 in die Zone 2 umsiedeln wollen mit gleichzeitiger Erweiterung und die aus diesem Grunde in die Kategorie der mittleren Verkaufsstrukturen fallen, können nicht von dieser Ausnahme Gebrauch machen. Sie können die Genehmigung nur erhalten, wenn für die in Frage kommenden Warenbereiche die Flächenverfügbarkeit (HG) vorhanden ist und verringern diese in proportionalen Ausmaß für die gesamte Verkaufsfläche.

5. Mittlere Handelsstrukturen die seit 5 oder mehr Jahren in der Zone 2 in Betrieb sind, können, unabhängig von der Flächenverfügbarkeit (HG), eine einmalige Erweiterung der Verkaufsfläche bis zum in der Anlage 2 bestimmten Prozentsatz vornehmen, keinesfalls über 500 m², und greifen diese nicht an. Die mittleren Handelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche zwischen 101 m² und 155 m², welche diese Ausnahmeregelung nutzen wollen, dürfen ihre Verkaufsfläche bis auf 200 m² erweitern, auch wenn bei der Berechnung der 30% die Endverkaufsfläche unter dieser Grenze liegen würde.

Die Betriebe hingegen, die von der Zone 1 in die Zone 2 umsiedeln wollen mit gleichzeitiger Erweiterung, können nicht von dieser Ausnahme Gebrauch machen. Sie können die Genehmigung nur erhalten,

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

merceologici d'interesse ed intaccano proporzionalmente la medesima per l'intera superficie finale.

6. L'ampliamento di una piccola struttura di vendita in zona 2, realizzato eventualmente anche con la concentrazione di preesistenti esercizi commerciali ed a seguito di trasferimento e che comporti la creazione di una media struttura di vendita, equivale all'apertura di una nuova media struttura di vendita. Pertanto è autorizzato solamente se vi è disponibilità residua di superficie di vendita (TM) per i settori merceologici d'interesse ed intaccano proporzionalmente la medesima per l'intera superficie finale.

7. L'ampliamento della superficie di vendita delle medie strutture localizzate in zona per insediamenti produttivi non è soggetto ai limiti di superficie di vendita di cui sopra (TM), in quanto in tale zona il commercio al dettaglio è limitato, in base alla legge urbanistica provinciale ed al relativo regolamento di esecuzione, solo ad alcuni articoli ed a merceologie estensive.

Articolo 11

Concentrazione di esercizi

1. Due o più autorizzazioni per medie strutture insediate nella stessa zona, possono essere fuse in un'unica autorizzazione mediante la concentrazione di preesistenti esercizi commerciali. Se la concentrazione comporta la creazione di una grande struttura di vendita, il rilascio dell'autorizzazione è di competenza dell'assessore provinciale al commercio.

2. La concentrazione di preesistenti medie strutture appartenenti a zona diverse è consentita, se l'esercizio viene attivato in zona 1, fino alla concorrenza di 500 metri quadri di superficie di vendita. Se l'esercizio viene attivato in zona 2 è consentito purché vi sia disponibilità di superficie (TM) ed intacca il TM medesimo per la quota e la tipologia settoriale di superficie pari a quella dei soli esercizi provenienti da zone diverse dalla 2.

3. La concentrazione di preesistenti piccole strutture di vendita che comporti la creazione di una media struttura di vendita oppure la concentrazione di piccole strutture di vendita con una media struttura di vendita, equivalgono rispettivamente all'apertura o all'ampliamento di una media struttura di vendita, sia per quanto riguarda la necessaria disponibilità di superficie di vendita

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

wenn für die in Frage kommenden Warenbereiche die Flächenverfügbarkeit (HG) vorhanden ist und verringern diese in proportionalen Ausmaß für die gesamte Verkaufsfläche.

6. Die Erweiterung einer kleinen Handelsstruktur in der Zone 2, welche eventuell auch durch Zusammenlegung von bereits bestehenden Betrieben verwirklicht wird, und die Schaffung einer mittleren Handelsstruktur zur Folge hat, wird einer Neueröffnung einer mittleren Handelsstruktur gleichgestellt. Deshalb wird die Genehmigung nur ausgestellt, wenn für die in Frage kommenden Warensektoren die Flächenverfügbarkeit (HG) vorhanden ist und verringern diese in proportionalem Ausmaß für die gesamte Verkaufsfläche.

7. Die Erweiterung der Verkaufsfläche der mittleren Handelstrukturen in Gewerbegebieten unterliegt nicht den obengenannten Begrenzungen der Verkaufsfläche (HG), da in diesen Gebieten der Detailhandel aufgrund des Landesraumordnungsgesetzes und der diesbezüglichen Durchführungsverordnung, auf einige Artikel und extensive Waren, begrenzt ist.

Artikel 11

Zusammenlegung von Betrieben

1. Zwei oder mehrere Genehmigungen von mittleren Handelsbetrieben, welche sich in derselben Handelszone befinden, können mittels Zusammenlegung bestehender Handelsbetriebe zu einer einzigen Genehmigung verschmolzen werden. Falls die Zusammenlegung die Gründung eines großen Handelsbetriebes zur Folge hat, so ist die Erteilung der Genehmigung Zuständigkeit des Landesrates für Handel.

2. Die Zusammenlegung von bereits bestehenden mittleren Handelsbetrieben, in verschiedenen Zonen gelegen, ist erlaubt, falls der Betrieb in Zone 1 eröffnet wird, aber keinesfalls über 500 m². Wird das Geschäft in Zone 2 eröffnet, ist sie erlaubt, falls aufgrund des gegenständlichen Planes die Flächenverfügbarkeit (HG) vorhanden ist und verringert diese HG um die in Frage kommende Quote und den Warenbereich für die Verkaufsfläche, die von den Betrieben außerhalb der Zone 2 kommen.

3. Die Zusammenlegung von bereits bestehenden kleinen Handelsbetrieben zu einem mittleren Handelsbetrieb oder die Zusammenlegung von kleinen Handelsbetrieben mit einem mittleren Handelsbetrieb kommt der Eröffnung bzw. der Erweiterung eines mittleren Handelsbetriebes gleich. Sei es in Bezug auf die vom gegenständlichen Plan vorgesehene notwendige Verfügbarkeit

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

prevista dal presente piano, sia per quanto concerne il rispetto di tutte le disposizioni e criteri commerciali e urbanistici. Pertanto tale concentrazione se avviene in zona 2 è consentita purché vi sia disponibilità residua di superficie (TM) ed intacca il TM medesimo per la quota di superficie pari a quella intera nel primo caso o per la quota limitata all'ampliamento della media struttura esistente nel secondo, attingendo al TM secondo il riparto settoriale delle aziende di partenza.

der Verkaufsfläche, als auch in Bezug auf die Einhaltung aller Bestimmungen sowie Handels und Urbanistikkriterien. Deshalb wird eine solche Zusammenlegung in der Zone 2 genehmigt, falls die Flächenverfügbarkeit (HG) vorhanden ist. Sie verringert die HG um das Gesamtausmaß der Fläche im ersten Fall und um die entsprechende Erweiterungsquote der mittleren Verkaufsstruktur im zweiten Fall.

Articolo 12

Estensione o variazione del settore merceologico

1. L'aggiunta di un settore merceologico e la variazione merceologica, ossia la sostituzione di un settore merceologico con un altro, realizzate con o senza ampliamento della superficie di vendita all'interno della zona 2, possono essere autorizzati unicamente se vi è disponibilità di superficie di vendita per nuove aperture di medie strutture di vendita al presente piano, per il settore merceologico chiesto in aggiunta o in sostituzione ed intacca il TM medesimo.

Artikel 12

Ausdehnung oder Änderung des Warenbereiches

1. Die Ausdehnung und die Änderung eines Warenbereichs oder besser gesagt die Ersetzung eines Warenbereichs durch einen anderen, mit oder ohne Erweiterung der Verkaufsfläche innerhalb der Zone 2, können nur dann genehmigt werden, falls, für den in Ausdehnung oder in Ersatz angesuchten Warenbereich, die Verkaufsfläche für neue Eröffnungen für mittlere Handelsbetriebe gemäß gegenständlichem Plan vorhanden ist und greift die entsprechende HG an.

Articolo 13

Attività stagionale o temporanea

1. E' consentito l'invio di comunicazioni o il rilascio di autorizzazioni per l'esercizio di attività stagionale, per un periodo non inferiore a 90 giorni e non superiore a 180 giorni. Questa attività è disciplinata dalle stesse norme previste per l'esercizio dell'attività non stagionale.

Artikel 13

Saisonale und zeitweilige Tätigkeit

1. Die Übermittlung von Mitteilungen oder die Erteilung von Genehmigungen zur Ausübung saisonaler Handelstätigkeit ist gestattet, diese kann sich über mindestens 90 bis höchstens 180 Tage erstrecken. Für diese Tätigkeit gelten dieselben Bestimmungen wie für die Ausübung von nicht saisongebundener Tätigkeit.

2. Il sindaco può concedere autorizzazioni temporanee alla vendita in occasione di fiere, feste, mercati, o altre riunioni straordinarie di persone, a chi è in possesso dei requisiti morali di cui all'articolo 3 della legge provinciale 17 febbraio 2000, n.7.

2. Im Falle von Messen, Festen, Märkte oder anderen außerordentlichen Zusammenkünfte, kann der Bürgermeister, an Personen welche die in Artikel 3, des Landesgesetzes vom 17. Februar 2000, n.7 moralischen Voraussetzungen besitzt, zeitweilige Verkaufsgenehmigungen erteilen.

Articolo 14

Caratteristiche dei locali di vendita

1. I locali destinati alla vendita al dettaglio devono:

- avere accesso diretto da area pubblica o privata, qualora trattasi di cortili interni, androni, parti condominiali comuni; in questo ultimo caso dovranno avere finestre o altre luci o insegne visibili da area pubblica;

- essere divisi dai locali destinati al commercio al-

Artikel 14

Eigenschaften der Verkaufsräume

1. Räume, in denen Einzelhandel betrieben wird, müssen

- von öffentlichem Grund her unmittelbar zugänglich sein oder von einem privaten, wenn es sich um einen Innenhof, einen Torweg oder einen gemeinsam zu benützenden Anteil einer Wohnanlage handelt; in diesem Fall müssen die Räume Fenster oder andere Lichtöffnungen oder Firmenschilder aufweisen, die vom öffentlichen Grund aus sichtbar sind;

- von den für den Großhandel, für eine Gaststätte

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

l'ingrosso, a pubblico esercizio o ad altri usi mediante pareti stabili, da pavimento a soffitto, anche se dotate di porte di comunicazione interna sulle quali deve essere esposto in posizione ben visibile un cartello con la seguente dicitura "Divieto di accesso al pubblico - accesso riservato al personale".

2. L'area espositiva di merci di qualsiasi tipo, con accesso aperto al pubblico e con presenza di personale dell'impresa, costituisce a tutti gli effetti superficie di vendita ed è soggetta ad autorizzazione.

3. Nei locali di vendita deve essere esposta in modo chiaramente visibile l'autorizzazione amministrativa o copia della comunicazione, relative all'attività svolta.

Articolo 15 Subingresso

1. Il trasferimento della gestione o della proprietà di una media struttura di vendita per atto tra vivi o per causa di morte, sono soggette alla sola comunicazione al Comune, utilizzando la modulistica predisposta dalla Ripartizione commercio. Chi assume la gestione o la proprietà di un esercizio di vendita al dettaglio, deve soddisfare i requisiti previsti dalla legge provinciale 17 febbraio 2000, n.7 e deve documentarne il possesso nella comunicazione al Comune sull'assunzione dell'esercizio.

2. Nella comunicazione di cui al precedente comma 1 il subentrante deve attestare il possesso dei requisiti morali e professionali, questi ultimi sono richiesti solo se l'attività riguarda il settore merceologico alimentare. Egli deve altresì trasmettere copia autentica dell'atto di cessione d'azienda ovvero dell'atto di acquisto del titolo, nel caso di morte del dante causa.

3. Il trasferimento della gestione o della proprietà comportano il trasferimento della relativa autorizzazione.

4. Il subentrante può continuare l'attività a titolo provvisorio a partire dalla data di invio della comunicazione per un periodo massimo di 60 giorni e può comunque iniziare l'attività a partire dalla data di ricevimento della comunicazione stessa da parte del Comune. Il subentrante per causa di morte può continuare l'attività del dante causa o

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

oder für andere Zwecke bestimmten Räumen durch feste Wände, die bis zur Decke reichen, getrennt sein; es dürfen jedoch interne Verbindungstüren vorhanden sein auf denen ein gut sichtbarer Stelle ein Schild mit der Aufschrift „Kein Zutritt für Kunden - Zutritt nur für Personal“ anzubringen ist.

2. Jede Art von Ausstellungsfläche mit öffentlichem Zugang, auf der Betriebspersonal tätig ist, ist in jeder Hinsicht als Verkaufsfläche zu betrachten und muss genehmigt werden.

3. In den Verkaufsräumen muss gut sichtbar die Genehmigung oder die Kopie der Mitteilung, betreffend die ausgeübte Tätigkeit, aufgeschlagen sein.

Artikel 15 Nachfolge

1. Die Übertragung der Führung oder des Eigentums an einem mittleren Handelsbetrieb durch einen Vertrag zwischen Lebenden oder wegen Todesfall unterliegt lediglich der Mitteilung an die Gemeinde, wobei die von der Abteilung Handel vorbereiteten Formulare zu verwenden sind. Wer die Führung oder das Eigentum an einem Einzelhandelsgeschäft übernimmt, muss die vom Landesgesetz vom 17. Februar 2000, Nr. 7 vorgesehenen Voraussetzungen erfüllen und deren Besitz in der Mitteilung an die Gemeinde über die Übernahme des Geschäfts belegen.

2. In der gesetzlich vorgeschriebenen Mitteilung muss der Nachfolger erklären, dass er die Voraussetzungen in Hinsicht auf persönliche Zuverlässigkeit und berufliche Qualifikation erfüllt. Die berufliche Qualifikation ist nur für die Betätigung im Lebensmittelbereich erforderlich. Außerdem ist eine beglaubigte Kopie des Vertrages über die Abtretung des Betriebs oder - bei Tod des Rechtsvorgängers - des Aktes vorzulegen, auf Grund dessen das Eigentum am Betrieb erworben wurde.

3. Die Übertragung des Geschäfts oder des Eigentums zieht auch die Übertragung der entsprechenden Genehmigung nach sich.

4. Ab dem Datum der Übermittlung der Mitteilung darf der Nachfolger die Tätigkeit provisorisch für maximal 60 Tage fortführen. Eine Aufnahme der Tätigkeit ist ab Erhalt der Mitteilung seitens der Gemeinde zulässig. Bei einer Nachfolge wegen Todesfalls darf der neue Inhaber für einen Höchstzeitraum von zwölf Monaten die Tätigkeit

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

cedere l'azienda senza il possesso dei requisiti professionali di cui all'articolo 3, per un periodo massimo di dodici mesi.

5. Nel caso di trasferimento della gestione di un'azienda di commercio al dettaglio, entro 30 giorni dalla data di cessazione della medesima, il proprietario deve darne comunicazione all'autorità competente.

Articolo 16 Sospensione dell'attività

1. Colui che essendo in possesso di autorizzazione amministrativa non stagionale, intende sospendere l'attività di vendita, deve darne notizia al Comune prima dell'inizio del periodo di sospensione. Analoga comunicazione deve essere data al pubblico a mezzo di apposito cartello da esporre sulla porta d'entrata dell'esercizio.

Articolo 17 Revoca dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione é revocata se il titolare:

a) non inizia l'attività entro un anno dalla data di notifica dell' accoglimento dell'istanza, salvo proroga in caso di comprovata necessità;

b) sospende l'attività per un periodo superiore a sei mesi, salvo proroga in caso di comprovata necessità;

c) non risulta più provvisto dei requisiti di cui all'articolo 2 delle legge provinciale 17 febbraio 2000, n.7;

d) nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico - sanitaria, avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta per casi di particolare gravità o recidiva.

2. La revoca dell'autorizzazione o la chiusura di una piccola struttura di vendita, disposte anche per singolo settore merceologico, devono essere comunicate entro 30 giorni alla Camera di commercio.

3. In caso di svolgimento abusivo dell'attività, il sindaco ordina l'immediata chiusura totale o parziale, nel caso di ampliamento non autorizzato, dell'esercizio di vendita e può disporre la totale o parziale confisca della merce. Il sindaco ordina altresì l'immediata chiusura totale o parziale dell'esercizio di vendita, relativamente alla superficie di vendita attivata su area con destinazione d'uso urbanistica diversa da quella di commercio al det-

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

des Rechtsvorgängers fortsetzen oder den Betrieb abtreten, ohne im Besitz der beruflichen Voraussetzungen gemäß Artikel 3 zu sein.

5. Im Falle der Übertragung der Führung eines Einzelhandelsbetriebes muss der Eigentümer innerhalb von 30 Tagen ab dem Datum der Beendigung der Tätigkeit die zuständige Behörde davon in Kenntnis setzen.

Artikel 16 Einstellung der Tätigkeit

1. Wer in Besitz einer nicht saisonalen Verwaltungsgenehmigung ist und die Verkaufstätigkeit einzustellen beabsichtigt, muss dies der Gemeinde vor der Einstellung der Tätigkeit melden. Ebenso muss die Öffentlichkeit mittels eines Anschlagzettels, der an der Eingangstür des Betriebes anzubringen ist, davon in Kenntnis gesetzt werden.

Artikel 17 Widerruf der Genehmigung

1. Die Genehmigung wird in folgenden Fällen widerrufen:

a) wenn der Inhaber nicht innerhalb eines Jahres ab Zustellung der Annahme des Antrages mit seiner Tätigkeit beginnt, unbeschadet des Aufschubs bei nach-gewiesener Notwendigkeit,

b) wenn der Inhaber die Tätigkeit für einen Zeitraum von mehr als sechs Monaten einstellt, unbeschadet des Aufschubs bei nachgewiesener Notwendigkeit,

c) wenn der Inhaber die Voraussetzungen laut Artikel 2 des Landesgesetzes vom 17. Februar 2000, Nr.7, nicht mehr erfüllt,

d) bei wiederholtem Verstoß gegen die hygienisch-sanitären Vorschriften nach zeitweiliger Einstellung der Handelstätigkeit aufgrund besonders schwerwiegender Fälle oder aufgrund von Rückfälligkeit.

2. Der Widerruf der Genehmigung sowie die Schließung eines kleinen Handelsbetriebes, auch für einen einzelnen Warenbereich, müssen der Handelskammer innerhalb von 30 Tagen mitgeteilt werden.

3. Bei widerrechtlicher Ausübung der Tätigkeit ordnet der Bürgermeister die unverzügliche Schließung des gesamten Handelsbetriebes an oder eines Teiles, wenn es sich um eine widerrechtliche Vergrößerung handelt. Außerdem kann er die Beschlagnahme der gesamten oder eines Teiles der Waren verfügen. Der Bürgermeister ordnet weiters die unverzügliche Schließung des gesamten Handelsbetriebes oder eines Teiles da-

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

taglio.

von an, und zwar hinsichtlich jener Verkaufsfläche, welche eine andere Zweckbestimmung als jene des Detailhandels aufweist.

Articolo 18

Vendite straordinarie

1. Per vendite straordinarie si intendono le vendite di liquidazione, le vendite di fine stagione e le vendite promozionali, nelle quali l'esercente dettagliante offre condizioni realmente favorevoli di acquisto dei propri prodotti.
2. Sono considerate vendite di liquidazione, quelle forme di vendita al pubblico presentate come occasione particolarmente favorevole e comunque differenziate dalle vendite normalmente praticate in altri negozi, poste in essere unicamente da chi è titolare dell'autorizzazione di commercio al dettaglio ovvero dal titolare dell'esercizio, per la vendita di tutte o di gran parte delle merci giacenti nel negozio o nel rispettivo magazzino.
3. Sono considerate vendite di fine stagione quelle forme di vendita durante le quali si mettono in vendita esclusivamente prodotti di carattere stagionale o di moda comunque suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono venduti durante la stagione o entro un breve periodo di tempo. Le vendite di fine stagione possono effettuarsi solamente in due periodi dell'anno, che sono determinati, per settori merceologici e per zone, dalla Camera di commercio.
4. Per vendite promozionali si intendono quelle particolari forme di vendita, di durata non superiore alle due settimane, a prezzi inferiori a quelli correnti e relative ad un numero limitato di voci merceologiche, con le quali l'azienda commerciale si propone di lanciare sul mercato un nuovo prodotto o una nuova marca o di incrementare il proprio giro d'affari, suscitando l'interesse della clientela attraverso la proposta di suggerimenti particolari d'acquisto, quali i prodotti a prezzo scontato, per stimolare l'acquisto di altri prodotti consimili, le confezioni con omaggi e similari.
5. Chiunque intenda effettuare vendite di liquidazione o promozionale deve darne comunicazione al Comune utilizzando la modulistica predisposta dalla Ripartizione provinciale commercio.
6. Nelle vendite disciplinate dal presente articolo lo sconto o il ribasso effettuato deve essere espresso in percentuale sul prezzo normale di vendita, che deve essere comunque esposto.
7. In caso di vendite straordinarie è consentita la vendita sottocosto, come definita dall'articolo 10 della legge provinciale 17 febbraio 2000, n.7.

Artikel 18

Außerordentlicher Verkauf

1. Unter außerordentlichem Verkauf sind der Räumungs- und Ausverkauf, der Saisonschlussverkauf und der Werbeverkauf zu verstehen, bei denen der Einzelhändler tatsächlich günstige Bedingungen für den Kauf anbietet.
2. Als Räumungs- und Ausverkauf gilt ein der Öffentlichkeit als besonders günstige Gelegenheit angekündigter Verkauf, der sich jedenfalls vom normalen Verkaufsangebot in anderen Geschäften unterscheidet und ausschließlich vom Inhaber einer Einzelhandelsgenehmigung oder vom Betriebsinhaber durchgeführt wird, um alle oder einen Großteil der im Geschäft oder im dazugehörigen Lagerraum liegenden Waren abzusetzen.
3. Als Saisonschlussverkauf gilt der Verkauf von ausschließlich saisonalen oder Modeartikeln, die eine erhebliche Entwertung erleiden würden, wenn sie nicht innerhalb einer Saison oder innerhalb eines kurzen Zeitraumes verkauft würden. Saisonschlussverkäufe dürfen jährlich nur in zwei Zeitabschnitten durchgeführt werden, die je nach Warenbereich und Gebiet von der Handelskammer festgelegt werden.
4. Werbeverkäufe sind Sonderverkäufe, die nur wenige Artikel zum Gegenstand haben und sich über höchstens zwei Wochen erstrecken; diese Waren müssen billiger als üblich angeboten werden mit der Absicht des Betriebes, ein neues Produkt auf den Markt zu bringen, eine neue Marke zu lancieren oder den Umsatz zu heben; durch das Angebot von Waren zu einem verminderten Preis sollen die Kunden zum Kauf ähnlicher Produkte angeregt werden; durch das Angebot von Waren mit beigegebenen Geschenken oder durch ähnliche Angebote soll das Interesse der Kundschaft geweckt werden.
5. Wer einen Räumungs- oder Werbeverkauf durchzuführen beabsichtigt, muss dies der Gemeinde melden. Dabei sind die Formulare verwenden, die von der Landesabteilung Handel vorbereitet wurden.
6. Im Falle eines Verkaufs laut diesem Artikel muss der Preisnachlass gegenüber dem normalen Verkaufspreis, der für den Kunden auf jeden Fall ersichtlich sein muss, in Prozenten ausgedrückt sein.
7. Bei außerordentlichen Verkaufsaktionen ist ein Verkauf unter dem Einkaufspreis, im Sinne des Artikels 10 des Landesgesetzes 17. Februar 2000,

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

Nr.7, erlaubt.

Articolo 19

Orari

1. Gli orari di apertura e di chiusura al pubblico degli esercizi di vendita al dettaglio sono rimessi alla libera determinazione degli esercenti, nel rispetto del contratto collettivo di settore e dei criteri emanati dal Comune, con deliberazione del Consiglio comunale sulla base degli indirizzi deliberati dalla Giunta provinciale.

2. L'esercente è tenuto a rendere noto al pubblico l'orario di effettiva apertura e chiusura del proprio esercizio, mediante cartelli o altri idonei mezzi di informazione.

Articolo 20

Disposizioni particolari

1. Il titolare dell'attività commerciale al dettaglio deve procedere alla vendita nel rispetto dell'ordine temporale della richiesta.

2. Negli esercizi di commercio al dettaglio, gli articoli posti in vendita possono anche essere dati in locazione.

3. Il titolare di un esercizio commerciale organizzato su più reparti può affidare uno o più di tali reparti, perché li gestisca in proprio per il periodo di tempo convenuto ad altro soggetto in possesso dei requisiti di cui all'articolo 3 della legge provinciale 17 febbraio 2000, n.7 dandone immediata comunicazione alla Camera di commercio, al Comune ed all'Ufficio delle imposte sul valore aggiunto. In difetto risponde dell'attività esercitata dal soggetto conduttore. Questi deve fare denuncia dell'esercizio dell'attività alla Camera di commercio. La fattispecie di cui al presente comma non costituisce subingresso.

4. Il titolare dell'impresa o l'ente che svolge attività commerciale può nominare un proprio preposto alla gestione di uno o più esercizi commerciali, di uno o più reparti di essi. Tale nomina deve essere attestata con atto sostitutivo di notorietà oppure con autocertificazione sottoscritta dalle parti. Il preposto deve possedere i requisiti di cui all'articolo 3 della legge provinciale 17 febbraio 2000, n.7 ed è responsabile dell'attività svolta nei locali di vendita.

Artikel 19

Öffnungszeiten

1. Die Öffnungszeiten der Einzelhandelsgeschäfte werden von den einzelnen Unternehmern unter Berücksichtigung des sektoriellen Kollektivvertrags und der von der Gemeinde mit Beschluss des Gemeinderates aufgrund der Richtlinien der Landesregierung erlassenen Kriterien, bestimmt.

2. Der Kaufmann hat der Kundschaft die Öffnungs und Schließungszeiten seines Geschäftes durch ein Schild oder andere geeignete Mittel bekanntzugeben.

Artikel 20

Besondere Verfügungen

1. Der Inhaber des Einzelhandelsbetriebs muss bei seiner Verkaufstätigkeit nach der chronologischen Reihenfolge der Auftrag-seingänge vorgehen.

2. In Detailhandelsbetrieben können die für den Verkauf ausgestellten Waren auch vermietet werden.

3. Ist ein Handelsbetrieb in Abteilungen unterteilt, so kann der Betriebsinhaber eine oder mehrere dieser Abteilungen für einen bestimmten Zeitraum jemandem zur selbstständigen Führung anvertrauen, der im Besitz der Voraussetzungen gemäß Artikel 3 des Landesgesetzes vom 17. Februar 2000, Nr. 7 ist. Hierbei muss der Inhaber der Handelskammer, der Gemeinde und dem Mehrwertsteueramt unverzüglich eine entsprechende Meldung zukommen lassen. Macht er diese Meldung nicht, so haftet er für die Tätigkeit der beauftragten Person. Diese ist verpflichtet, die Aufnahme der Tätigkeit bei der Handelskammer zu melden. Bei der genannten Beauftragung handelt es sich nicht um Rechtsnachfolge.

4. Der Betriebsinhaber oder die Körperschaft, die eine Handelstätigkeit ausübt, kann einen Leiter für die Führung eines Handelsbetriebs oder mehrerer Handelsbetriebe bzw. einer oder mehrerer Abteilungen derselben ernennen. Diese Ernennung muss mit einer Erklärung anstelle eines Notariatsakts oder einer von den Parteien unterzeichneten eigenverantwortlichen Erklärung bestätigt werden. Der Betriebsleiter muss in Besitz der Voraussetzungen gemäß Artikel 3 des Landesgesetzes vom 17. Februar 2000, Nr. 7 sein und ist für die in den Verkaufsräumen abgewinkelte Tätigkeit verantwortlich.

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

Articolo 21

Vendita dei generi di monopolio

1. I servizi di distribuzione e vendita dei generi di monopolio sono disciplinati e regolamentati dalla legge 22 dicembre 1957, n.1293 e dal relativo regolamento di esecuzione.
2. Sono previste le rivendite ordinarie, le rivendite speciali ed il patentino per la vendita dei generi di monopolio.
3. Le Concessioni per le rivendite di generi di monopolio sono rilasciate dall'Amministrazione statale (Ispettorato Compartimentale dei Monopoli).

Articolo 22

Vendita della stampa quotidiana e periodica

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica è disciplinata dall'art.8 bis della L.P. 17 febbraio 2000 n.7 e dal relativo Regolamento di esecuzione (D.P.G.P. 30 ottobre 2000, n.39).
2. Il Comune può regolamentare il settore con il relativo piano di localizzazione formulato sulla base dei criteri contenuti nell'art. 10-ter del D.P.G.P. 30 ottobre 2000, n.39 e delle Direttive Provinciali, approvate con delibera della Giunta Provinciale 7 maggio 2007, n. 1.494.

Articolo 23

Commercio al dettaglio nelle zone di verde agricolo, alpino e bosco

1. Come prevede l'articolo 107 della legge provinciale 11 agosto 1997, n.13 "Legge urbanistica provinciale" non è consentito il rilascio di autorizzazioni né l'invio di comunicazioni di cui alla legge provinciale 17 febbraio 2000, n.7 per apertura, trasferimento, ampliamento di esercizi di commercio al dettaglio in zone di verde agricolo, alpino e bosco.

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

Artikel 21

Verkauf der Monopolwaren

1. Die Verteilung und der Verkauf von Monopolwaren werden vom Staatsgesetz vom 22. Dezember 1957, Nr. 1293 und der entsprechenden Durchführungsverordnung geregelt.
2. Es sind der ordentliche Wiederverkauf, der Sonder-Wiederverkauf und die Bescheinigung für den Verkauf von Monopolwaren vorgesehen.
3. Die Konzessionen für die Verkaufsstellen von Monopolwaren werden von der Staatverwaltung vergeben (Gebietsinspektorat der Monopolwaren).

Artikel 22

Verkauf von Tageszeitungen und Zeitschriften

1. Der Verkauf von Tageszeitungen und Zeitschriften wird vom Art. 8 bis des L.G. vom 17. Februar 2000, Nr. 7 und von der entsprechenden Durchführungsverordnung (D.Lh. 30. Oktober 2000, Nr. 39) geregelt.
2. Die Gemeinde kann den Bereich mit dem entsprechenden Lokalisierungsplan, der aufgrund der in Art. 10-ter des D.Lh. vom 30. Oktober 2000, Nr. 39 genannten Kriterien und aufgrund der Landesrichtlinien, genehmigt mit Beschluss der Landesregierung vom 7. Mai 2007, Nr. 1.494, erstellt wird, regeln.

Artikel 23

Einzelhandel im landwirtschaftlichen und alpinen Grün sowie in Waldgebieten

1. Der Artikel 7 des Landesgesetzes vom 11. August 1997, Nr. 13 „Landesraumordnungsgesetz“ sieht vor, dass weder der Erlass von Genehmigungen noch die Sendung von Mitteilungen gemäß Landesgesetz vom 17. Februar 2000, Nr. 7 für die Eröffnung, die Verlegung und die Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben in landwirtschaftliches Grün, alpines Grünland und Waldgebiet erlaubt sind.

Comune di CASTELROTTO

**Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)**

Gemeinde KASTELRUTH

**Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)**

Articolo 24

Commercio al dettaglio nelle zone per insediamenti produttivi

1. L'attività di commercio al dettaglio nelle zone per insediamenti produttivi è regolata dall'articolo 44 ter della legge provinciale 11 agosto 1997, n.13 "Legge urbanistica provinciale" e dal relativo regolamento di esecuzione, approvato con decreto del Presidente della Giunta provinciale 23 febbraio 1998, n.5. Essa è ammessa unicamente in funzione di prevalente attività artigianale o industriale o in funzione di attività di commercio all'ingrosso.

2. In via straordinaria nelle zone per insediamenti produttivi è ammesso il commercio al dettaglio delle attività elencate nel comma 4 dell'art. 44 ter della legge provinciale 11 agosto 1997, n.13 "Legge urbanistica provinciale".

Articolo 25

Validità del piano

1. Il presente piano comunale, approvato dal Consiglio comunale, ha durata quinquennale e può essere prorogato dallo stesso organo fino al massimo di due anni. La validità decorre dalla data di pubblicazione nel Bollettino ufficiale della Regione. In casi particolari, il piano comunale può essere modificato anche prima della sua scadenza.

Artikel 24

Einzelhandel in Gewerbegebieten

1. Die Ausübung des Einzelhandels in Gewerbegebieten wird vom Artikel 44 ter des Landesgesetzes vom 11. August 1997, Nr. 13 „Landesraumordnungsgesetz“ geregelt, sowie von der entsprechenden Durchführungsverordnung, genehmigt mit Dekret des Landeshauptmanns vom 23. Februar 1998, Nr. 5. Der Einzelhandel ist lediglich bei Haupttätigkeit im Bereich Handwerk oder Industrie oder bei Großhandel erlaubt.

2. Abweichend ist der Einzelhandel in Gewerbegebieten für die Ausübungen, die auf Absatz 4 von Artikel 44 ter vom 11. August 1997 Nr. 13 „Landesraumordnungsgesetz“ sind, erlaubt.

Artikel 25

Gültigkeit des Planes

1. Der vorliegende, vom Gemeinderat, genehmigte Gemeindeplan hat eine Gültigkeit von fünf Jahren und kann vom gleichen Organ um höchstens zwei Jahre verlängert werden. Die Gültigkeit beginnt mit Datum der Veröffentlichung im Amtsblatt der Region. In besonderen Fällen kann der Gemeindeplan auch vor dessen Ablauf abgeändert werden.

Allegato 1 – Determinazione e fruizione del Tetto Massimo

Anlage 1 – Festlegung und Gebrauch der Höchstgrenze

1.A) Determinazione del TM / Festlegung der HG

TM = 784

Nota:

1) il TM viene fruito sulla base di quanto previsto dagli articoli 8, 9, 10, 11 e 12 delle presenti Norme di attuazione

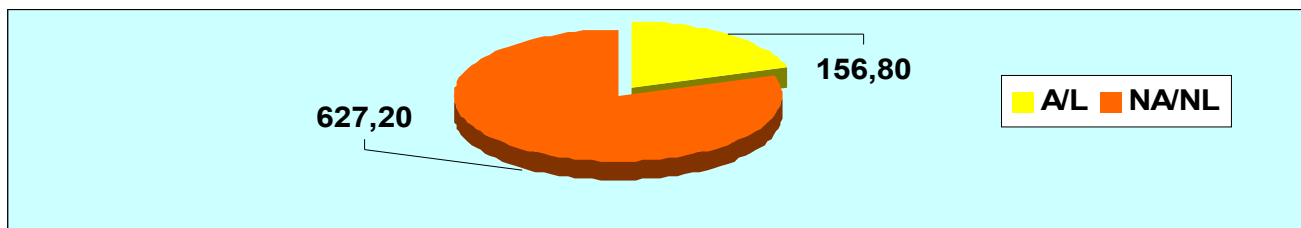
HG = 784

Note:

1) die HG wird aufgrund der Bestimmungen der Artikel 8, 9, 10, 11 und 12 der gegenständlichen Durchführungsbestimmungen benützt

1.B) / Ripartizione superficie disponibile per settore / Aufteilung der verfügbaren Fläche nach Bereich

Settore/Warenbereiche	SNV MSV oggi/aktuell	settorielle Gewichtung/inc.settor.		Aufteilung HG/rip.TM	
		oggi/aktuell	obiettivo/ziel	Sett./Bereich	m ²
Alimentari/Lebensmittel	422	16,85%	20,00%	A/L	156,80
Non Alim. / Nicht Lebensm.	2.083	83,15%	80,00%	NA/NL	627,20
Totale TM/Gesamt HG	2.505	100%	100%	Tot./Gesamt	784,00



1.C) tempi di utilizzo del TM / Benutzungszeiten der HG

	Riparto TM	1° anno	2° anno	3° anno	4° anno	5° anno
Settore/Warenbereich	Aufteilung HG	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr	5. Jahr
Alimentari/Lebensmittel	156,80	156,80	residuo/restl.	residuo/restl.	residuo/restl.	residuo/restl.
Non Al./Nicht Lebensmittel	627,20	209,06	209,06	209,06	residuo/restl.	residuo/restl.
Totale/Gesamt HG	784,00	365,86	209,06	209,06	residuo/restl.	residuo/restl.

Note:

1) in base a quanto previsto dall'art. 8 c. 5 delle presenti Norme, qualora residui una quota di TM disponibile per singolo settore non sufficiente per attivare una nuova media struttura, tale quota potrà essere utilizzata solo per l'ampliamento settoriale delle medie strutture di vendita esistenti

Note:

1) Wie in Art. 8 Abs. 5 der gegenständlichen Bestimmungen vorgesehen, kann der Teil der verfügbaren HG, getrennt nach Warenbereichen, der für die Eröffnung eines neuen mittleren Betriebes nicht ausreichend ist, nur für Erweiterungen von bestehenden mittleren Handelsbetrieben benützt werden.

Allegato 2 - Deroghe al Tetto Massimo

Anlage 2 – Abweichungen von der Höchstgrenze

2.A) Esercizi di vicinato ricadenti in zona 2 attivi da almeno 5 anni Nahversorgungsbetriebe in Zone 2, die seit mindestens 5 Jahren in Betrieb sind

Esercizi di vicinato ricadenti in zona 2 attivi da almeno 5 anni

Superficie netta di vendita comunque raggiungibile	200 m²
Estensione der Nettoverkaufsfläche auf maximal	200 m²

Note:

1) ai sensi dell'articolo 10 comma 4 delle presenti Norme di attuazione, gli esercizi di vicinato attivi da almeno cinque anni in zona 2 possano comunque ampliarsi fino al tetto di superficie sopra riportato;

2) l'ampliamento degli esercizi ricadenti in zona 2 secondo la presente deroga è consentito indipendentemente dalla disponibilità di TM e non attinge al medesimo.

Note:

1) wie von Artikel 10 Absatz 4 der gegenständlichen Bestimmungen vorgesehen, können die Nahversorgungsbetriebe der Zone 2, die seit mindestens 5 Jahren in Betrieb sind, jedenfalls bis zur obgenannten Grenze erweitern;

2) Die Erweiterung der sich in der Zone 2 befindlichen Betriebe ist aufgrund der gegenständlichen Ausnahme unabhängig von der Flächenverfügbarkeit (HG) möglich und beeinflusst diese nicht.

2.B) Medie strutture di vendita ricadenti in zona 2 attive da almeno 5 anni

Mittlere Handelsbetriebe in Zone 2, die seit mindestens 5 Jahren in Betrieb sind

Ampliamento massimo fruibile una tantum	30%
Einmalige maximale Erweiterung	30%

Note:

1) ai sensi dell'articolo 10 comma 5 delle presenti Norme di attuazione, le medie strutture di vendita attive da almeno cinque anni in zona 2 possano comunque ampliarsi una volta fino alla percentuale massima sopra riportata, comunque non oltre i 500 mq. di superficie netta di vendita. Le medie strutture con superficie tra i 101 m² ed i 155 m² che volessero fruire della presente deroga al Tetto Massimo possono ampliare la loro superficie fino a 200 m² anche quando, applicando la maggiorazione del 30%, la superficie finale risulta inferiore a detta soglia.

2) l'ampliamento degli esercizi ricadenti in zona 2 secondo la presente deroga è consentito indipendentemente dalla disponibilità di TM e non attinge al medesimo.

Note:

1) wie von Artikel 10 Absatz 5 der gegenständlichen Bestimmungen vorgesehen, können die mittleren Handelsbetriebe der Zone 2, die seit mindestens 5 Jahren in Betrieb sind, eine einmalige Erweiterung ihrer Verkaufsfläche bis zur obgenannten maximalen Grenze, aber keinesfalls über 500 m² vornehmen. Die mittleren Handelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche zwischen 101 m² und 155 m², welche diese Ausnahmeregelung nutzen wollen, dürfen ihre Verkaufsfläche bis auf 200 m² erweitern, auch wenn bei der Berechnung der 30% die Endverkaufsfläche unter dieser Grenze liegen würde.

2) Die Erweiterung der sich in der Zone 2 befindlichen Betriebe ist aufgrund der gegenständlichen Ausnahme unabhängig von der Flächenverfügbarkeit (HG) möglich und beeinflusst diese nicht.

2.C) Superamento del TM / Überschreitung der Höchstgrenze

	m2 Estensione der HG/m ² incremento su TM	Prozentsatz Erweiterung der HG/perc.incr.su TM	Gesamte erweiterte Fläche (m ²)/superficie finale incrementata
Superficie addizionale prevista	0	0%	-
Vorgesehene zusätzliche Fläche	0	0%	-

Allegato 3 – Individuazione Zona 1

Anlage 3 – Bestimmung der Zone 1

Nota

Come previsto dall'articolo 4 alle presenti Norme di attuazione, il territorio comunale è diviso in tre zone:

- Zona 1: ambiti commerciali – zone vocate al commercio (centri storici in particolare).
- Zona 2: parti urbane compatibili col commercio.
- Zona 3: ambiti commerciali per merci speciali.

Di seguito si riporta la cartografia e una puntuale individuazione della zona 1.

Zona 1:**Castelrotto**

Via Buhl i numeri civici 2, 4, 4a, 6, 8, 10;
Viale Kofel per intero;
Via Dolomiti per intero;
Via Platten i numeri civici 2, 2a, 3, 3a, 3b, 5, 5a, 7, 7a, 8, 9, 10, 12, 12a, 14, 16, 16a, 18, 20, 22, 24, 26, 28, 30, 32, 34, 34a, 36, 38, 40, 42, 44, 46;
Piazza Krausen per intero;
Vicolo Vogelweider i numeri civici 1a, 1b, 2, 4, 5, 5a, 6, 7, 8;
Via Panider i numeri civici 2, 2a, 3a, 3b, 4, 5, 5a, 6, 7, 7a, 7b, 8, 8a, 8b, 9, 9a, 9/1, 10, 10a, 10b;
Via Wegscheid per intero;
Via Sabine Jäger il civico n.1a;
Via Marinzen i numeri civici 1a, 1b, 2, 3, 3a, 4, 4a, 4b, 10, 13, 15, 17, 19;
Via Krausen per intero;
Via O. von Wolkenstein i numeri civici 2, 3, 3a, 3b, 4, 4a, 5, 6, 7, 7a, 8, 9, 9a, 9b, 10, 11, 11a, 12, 13, 15, 17, 17a, 17b, 18, 18/1, 18/2, 19, 19a, 19b, 21, 21a, 21b; 29a, 29b, 29c, 29d, 29e, 31; 31a; 31b; 31c;

Siusi

Via Rosengarten i numeri civici 1, 1a, 1b, 1c;
Via Santner per intero;
Via S. Osvaldo i numeri civici 1, 2;
Via Burgfrieden i numeri civici 2, 3, 3a, 4, 4a, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 12a, 14, 14a, 14b, 16, 18;
Piazza Oswald von Wolkenstein per intero;
Via Laurin per intero;
Vicolo Alster per intero;
Vicolo della Posta per intero;
Via Schlern i numeri civici 2, 4, 6, 8, 10, 12, 12a, 12b, 14, 16, 16a, 16b, 18, 18a, 18b, 20, 20a, 22;

Zona 3: corrisponde alla zona per insediamenti produttivi.

Zona 2: comprende le parti urbane compatibili con il commercio non comprese nelle zone 1 e 3.

Note

Wie von Art. 4 der gegenständlichen Bestimmungen vorgesehen, wird das Gemeindegebiet in drei Zonen eingeteilt:

- Zone 1: Handelsflächen – es handelt sich um jene Flächen, in denen der Handel im Vordergrund steht (in erster Linie historische Zentren).
- Zone 2: Teile von Siedlungsgebieten, die mit Handelstätigkeiten vereinbar sind.
- Zone 3: Handelsflächen für besondere Arten von Waren.

Untenstehend eine Kartographie mit der genauen Abgrenzung der Zone 1.

Zone 1:**Kastelruth**

Bühlweg die Hausnummer 2, 4, 4a, 6, 8, 10;
Kofelgasse zur Gänze;
Dolomitenstrasse zur Gänze;
Plattenstrasse die Hausnummer 2, 2a, 3, 3a, 3b, 5, 5a, 7, 7a, 8, 9, 10, 12, 12a, 14, 16, 16a, 18, 20, 22, 24, 26, 28, 30, 32, 34, 34a, 36, 38, 40, 42, 44, 46;
Krausenplatz zur Gänze;
Vogelweidergasse die Hausnummer 1a, 1b, 2, 4, 5, 5a, 6, 7, 8;
Paniderstrasse die Hausnummer 22, 2a, 3a, 3b, 4, 5, 5a, 6, 7, 7a, 7b, 8, 8a, 8b, 9, 9a, 9/1, 10, 10a, 10b;
Wegscheidstrasse zur Gänze;
Sabine Jäger weg der Hausnummer 1a;
Marinzenweg die Hausnummer 1a, 1b, 2, 3, 3a, 4, 4a, 4b, 10, 13, 15, 17, 19;
Krausenweg zur Gänze;
O. von Wolkesteinstrasse die Hausnummer 2, 3, 3a, 3b, 4, 4a, 5, 6, 7, 7a, 8, 9, 9a, 9b, 10, 11, 11a, 12, 13, 15, 17, 17a, 17b, 18, 18/1, 18/2, 19, 19a, 19b, 21, 21a, 21b; 29a, 29b, 29c, 29d, 29e 31; 31a; 31b; 31c;

Seis

Rosengartenstrasse die Hausnummer 1, 1a, 1b, 1c;
Santnerstraße zur Gänze;
St. Oswaldstraße die Hausnummer 1, 2;
Burgfriedenstraße die Hausnummer 2, 3, 3a, 4, 4a, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 12a, 14, 14a, 14b, 16, 18;
Oswald von Wolkensteinplatz zur Gänze;
Laurinstrasse zur Gänze;
Alstergasse zur Gänze;
Postgasse zur Gänze;
Schlernstraße die Hausnummer 2, 4, 6, 8, 10, 12, 12a, 12b, 14, 16, 16a, 16b, 18, 18a, 18b, 20, 20a, 22;

Zone 3: sie entspricht den „Gewerbegebieten“.

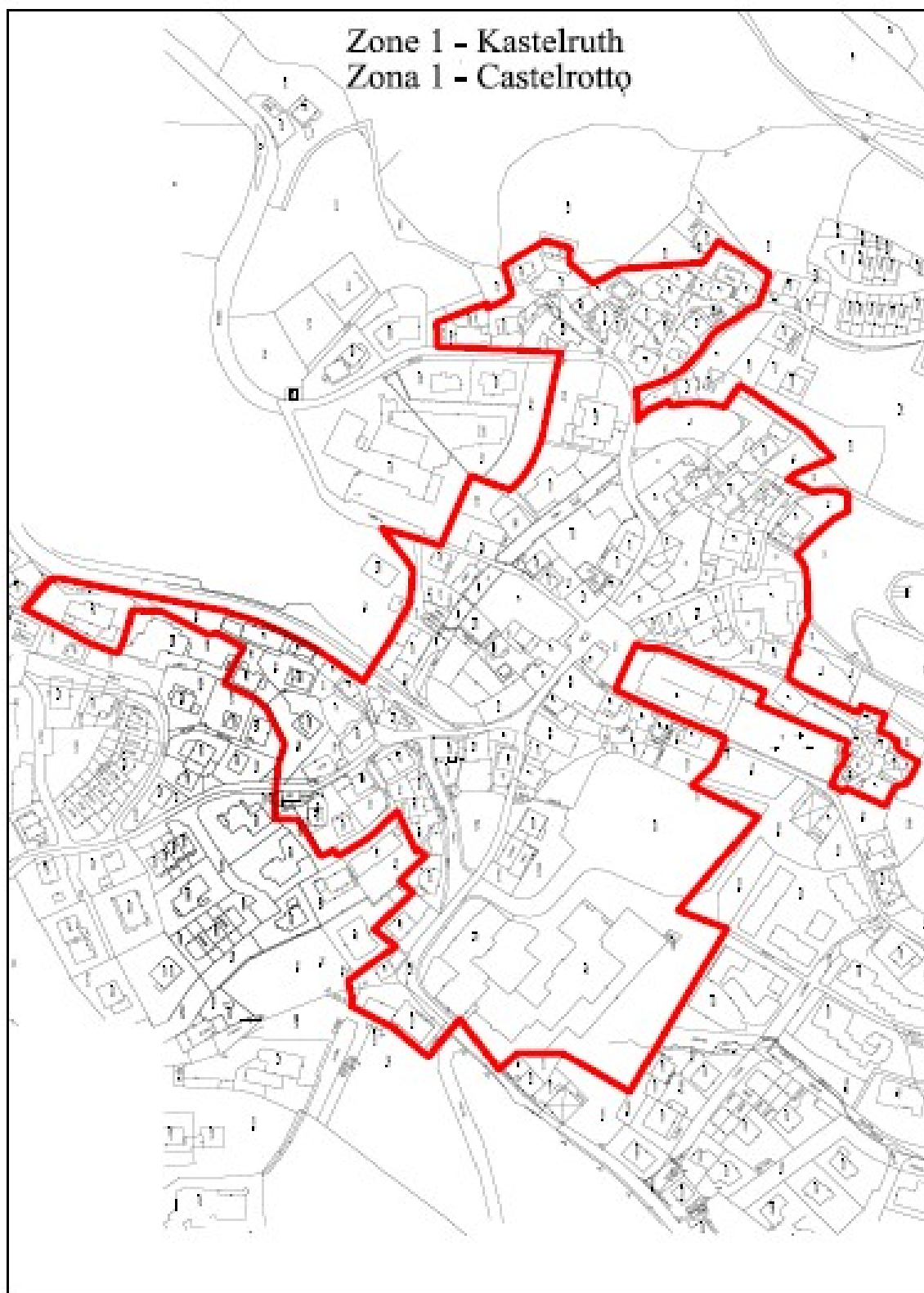
Zone 2: sie umfasst die mit dem Handel vereinbaren Wohnzonen, welche nicht in der Zone 1 und in der Zone 3 enthalten sind.

Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)

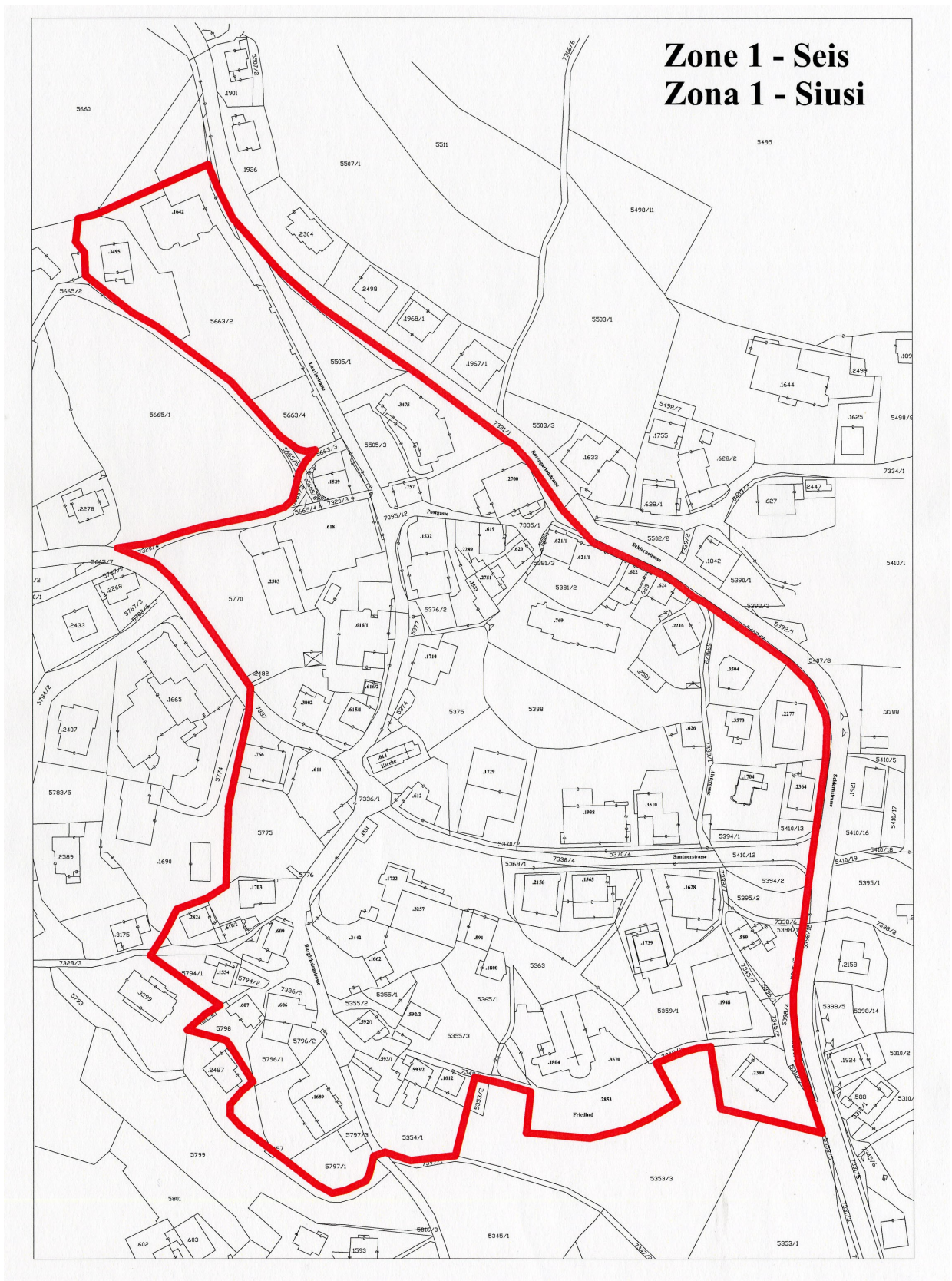


Comune di CASTELROTTO

Piano comunale per le medie strutture di vendita
(art.3, c.1, legge provinciale 17 febbraio 2000 n.7)

Gemeinde KASTELRUTH

Gemeindeplan für die mittleren Handelsbetriebe
(Art.3, K.1, Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7)



Allegato 4 – Standard parcheggi

Anlage 4 – Parkplätze

Nota

Come previsto dall'articolo 5 alle presenti Norme di attuazione, lo standard parcheggi per gli esercizi commerciali è quello riportato nella seguente tabella ed è espresso in metri quadrati di superficie commerciale per ciascun posto macchina.

Qualora la programmazione urbanistica comunale preveda degli standard differenti, anche per la zona 1, tale programmazione prevale ai fini della verifica in argomento.

Note

Wie von Artikel 5 der gegenständlichen Bestimmungen vorgesehen, ist die Ausstattung mit Parkplätzen für die Handelsbetriebe in folgender Tabelle zusammengefasst und in Quadratmetern Handelsfläche pro Autoabstellplatz ausgedrückt.

Falls die Gemeindebauleitplanung andere Standards vorschreibt, auch für die Zone 1, so ist diese vorherrschend bei der Überprüfung.

Art von Handelsbetrieb Tipologia esercizio	Dotazioni di parcheggi		
	Zone/a 1	Zone/a 2	Zone/a 3
Nahversorgungsbetriebe Esercizio di prossimità	Keine Esente	Keine Esente	Nicht vereinbar Incompatibile
Kleine Handelsbetriebe Piccole strutture	Keine Esente	Keine Esente	20*
Mittlere Handelsbetriebe Medie strutture	Keine Esente	20*	20*
Extensive Waren Merci estensive	Nicht vereinbar Incompatibile	50*	50*

* m² di superficie commerciale per posto macchina;

* m² Handelfläche pro Autostellplatz;

Allegato 5 – Accessibilità

Anlage 5 - Zufahrtsmöglichkeiten

Nota

Come previsto dall'articolo 6 alle presenti Norme di attuazione, la compatibilità di massima tra esercizi commerciali e rete stradale è evidenziata nella seguente tabella.

Note

Wie von Artikel 6 der gegenständlichen Bestimmungen vorgesehen, wird die Vereinbarkeit zwischen Handelsbetrieben und dem Straßennetz in folgender Tabelle dargestellt.

Arten von Straßen Tipo di strade	Kleine Strukturen Piccole strutture	Mittlere Strukturen Medie strutture
Hauptstraßen Strade primarie	Nicht ratsam Sconsigliabile	Nicht ratsam Sconsigliabile
Schnellstraßen Strade di scorrimento	Nicht ratsam Sconsigliabile	Nicht ratsam Sconsigliabile
Stadtviertelstraßen Strade di quartiere	Ratsam Compatibile	Ratsam Compatibile
Ortsstraßen Strade locali	Ratsam Compatibile	Ratsam Compatibile