

Gemeindehandelsplan

Die neue Handelsordnung, welche von der Autonomen Provinz Bozen mit Landesgesetz Nr. 7 vom 17. Februar 2000 eingeführt wurde, sowie die dazugehörige Durchführungsverordnung (genehmigt mit D.L.H. vom 30. November 2000, Nr. 39) sehen eine Klassifizierung der Einzelhandelsgeschäfte in drei Typologien – Nahversorgung, mittlere Betriebe, Großbetriebe – und die Vereinfachung der Unterteilung der Warenbereiche in Lebensmittelbereich und Nicht-Lebensmittelbereich vor.

Anhand des gegenwärtigen Gemeindehandelsplans, abgefasst im Rahmen der Landesplanungsrichtlinien und –kriterien (genehmigt mit Beschluss der Landesregierung vom 12. November 2001, Nr. 4036), plant und programmiert die Gemeinde aufgrund einer Erhebung der geomorphologischen Beschaffenheit des Territoriums, der Dynamiken der Einwohner, des Tourismus und der Personen im Durchgangsverkehr, die Neuansiedlung, Erweiterung und Verlegung von mittleren Betrieben zur Sicherstellung der Nahversorgung.

Weiters zielt der Gemeindehandelsplan darauf ab die Art und die Benützungszeit der Verkaufsflächen für mittlere Betriebe, sowie die Einteilung des Territoriums in Handelsflächen festzulegen, wobei urbanistische, sowie umweltverträgliche Entwicklungskriterien angewandt wurden, um eine Harmonisierung des Handelsnetzes zu ermöglichen.

Gemäß Punkt 2.2 – Handelshierarchie der Gemeinden, der Landesplanungsrichtlinien und –kriterien ist die Gemeinde **Ulten** der Gruppe

- Kleineren Gemeinden oder peripheren Gemeinden zuzuordnen.

Piano commerciale comunale

Il Nuovo ordinamento del commercio, introdotto dalla Provincia Autonoma di Bolzano con la LP 17 febbraio 2000, n. 7, nonché il relativo regolamento di esecuzione, approvato con DPGP del 30 novembre 2000, n. 39 prevedono una classificazione dei punti vendita al dettaglio in tre tipologie – vicinato, medie strutture, grandi strutture – e la semplificazione dell'articolazione merceologica con distinzione tra punti di vendita alimentari da un lato e non alimentari dall'altro.

Sulla base di una analisi della conformazione geomorfologica del territorio e delle dinamiche della popolazione, del turismo e della mobilità sul territorio, il presente piano commerciale, nel rispetto degli indirizzi e criteri programmatori provinciali (approvati con deliberazione della giunta provinciale del 12 novembre 2001, n. 4036) ha lo scopo di pianificare e programmare l'apertura, l'ampliamento ed il trasferimento delle medie strutture di vendita salvaguardando il servizio di prossimità.

Inoltre il piano commerciale mira a stabilire modalità e tempi di utilizzo della superficie di vendita per le medie strutture nonché la zonizzazione commerciale del territorio secondo criteri di natura urbanistico-ambientale per favorire l'armonizzazione della rete commerciale.

Ai sensi del punto 2.2 delle linee guida provinciali – gerarchia commerciale dei comuni – il Comune di **Ultimo** appartiene al gruppo

- Comuni inferiori o di tipo periferico

I Vorab-Studie des Angebotes und der Handelsnachfrage

1. Vorhandene Handelsstruktur

Die nachstehende Tabelle 1, erhebt die vorhandene Handelsstruktur in der Gemeinde, getrennt nach:

- Kleinen, mittleren und großen Handelsbetrieben;
- Warenbereichen (Lebensmittel, Nicht-Lebensmittel, Sondertabellen);
- Lage

Tabelle 1 – Erhebungsgitter des Handelsnetzes auf Gemeindeebene

Tabella 1 – Griglia di rilevazione della rete commerciale a livello comunale

	Bis 100 m ² Fino a 100 m ²	Von 101m ² -150m ² Da 101 m ² -150 m ²	Von 151 m ² -500 m ² Da 151 m ² -500 m ²	Über 500 m ² Oltre 500 m ²	Davon mittlere Betriebe Di cui strutture medie	Gesamt * Totale *	% Anteil des Warenaktors Lebensmittel Quota percentuale del settore merceologico alimentare	% Anteil des Warenaktors Nichtlebensmittel Quota percentuale del settore merceologico non alimentare
Anzahl der Verkaufspunkte Numero dei punti di vendita	27	0	0	0	0	28		
Verkaufsfläche Superficie di vendita	1177,9	0	0	0	0	1177,9	46%	54%

** beinhaltet auch jene Betriebe ohne Verkaufsfläche gemäß Firmenregister*

** include anche le strutture senza superficie di vendita secondo i dati del registro delle imprese*

In der beiliegenden Anlage A (...), ist die Lage der Verkaufspunkte ersichtlich. Außerdem ist das Verzeichnis der einzelnen Verkaufspunkte mit Angabe der Adresse beigelegt (Anlage B).

2. Entwicklung der Bevölkerung

Die Tabelle 2 fasst die demografische Entwicklung auf Gemeindeebene zusammen. Die Entwicklung der Bevölkerung stellt einen wichtigen Indikator dar, der für die

I Studio preliminare dell'offerta e della domanda commerciale

1. Struttura commerciale esistente

La seguente Tabella 1, rileva la struttura commerciale esistente nel comune distinguendo:

- Piccole, medie e grandi strutture;
- Settore merceologico (alimentari, non alimentari, tabelle speciali);
- Posizionamento

Nell' allegato A, (omissis) é individuato la locazione dei singoli esercizi commerciali. È inoltre allegato l'elenco dei singoli esercizi commerciali con l'indicazione dell'indirizzo (allegato B).

2. Trend demografico della popolazione del comune

La seguente tabella 2 sintetizza l'evoluzione demografica a livello comunale. Il trend della popolazione rappresenta un indicatore assai rilevante per la spiegazione dell'evoluzione

Erklärung der quantitativen Entwicklung des Handelsnetzes von Bedeutung ist.

quantitativa della rete commerciale.

Tabelle 2 – Demografischer Gemeindetrend (1991-2001) – Stand zum 31.12

Tabella 2 – Trend demografico comunale (1991-2001) – situazione al 31.12

Jahre / Anni	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Einwohner / Residenti	2945	2945	2980	2991	3002	2985	2989	2998	2996	2989

3. Tourismusnachfrage

Die Dichte aber auch die Qualität des Detailhandelsnetzes findet auch in der Nachfrage des Tourismus eine Erklärung. Der touristische Trend des Fünfjahreszeitraumes 1996-2000 auf dem Gemeindegebiet wird von der nachstehenden Tabelle 3 wiedergegeben:

Tabelle 3 – Gesamtheit der touristischen Anwesenheiten in der Gemeinde (1996-2001)

Tabella 3 – Totale presenze turistiche comunali (1996-2001)

Jahre / Anni	1996	1997	1998	1999	2000
Nächtigungen Presenze alberghiere	84193	82170	80882	77316	75161
Andere Anwesenheiten Presenze extralberghiere	27464	22907	22197	22149	24482
Anwesenheiten insgesamt Totale presenze	111657	105077	103079	99465	99643

3. Domanda turistica

La consistenza, ma anche la qualità della rete di vendita al dettaglio trova un'ulteriore spiegazione proprio nella domanda indotta dal turismo. La seguente tabella 3, riporta i dati relativi alle presenze turistiche a livello comunale nel quinquennio 1996-2000.

4. Pendlermobilität

Der Saldo des Pendlerstromes wurde auf der Grundlage der jährlichen ASTAT-Daten erhoben und von nachstehender Tabelle 4 erfasst.

Tabelle 4 – Saldo des Pendelverkehrs (1996-2001)

Tabella 4 – Saldo flussi di pendolarismo (1996-2001)

Jahre / Anni	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Saldo Pendelverkehr / Saldo pendolarismo	-548	-541	-532	-540	-538	-510

4. Mobilità sul territorio: pendolarismo

Il saldo dei flussi del pendolarismo viene rilevato sulla base dei dati riportati dagli annuari ASTAT e trascritto nella seguente tabella 4.

II Festlegung der empfohlenen Höchstgrenze (HG)

Aufgrund der vorliegenden Gegenüberstellung von Angebot und Nachfrage gilt es nun die Verkaufsfläche zu untersuchen und festzulegen, welche für mittlere Handelsbetriebe zur Verfügung steht. Dabei muss beachtet werden, dass:

- die Nahversorgung garantiert wird,
- das Gleichgewicht zwischen den unterschiedlichen Vertriebsstrukturen

II Determinazione del Tetto Massimo (TM)

Sulla base dell'analisi della domanda ed offerta commerciale é ora necessario determinare la superficie di vendita, che potrà essere utilizzata dalle medie strutture. A tal fine é opportuno che:

- siano rispettati gli esercizi di vicinato;
- sia creato un equilibrio fra le diverse categorie delle strutture distributive;

- gegeben ist,
- die bestmögliche Produktivität des Systems und bestmögliche Dienstleistungsqualität für den Verbraucher gewährleistet wird.

1. Berechnung der empfohlenen Höchstgrenze

Die neuen Verkaufsflächen für die Eröffnung oder den Ausbau von mittleren Vertriebsstrukturen werden gemäß Punkt 5.3 der Landesplanungsrichtlinien und –kriterien anhand eines eigens dazu angewandten Mechanismus festgelegt, wodurch die empfohlenen Höchstgrenze berechnet wird.

2. Die HG wird anhand folgender Formel berechnet:

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

wo:

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

$$MNF = Fem * Km$$

Fem = effektive Handelsfläche der mittleren Handelsbetriebe.

Km = minimaler Wachstumskoeffizient der Fläche der mittleren Handelsbetriebe (der Wert unterscheidet sich in der Gemeindehierarchie: 0,1 für Gemeinden von Bedeutung auf Bezirksebene und unter Bezirksebene; 0,08 für kleinere Gemeinden).

NVA = neue verfügbare Fläche für Ausgleichszwecke, vorgesehen für Gemeinden mit einer Bevölkerungsanzahl unter 10000 und entsprechend dem Defizit der Gesamthandelsfläche multipliziert mit einem vorgesehenen Koeffizienten (w), gemäß folgender Formel:

$$NVA = Df * w = (Ff - Fe) * w$$

Ff = $2,516 + 1,623 \times BEVÖLKERUNG_{2000} + 5,096 \times PENDLER_{2000} + 0,225 \times TOURISTEN_{2000}/365$ = geschätzte Gesamtverkaufsfläche pro Gemeinde.

Fe = gesamte erhobene effektive Handelsfläche.

Df = Defizit an effektiver Handelsfläche = $Ff - Fe$

(Anmerkung: 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. Es handelt sich um einen vorgegebenen Koeffizienten.

Auf der Grundlage der vom Wirtschaftsforschungsinstitut der Handelskammer (WIFO) mitgeteilten Daten sowie aufgrund obgenannter Berechnungsmodalität ergibt sich für die Gemeinde eine verfügbare Handelsfläche von:

$$505,00572 \text{ m}^2$$

wo:

$$MNF = 151$$

$$Fem = 0$$

- sia assicurata la migliore produttività del sistema e la qualità dei servizi da rendere al consumatore

1. Determinazione del tetto massimo consigliato

La nuova disponibilità di superficie di vendita per aperture o ampliamenti delle medie strutture è determinata attraverso un apposito meccanismo ai sensi del punto 5.3 degli indirizzi e criteri programmatori provinciali che quantifica il tetto massimo consigliato.

1. Il Tetto Massimo è calcolato 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 delle medie strutture.

Cm = coefficiente minimo di crescita della superficie delle medie strutture (il valore è differenziato per gerarchia comunale: 0,1 per centri di rilevanza comprensoriale e 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:

$$NDR = Df * w = (Ss - Se) * w$$

Ss = $2,516 + 1,623 \times POPOLAZIONE_{2000} + 5,096 \times PENDOLARI_{2000} + 0,225 \times TURISMO_{2000}/365$ = superficie commerciale complessiva stimata per comune.

Se = superficie commerciale effettiva rilevata.

Df = deficit di superficie comunale complessiva = $Ss - Se$

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

w = superficie comprensoriale di vendita delle medie strutture rapportata alla superficie comprensoriale di vendita totale. Trattasi di un coefficiente dato.

Sulla base dei dati comunicati dall'Istituto di Ricerca Economica della Camera di Commercio (IRE) così come sulla base delle modalità di calcolo sopraesposte, si determina per il comune una superficie di vendita di:

$$505,00572 \text{ m}^2$$

dove:

$$NDM = 151$$

$$Sem = 0$$

$K_m = 0,08$
 $NVA = 354,0057197$
 $F_f = 2173,4387671$
 $F_e = 1177,9$
 $D_f = 995,5387670$
 $w = 0,355592099$

Da sich aus den geforderten Berechnungen eine MNF ergibt, die niedriger als die minimale vorgesehene Komponente ist, wird die verfügbare Handelsfläche der Gemeinde mit 151 m² beziffert.

2. Aufteilung der verfügbaren Verkaufsflächen nach Warenaektor

Die verfügbare Fläche für die mittleren Handelsbetriebe gemäß Punkt 1, wird zu den bestehenden Flächen auf Lebensmittelsektor und Nicht-Lebensmittelsektor im Verhältnis aufgeteilt.

Daraus folgt eine Aufteilung in:

- Lebensmittelsektor: 46 %,
entsprechend: 232 m²
- Nicht-Lebensmittelsektor: 54.%
entsprechend: 273 m²

Hierbei wird eine Abweichung von 20 % toleriert.

3. Benütungszeiten der HG/MNF

Die verfügbare Fläche für die mittleren Handelsbetriebe gemäß Punkt 1, unterliegt keiner zeitlichen Aufteilung.

4. Erweiterungsmöglichkeit der kleinen und mittleren Handelsbetriebe, unabhängig von der Flächenverfügbarkeit

- Nahversorgungsbetrieben, die seit fünf oder mehr Jahren in Betrieb sind, die Erweiterung der Verkaufsfläche bis zu 200 m² zu genehmigen, unabhängig von der Flächenverfügbarkeit für die mittleren Handelsbetriebe;
- Mittleren Handelsbetrieben, die seit fünf oder mehr Jahren in Betrieb sind, die einmalige Erweiterung der Verkaufsfläche bis zu 30 % der bereits genehmigten und keinesfalls über 500 m² zu genehmigen, unabhängig von der Flächenverfügbarkeit für die mittleren Handelsbetriebe.

$C_m = 0,08$
 $NDR = 354,0057197$
 $S_s = 2173,4387671$
 $S_e = 1177,9$
 $D_f = 995,5387670$
 $w = 0,355592099$

Poiché dai calcoli eseguiti risulta una NDM inferiore alla componente minima prevista, la superficie di vendita disponibile per il comune é quantificata in 151 m².

2. Ripartizione della superficie di vendita disponibile per settori merceologici

La superficie di vendita disponibile per le medie strutture di cui al punto 1, é ripartita fra i settori „Alimentare“ e „Non alimentare“ secondo un criterio proporzionale alle superfici attuali dei due settori.

Da ciò risulta il seguente riparto:

- Alimentare: 46%
corrispondente a 232 m²
- Non alimentare: 54%
corrispondente a: 273 m²

È tollerato uno scostamento del 20%.

3. Tempi di utilizzazione del TM/NDM

La superficie di vendita disponibile per le medie strutture di cui al punto 1, non é soggetta ad alcuna ripartizione temporale.

4. Previsione ampliamento piccole e medie strutture di vendita indipendentemente dalla disponibilità di superficie

- Gli esercizi di vicinato attivi da cinque o più anni sono autorizzati ad ampliare la superficie di vendita fino a 200 m², indipendentemente dalla disponibilità di superficie per le medie strutture di vendita;
- Le medie strutture di vendita attive da cinque o più anni, sono 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.

III Einteilung des Wohngebietes in Handelsflächen und urbanistische Umwelt-Standard

1. Begrenzung Zone 1, Zone 2, Zone 3

Das Gemeindegebiet ist in drei Handelszonen aufgeteilt:

Zone 1: Handelsflächen – es handelt sich um jene Flächen, in denen der Handel im Vordergrund steht (historische Zentren in erster Linie). In diesen Zonen ist die Ansiedlung der mittleren Handelsbetriebe jedenfalls und ohne Einschränkung, zulässig. Die Neuansiedlung, Erweiterung und Verlegung von mittleren Betriebe sind unabhängig von der HG. Die aktivierten Handelsflächen (ausgenommen die Verlegung von Betriebe) in dieser Zone greifen jedoch auf die verfügbare Fläche laut HG zu.

Zone 2: Teile von Siedlungsgebieten, die mit Handelstätigkeiten vereinbar sind. Es handelt sich vorrangig um Wohngebiete, in denen die Ansiedlung von Geschäften möglich ist, sofern die urbanistische und sozioökonomische Vereinbarkeit festgestellt wurde. Es sollten sich tendenziell fast nur Geschäfte des Nahversorgungsbereichs niederlassen. Die Ansiedlung von mittleren Betriebe unterliegt zur Gänze der verfügbaren Fläche laut HG.

Zone 3: Handelsflächen für besondere Arten von Waren. Sie entspricht in der Tat dem „Gewerbegebiet“ und hängt mit sperrigen, gefährlichen und besonderen Warenbereichen zusammen. Diese Zone entspricht in der Tat, aufgrund der aktuellen urbanistischen Landesbestimmungen, dem „Gewerbegebiet“. Diese Zone ist nicht an die HG gebunden.

In der beiliegenden (siehe Anlage „C“) (...) Planimetrie des Gemeindegebietes ist die Einteilung der Zone 1 ersichtlich.

III Zonizzazione commerciale e standard urbanistici ambientali

1. Delimitazione zona 1, zona 2, zona 3

Il territorio comunale é suddiviso in tre zone commerciali:

Zona 1: ambiti commerciali – zone vocate al commercio (centri storici in particolare). In queste zone l'insediamento delle medie strutture di vendita è libero. L'apertura, l'ampliamento ed il trasferimento di medie strutture può avvenire indipendentemente dal TM e tuttavia l'apertura e l'ampliamento di medie strutture in tale zona, attingono al TM.

Zona 2: parti urbane compatibili col commercio. Sono essenzialmente le zone residenziali, in cui é ammesso l'insediamento purché sia verificata la compatibilità socio-economica e urbanistica. In tali zone dovrebbero tendenzialmente insediarsi esercizi di prossimità. L'insediamento di medie strutture è interamente subordinato al TM;

Zona 3: ambiti commerciali per merci speciali. Questa zona corrisponde di fatto in base alle attuali disposizioni urbanistiche provinciali, alla zona per insediamenti produttivi ed è connessa a merceologie ingombranti, pericolose, specializzate. La presente zona non é soggetta al TM.

Nell'allegata (v. allegato „C“) (omissis) planimetria del territorio comunale é individuata la delimitazione della zona 1.

Tabelle 5-Straßenverzeichnis

Tabella 5 – Elenco delle strade per zona

	Straßenverzeichnis / Elenco delle strade	
Zone / Zona 1	rot eingezeichnet	accerchiato in rosso
Zone / Zona 2	das restliche Gemeindegebiet ohne Zone 1 und 3	il territorio comunale senza le zone 1 e 3
Zone / Zona 3	die im Bauleitplan als Gewerbegebiet ausgewiesenen Flächen	le aree destinate a zona produttiva nel piano urbanistico comunale

2. Autoabstellplätze

Die Erteilung von Lizenzen unterliegt der Minimalanforderung von Autoabstellplätzen, wie sich aus nachstehender Tabelle 6 hervorgeht.

Tabelle 6 – Ausstattung mit Parkplätzen

Tabella 6 – Dotazione parcheggi

Art von Handelsbetrieb Tipologia esercizio	Autostellplätze / Dotazioni di parcheggi		
	Zone / Zona 1	Zone / Zona 2	Zone / Zona 3
Mittlere Handelsbetriebe Medie strutture	Keine, bzw. das Minimum, das aus dem BLP hervorgeht Esente, ovvero la minima secondo il PUC	20 *, bzw. das Minimum, das aus dem BLP hervorgeht 20 *, ovvero la minima secondo il PUC	20 *, bzw. das Minimum, das aus dem BLP hervorgeht 20 *, ovvero la minima secondo il PUC
Extensive Waren Merci estensive	nicht vereinbar Incompatibile	50 *, bzw. das Minimum, das aus dem BLP hervorgeht 50 *, ovvero la minima secondo il PUC	50 *, bzw. das Minimum, das aus dem BLP hervorgeht 50 *, ovvero la minima secondo il PUC

*: m² Handelsfläche pro Autostellplatz

*: m² di superficie commerciale per posto macchina

3. Zufahrtsmöglichkeiten

Es wird angeraten mittlere Strukturen, anstatt an Hauptstraßen an Ortsstraßen anzusiedeln.

4. Umweltverschmutzung

Außerhalb der Zone 1 ist eine Niederlassung von Handelsbetrieben in keinem Falle zulässig, wenn das in den betroffenen Straßen festgestellte Niveau der Luftverschmutzung über den kritischen Werten gemäß den geltenden Bestimmungen liegt.

Als Bezugsmaßstab gilt folgendes:

- Benzol < 10 Mikrogramm/m³ (Jahresdurchschnitt)
- PM 10 (Staub) < 40 Mikrogramm/m³ (Jahresdurchschnitt).

2. Parcheggi

Il rilascio delle licenze é subordinato ai requisiti minimi di parcheggi come evidenziati nella seguente tabella 6.

3. Accessibilità

È preferibile consentire l'insediamento delle medie strutture lungo le strade locali.

4. Inquinamento

Al di fuori della Zona 1 l'insediamento di esercizi commerciali non é comunque ammissibile se il livello di concentrazione degli inquinanti atmosferici rilevato nelle strade interessate é superiore ai livelli di attenzione stabiliti dalle norme vigenti.

Sono parametri di riferimento:

- benzene < 10 microgrammi/m³ (media annuale)
- Pm 10 (polveri) < 40 microgrammi/m³ (media annuale)

IV Normativer Teil

Art. 1

Inhalte, Ziele und Rechtsquellen

1. Gegenständlicher Gemeindehandelsplan für mittlere Einzelhandelsbetriebe ist in erster Linie unter der Berücksichtigung der Landesplanungsrichtlinien und –kriterien, welche im Beschluss der Landesregierung vom 12. November 2002, Nr. 4036 festgelegt sind, sowie des im Gemeindegebiet bereits bestehenden Verkaufnetzes ausgearbeitet worden. Mit Gegenständlichem wird auf Gemeindeebene die Entwicklung der mittleren Einzelhandelsbetriebe geregelt. Der Plan quantifiziert die verfügbaren Flächen für die Eröffnung und Velegung der mittleren Einzelhandelsbetriebe (Überprüfung der sozioökonomischen Vereinbarkeit) und definiert die Zonen und die urbanistischen Standards (Parkplätze, Zufahrtsmöglichkeiten) für die Niederlassung der mittleren Einzelhandelsbetriebe (Überprüfung der Vereinbarkeit mit Umwelt und urbanistischen Erfordernissen).
2. Gegenständlicher Plan berücksichtigt im speziellen folgende Rechtsquellen:
 - a) Landesgesetz vom 17. Februar 2000, Nr. 7: Neue Handelsordnung.
 - b) Dekret des Landeshauptmannes vom 30. Oktober 2000, Nr. 39: Durchführungsverordnung zum Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7.
 - c) Beschluss der Landesregierung vom 12. November 2001, Nr. 4036: Neue 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.
 - d) Beschluss der Landesregierung vom 24. September 2001, Nr. 3359: Festlegung der Warenbereiche Lebensmittel und Nichtlebensmittel und der besonderen Warenlisten gemäß Landesgesetz vom 17. Februar 2000, Nr. 7 "Neue

IV Parte normativa

Art. 1

Contenuti, obiettivi e fonti normative

1. Il presente piano commerciale comunale per le medie strutture di vendita, é elaborato tenendo conto primariamente degli indirizzi e criteri programmatori provinciali, di cui alla delibera della Giunta provinciale dd. 12 novembre 2001, n. 4036, nonché della rete di vendita effettivamente esistente nel territorio comunale. Con esso si intende regolare lo sviluppo, a livello comunale, delle medie strutture di vendita.
Il piano quantifica la disponibilità di superficie per l'apertura e l'ampliamento delle medie strutture di vendita (verifica della compatibilità socio economica) e definisce le zone e gli standard urbanistici (parcheggi, accessibilità) per l'insediamento delle medie strutture (verifica della compatibilità urbanistica-ambientale).
2. Il presente piano tiene conto in particolare delle seguenti fonti normative:
 - a) Legge provinciale 17 febbraio 2000, n. 7: Nuovo ordinamento del commercio.
 - b) Decreto del Presidente della Giunta provinciale dd. 30 ottobre 2000, n. 39: Regolamento di esecuzione della legge provinciale 17 febbraio 2000, n. 7.
 - c) 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 degli strumenti di pianificazione comunale e provinciale, a carattere vincolante, rispettivamente per le medie e le grandi strutture di vendita.
 - d) Delibera della Giunta provinciale 24 settembre 2001, n. 3359: Determinazione dei settori merceologici alimentare e non alimentare e delle tabelle speciali, ai sensi della legge provinciale 17 febbraio 2000, n. 7 "Nuovo ordinamento del commercio".

Art. 2

**Eröffnung, Verlegung und Ausbau von
mittleren Einzelhandelsbetrieben**

Mittlere Einzelhandelsbetriebe sind in der Gemeinde ULTEN jene Betriebe, welche eine Fläche von mindestens 100 m² und höchstens 500 m² haben.

Die Eröffnung, die Verlegung und der Ausbau der Verkaufsfläche von mittleren Einzelhandelsbetrieben bis zu einer Höchstgrenze von 500 m² unterliegt der Genehmigung des Bürgermeisters, die im Einklang mit gegenständlichem Handelsplan und den urbanistischen Planungsinstrumenten der Gemeinde ausgestellt werden muss.

Die Eröffnung, die Verlegung und der Ausbau von mittleren Einzelhandelsbetrieben in der Zone 1, wie sie mit gegenständlichem Handelsplan definiert ist, kann unabhängig von der HG erfolgen, auf welche sich die Eröffnung und Ausbau aber dennoch bezieht.

Ein Gesuch gilt als angenommen, sofern es nicht innerhalb von 60 Tagen ab Erhalt abgelehnt wird. Diese Frist wird für die Dauer von 20 Tagen ausgesetzt, wenn die Gemeinde weitere Unterlagen anfordert; nach Erhalt dieser Unterlagen hat die Gemeinde zehn Tage Zeit, um einen endgültigen Beschluss zu fassen.

Die Eröffnung, die Verlegung und der Ausbau von mittleren Einzelhandelsbetrieben in Gewerbezone sind nicht der verfügbaren Fläche unterworfen, welche im gegenständlichem Handelsplan vorgesehen ist, sondern unterliegt den Grenzen des Landesraumordnungsgesetzes.

Art. 2

**Apertura, trasferimento e ampliamento
di medie strutture di vendita**

1. Per medie strutture di vendita nel comune di ULTIMO, si intendono gli esercizi aventi superficie superiore a 100 m² e fino a 500 m².
2. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di vendita fino al limite massimo di 500 m² di una media struttura di vendita, sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal sindaco, nel rispetto del presente piano, nonché degli strumenti urbanistici comunali.
3. L'apertura, l'ampliamento e il trasferimento di medie strutture in zona 1, come definita dal presente piano, può avvenire indipendentemente dal TM e tuttavia l'apertura e l'ampliamento attingono al TM.
4. Le domande si intendono accolte se entro 60 giorni dalla data di ricevimento non viene adottato il provvedimento di diniego. Tale termine é sospeso per la durata di 20 giorni, nel caso di richiesta di ulteriore documentazione da parte del comune, il quale ha comunque dieci giorni di tempo dal ricevimento delle documentazione per adottare il provvedimento finale.
5. L'apertura, l'ampliamento ed il trasferimento di medie strutture localizzate in zone per insediamenti produttivi non sono soggetti alla disponibilità di superficie di cui al presente piano, ma sono soggetti ai limiti di cui alla legge urbanistica provinciale.

Art. 3

Zusammenlegung von mittleren Einzelhandelsbetrieben

1. Zwei oder mehrere Genehmigungen können mittels Zusammenlegung bestehender Handelsbetriebe endgültig zu einer einzigen Genehmigung zusammengelegt werden. Wenn die Zusammenlegung die Gründung eines Handelsbetriebes einer höheren Klasse zur Folge hat, so müssen bei Erteilung der Genehmigung alle Bestimmungen bezüglich der Art des zu gründenden Betriebes berücksichtigt werden.

Art. 4

Änderung des Warenbereichs

1. Die Änderung des Warenbereichs, indem ein Warenbereich hinzugefügt oder durch einen anderen ersetzt wird, kann nur dann genehmigt werden, falls gemäß gegenständlichem Handelsplan Flächen für Neueröffnungen in Bezug auf den betroffenen Warenbereich verfügbar sind.

Art. 5

Genehmigungsgesuch

1. Bei der Einreichung der Genehmigungsgesuche müssen die Vordrucke verwendet werden, die von der Abteilung Handel des Landes ausgearbeitet worden sind.
2. Im Genehmigungsgesuch für Eröffnung, Verlegung und Ausbau der mittleren Einzelhandelsbetriebe und für die eventuelle Änderung des Warenbereichs muss der Gesuchssteller erklären:
 - a) die vom Landesgesetz 17. Februar 2000 Nr. 7 vorgesehenen Voraussetzungen zu besitzen;
 - b) den Warenbereich oder die Warenbereiche, den Standort und die Verkaufsfläche für jeden einzelnen Warenbereich des Betriebes; die dazugehörige Planimetrie ist dem Gesuch beizulegen;
 - c) die lokalen Vorschriften der Stadt- und

Art. 3

Concentrazione di medie strutture di vendita

Due o più autorizzazioni per medie strutture di vendita, possono venire fuse definitivamente in un'unica autorizzazione, mediante la concentrazione di preesistenti esercizi commerciali. Se la concentrazione comporta la creazione di un esercizio commerciale di ordine superiore, il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al rispetto di tutte le disposizioni riguardanti la nuova tipologia di esercizio che si intende attivare.

Art. 4

Variazione del settore merceologico

1. La variazione del settore merceologico, con l'aggiunta o la sostituzione di un settore merceologico, possono essere autorizzati solamente se vi è disponibilità di superficie per nuove aperture, in base al presente piano, per il settore merceologico interessato.

Art. 5

Domanda di autorizzazione

1. Le domande di autorizzazione devono essere presentate utilizzando la modulistica predisposta dalla Ripartizione provinciale commercio.
2. Nella domanda di autorizzazione per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento di medie strutture di vendita, nonché per l'eventuale variazione del settore merceologico trattato, l'interessato deve dichiarare:
 - a) di essere in possesso dei requisiti della legge provinciale 17 febbraio 2000, n. 7;
 - b) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita, distinte per settore merceologico dell'esercizio, allegando la relativa planimetria;
 - c) il rispetto dei regolamenti locali di

Marktpolizei und der Gesundheitsbehörde sowie der urbanistischen Bestimmungen, insbesondere in Hinblick auf die Art des betreffenden Siedlungsgebiets und die Zweckbestimmung der Räumlichkeiten einzuhalten;

- d) im Handelsregister eingetragen zu sein; dies gilt nicht für neu gegründete, noch nicht eingetragene Betriebe.

Die Genehmigungsgesuche werden in der zeitlichen Reihenfolge bearbeitet, in der sie vorgelegt wurden.

3. Zur die Überprüfung konkurrierender Genehmigungsgesuche sind folgende Vorzugskriterien anzuwenden:
- die Verfügbarkeit der Räumlichkeiten von Seiten des Gesuchstellers
 - die bessere Verträglichkeit mit der Umwelt und den urbanistischen Erfordernissen

Art. 6 Wechsel

1. Der Wechsel der Führung oder des Eigentums eines mittleren Einzelhandelsbetriebes durch Rechtsgeschäft unter Lebenden oder von Todes wegen müssen der Gemeinde mitgeteilt werden. Wer die Führung oder das Eigentum eines Einzelhandelsbetriebes übernimmt, muss die vom Landesgesetz 17. Februar 2000, Nr. 7 vorgeschriebenen Voraussetzungen besitzen
2. Ab dem Datum der Übermittlung obgenannter Mitteilung darf der Nachfolger die Tätigkeit provisorisch für maximal 60 Tage fortführen. Eine Aufnahme der Tätigkeit ist ab Erhalt der Mitteilung seitens der zuständigen Behörde zulässig. Bei einer Nachfolge wegen Todesfalls darf der neue Inhaber für einen Höchstzeitraum von zwölf Monaten die Tätigkeit des Rechtsvorgängers fortsetzen oder den Betrieb abtreten, ohne im Besitz der beruflichen Voraussetzungen gemäß Artikel 2 des

polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria e delle norme urbanistiche, in particolare quelle relative alla tipologia della zona urbanistica ed alla destinazione d' uso dei locali;

- d) l' iscrizione al registro delle imprese salvo nuova azienda non ancora iscritta.

Le domande di rilascio dell' autorizzazione sono esaminate secondo l' ordine cronologico di presentazione.

3. Per l' esame di domande concorrenti, sono previsti i seguenti criteri di priorità:

- la disponibilità dei locali da parte del richiedente
- La migliore compatibilità urbanistica-ambientale

Art 6 Subingresso

1. Il trasferimento della gestione o della proprietà di una media struttura di vendita per atto tra vivi o per causa di morte é soggetto alla sola comunicazione al Comune. 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.
2. 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 dell' autorità competente. Il subentrante per causa di morte può continuare l' attività del dante causa o cedere l' azienda senza il possesso dei requisiti professionali di cui all' articolo 2 della legge provinciale 17 febbraio 2000, n. 7, per un periodo massimo di dodici mesi.

Landesgesetzes Nr. 7/2000 zu sein.

3. 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.

Art. 7

Widerruf der Genehmigung und Unterbrechung der Tätigkeit

1. Die Genehmigung ist widerrufen, wenn der Rechtsinhaber:
 - a) die Tätigkeit des mittleren Einzelhandelsbetriebes nicht binnen eines Jahres ab Zustellung der Annahme des Antrages aufnimmt, unbeschadet des Aufschubs bei nachgewiesener Notwendigkeit;
 - b) die Tätigkeit länger als sechs Monate einstellt, unbeschadet des Aufschubs bei nachgewiesener Notwendigkeit;
 - c) der Voraussetzungen, welche laut Artikel 2 des Landesgesetzes Nr. 7/2000 existieren müssen, nicht mehr erfüllt;
 - d) nach zeitweiliger Einstellung der Handelstätigkeit aufgrund besonders schwerwiegender Fälle oder aufgrund von Rückfälligkeit erneut gegen die hygienisch-sanitären Vorschriften verstößt.
2. 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 davon an, und zwar hinsichtlich jener Verkaufsfläche, welche eine andere Zweckbestimmung als jene des Detailhandels aufweist.
3. Der Widerruf der Genehmigung kann auch für einen einzelnen Warenbereich verfügt werden.
4. Wer in Besitz einer nicht saisonalen Verwaltungsgenehmigung ist und die

3. 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.

Art. 7

Revoca dell'autorizzazione e sospensione attività

1. L'autorizzazione é revocata se il titolare:
 - a) non inizia l'attività di una media struttura di vendita 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 della 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. 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 dettaglio.
3. La revoca dell'autorizzazione può essere disposta anche per singolo settore merceologico.
4. Colui che essendo in possesso di autorizzazione amministrativa non

Tätigkeit unterbrechen will, muss dies der Gemeinde vor dem Beginn der Unterbrechung mitteilen. Ebenso muss die Öffentlichkeit mittels eines Anschlagzettels, der an der Eingangstür des Handelsbetriebes anzubringen ist, davon in Kenntnis gesetzt werden.

Art. 8 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 der eigenen Produkte 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, um alle oder einen Großteil der im Geschäft oder im dazugehörigen Lagerraum liegenden Waren abzusetzen. Wer einen Räumungs- oder Ausverkauf durchzuführen beabsichtigt, muss die Gemeinde darüber informieren.
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; die 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

stagionale intende sospendere l'attività, deve darne notizia al comune prima dell'inizio della sospensione stessa. Analoga comunicazione deve essere data al pubblico a mezzo di apposito cartello da esporre sulla porta d'entrata dell'esercizio.

Art. 8 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, per la vendita di tutte o di gran parte delle merci giacenti nel negozio o nel rispettivo magazzino. Chiunque intenda effettuare vendite di liquidazione deve darne comunicazione al comune.
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

Waren zu einem verminderten Preis sollen die Kunden zum Kauf ähnlicher Produkte angeregt werden; durch das Angebot von Waren mit beige-packten Geschenken oder durch ähnliche Angebote soll das Interesse der Kundschaft geweckt werden. Wenn ein Handelsbetrieb beabsichtigt, Werbeverkäufe durchzuführen, so muss er dies spätestens zehn Tage vorher der Gemeinde mitteilen.

Art. 9 Öffnungszeiten

Die Öffnungszeiten der Einzelhandelsgeschäfte werden von den einzelnen Unternehmern unter Berücksichtigung des sektoriellen Kollektivvertrags und der vom Gemeinderat mit Beschluss Nr. 37 vom 09.09.1997 erlassenen Kriterien bestimmt.

1. Der Kaufmann hat der Kundschaft die Öffnungs- und Schließzeiten seines Geschäftes durch ein Schild oder andere geeignete Mittel bekanntzugeben.

Art. 10 Gültigkeit des Handelsplans

1. Gegenständlicher Handelsplan hat eine fünfjährige Gültigkeit und kann für höchstens weitere zwei Jahre verlängert werden. Die Gültigkeit des Handelsplans läuft ab dem Tag der Veröffentlichung im Amtsblatt der Region.

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. L'azienda commerciale che intende fare la vendita promozionale deve darne preventiva comunicazione almeno dieci giorni prima al comune.

Art. 9 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 con deliberazione del Consiglio comunale n. 37 del 09.09.1997.
2. L'esercente é tenuto a rendere noto al pubblico l'orario di effettiva apertura e chiusura del proprio esercizio mediante cartelli o altri idonei mezzi di informazione.

Art. 10 Validità del piano

1. Il presente piano ha durata quinquennale e può essere prorogato fino ad un massimo di due anni. La validità del piano decorre dalla data di pubblicazione nel Bollettino Ufficiale della Regione.

Der Bürgermeister Il Sindaco
Rudolf Ties