



STADTGEMEINDE MERAN
COMUNE DI MERANO

**Abteilung 1 – Allgemeine Verwaltung
Generalsekretariat**

**Ripartizione 1 – Affari Generali
Segreteria generale**

**REGOLAMENTO COMUNALE
DELLE FORME DI VENDITA DELLA
STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA**

GEMEINDEORDNUNG DER VERKAUFSFORMEN FÜR TAGESZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN

approvato con deliberazione n. 43/Cons. dd. 25-6-2008

Genehmigt mit Beschluss Nr. 43/GR vom 25.6.2008

 **Portici 192 . I-39012 Meran**
gemeinde.meran.bz.it . www.gemeinde.meran.bz.it
Tel. +39 0473 250 111 . Fax +39 0473 237 690
Steuernr./MwSt.-Nr. 00394920219

Portici 192 . I-39012 Merano
info@comune.merano.bz.it . www.comune.merano.bz.it
tel. +39 0473 250 111 . fax +39 0473 237 690
cod. fisc./part. IVA 00394920219



Comune di Merano

Gemeinde Meran

**REGOLAMENTAZIONE COMUNALE
DELLE FORME DI VENDITA
DELLA STAMPA QUOTIDIANA E
PERIODICA, COMPRENSIVA DI:**

**GEMEINDEORDNUNG DER VERKAUFS-
FORMEN FÜR TAGESZEITUNGEN UND
ZEITSCHRIFTEN, BEINHALTEND:**

**PARTE A)
PIANO PER LA LOCALIZZAZIONE
DEI PUNTI VENDITA**

**TEIL A)
STANDORTPLAN FÜR VERKAUFSSTELLEN**

**PARTE B)
CRITERI PER IL RILASCIO DI AU-
TORIZZAZIONI PER PUNTI VENDITA
DI GIORNALI**

**TEIL B)
KRITERIEN FÜR DIE ERTEILUNG VON GE-
NEHMIGUNGEN FÜR ZEITUNGSVERKAUFS-
STELLEN**

(Piano e Criteri sono stati adottati in conformità agli Indirizzi impartiti dalla Provincia Autonoma di Bolzano con Deliberazione della Giunta Provinciale n. 1494 di data 7 maggio 2007 titolata "Approvazione delle direttive provinciali in materia di vendita della stampa quotidiana e periodica" e secondo quanto stabilito dall'art. 10 ter del Decreto Presidente della Giunta Provinciale 30 ottobre 2000 n.39)

(Plan und Kriterien sind in Übereinstimmung mit den Landesrichtlinien der Autonomen Provinz Bozen, Beschluss der Landesregierung vom 7. Mai 2007, Nr. 1494 „Genehmigung der Landesrichtlinien im Bereich des Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufs“, sowie mit dem Artikel 10 ter des Dekretes des Landeshauptmanns vom 30. Oktober 2000, Nr. 39 erstellt worden)

Verfassung
des Studio Associato Giovanelli – Trient
Alle Rechte vorbehalten

Elaborazione a cura di:
Studio Associato Giovanelli - Trento
Diritti riservati

INDICE

INHALT

PARTE A **PIANO PER LA LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI** **VENDITA**

CAPITOLO 1 **RELAZIONE GENERALE**

- 1.1. Premessa
- 1.2. La legge 13 aprile 1999, n. 108: cenni
- 1.3. Il decreto legislativo 24 aprile 2001, n. 170
“Riordino del sistema di diffusione della stampa
quotidiana e periodica”
- 1.4. L’ordinamento del commercio della Provincia
Autonoma di Bolzano in relazione alla vendita della
stampa quotidiana e periodica
- 1.5. Le Direttive provinciali in materia di vendita
della stampa quotidiana e periodica - Deliberazio-
ne della Giunta Provinciale n. 1.494 di data 7
maggio 2007
- 1.5.1. L’analisi condotta ad inizio 2007
- 1.5.2. Contenuti delle Direttive provinciali

CAPITOLO 2 **INDAGINE STATISTICA E SOCIO-ECONOMICA**

- 2.1. Metodologia
- 2.2. L’analisi condotta
- 2.2.1. Delimitazione urbanistica delle zone
- 2.2.2. Popolazione per zona
- 2.2.3. Censimento delle rivendite: numero e
posizionamento
- 2.2.4. Condizioni di accesso
- 2.2.5. Entità delle vendite di quotidiani e periodici
negli ultimi due anni

CAPITOLO 3 **RISULTANZE FINALI**

- 3.1. Valutazioni conclusive
- 3.2. Nuove possibili attivazioni

PARTE B **NORMATIVA PER I PUNTI VENDITA DI GIOR-** **NALI**

1. Articoli
2. Allegati

TEIL A **STANDORTPLAN FÜR VERKAUFSSTELLEN**

KAPITEL 1 **GENERALBERICHT**

- 1.1. Vorwort
- 1.2. Das Gesetz 13. April 1999, Nr. 108: Hinweise
- 1.3. Das Gesetzesvertretende Dekret vom 24. Ap-
ril 2001, Nr. 170 „Neuordnung des Verteilungssys-
tems für Tageszeitungen und Zeitschriften“
- 1.4. Handelsordnung der Autonomen Provinz Bo-
zen in Bezug auf den Zeitungs- und Zeitschriften-
verkauf
- 1.5. Die Landesrichtlinien im Bereich des Zei-
tungs- und Zeitschriftenverkaufs – Beschluss der
Landesregierung vom 7. Mai 2007, Nr. 1494
- 1.5.1. Die Anfang 2007 durchgeführte Analyse
- 1.5.2. Inhalte der Landesbestimmungen

KAPITEL 2 **STATISTISCHE UND SOZIOÖKONOMISCHE** **ERHEBUNG**

- 2.1. Methodologie
- 2.2. Durchgeführte Untersuchung
- 2.2.1. Urbanistische Eingrenzung der Zonen
- 2.2.2. Bevölkerung je Zone
- 2.2.3. Bestandsaufnahme der Verkaufsstellen:
Anzahl und Lage
- 2.2.4. Zufahrtsbedingungen
- 2.2.5. Anzahl der in den letzten zwei Jahren ver-
kauften Zeitungen und Zeitschriften

KAPITEL 3 **ENDERGEBNISSE**

- 3.1. Endbewertung
- 3.2. Mögliche Neueröffnungen

TEIL B **BESTIMMUNGEN FÜR ZEITUNGSVERKAUFS-** **STELLEN**

1. Artikel
2. Anlagen

PARTE A
PIANO PER LA LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI
VENDITA

CAPITOLO 1
RELAZIONE GENERALE

1.1. Premessa.

Il Comune di Merano, con deliberazione della Giunta Municipale n.35 del 13 dicembre 2005, ha affidato a Studio Associato Giovanelli un incarico specialistico finalizzato alla elaborazione del **Piano di localizzazione dei punti vendita della stampa quotidiana e periodica.**

La regolamentazione della materia in argomento è stata prevista in adeguamento dei criteri indicati dalla nuova disciplina sul riordino del sistema 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 stessa ha provveduto in merito dapprima 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".

Con tali indirizzi la Provincia Autonoma di Bolzano ha stabilito che i Comuni adottino i Piani di localizzazione di cui all'articolo 6 del decreto legislativo n.170/01, col fine di favorire la diffusione della informazione a mezzo stampa, permettendo un razionale insediamento dei punti vendita di giornali su tutto il territorio comunale, per assicurare il giu-

TEIL A
STANDORTPLAN FÜR VERKAUFSSTELLEN

KAPITEL 1
GENERALBERICHT

1.1. Vorwort.

Die Gemeinde Meran, mit Beschluss des Gemeindeausschusses Nr.35, vom 13 Dezember 2005, hat dem Studio Associato Giovanelli einen Fachauftrag für die Ausarbeitung eines **Standortplans für Verkaufsstellen von Tageszeitungen und Zeitschriften** erteilt.

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.

Nach Abschluss dieser Phase hat die Regierung, in Durchführung der im Artikel 3 des obgenannten Gesetzes enthaltenen Vollmacht, das Gesetzesvertretende Gesetz 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.

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

Die Autonome Provinz Bozen hat durch diese Richtlinien festgelegt, dass die Gemeinden den Standortplan laut Artikel 6 des Gesetzesvertretenden Gesetzes Nr. 170/01 aufgreifen. Ziel ist die Förderung der Verbreitung von Informationen mittels Drucksachen. Es soll eine rationale Ansiedlung von Zeitungsverkaufsstellen auf dem

sto contemperamento fra il pubblico interesse alla massima diffusione dei punti vendita e il privato interesse delle rivendite esistenti ad evitare una eccessiva concorrenza, con conseguente riduzione dei singoli volumi di vendita.

Successivamente la Provincia Autonoma di Bolzano ha inteso superare la distinzione tra punti vendita esclusivi, ossia quelli riferiti alle attività di vendita di soli quotidiani e periodici, e punti vendita non esclusivi, ovvero quelli per le attività che in aggiunta ad altre merci e ad una attività definita "prevalente", erano autorizzati alla vendita anche di quotidiani e di periodici.

Infatti, una volta inserito nella L.P. 17 febbraio 2000 n.7 relativa all'ordinamento del commercio l'art. 8 bis "Vendita della stampa quotidiana e periodica", con la modifica del relativo Regolamento di esecuzione (D.P.G.P. 30 ottobre 2000, n.39), con **Decreto del Presidente della Giunta Provinciale 28 novembre 2006 n.67**, ha introdotto gli articoli 10-bis, 10-ter, 10-quater e 10-quinquies attraverso i quali ha deciso di pianificare in Alto Adige il settore della vendita della stampa quotidiana e periodica, senza alcun distinguo degli esercizi a livello tipologico.

Dunque, dopo essersi pienamente appropriata della competenza di legiferare in materia andando ad inserire nel proprio ordinamento del commercio la disciplina della vendita della stampa quotidiana e periodica, la Provincia Autonoma di Bolzano ha provveduto a disciplinare la medesima materia con Regolamento, sia riguardo al rilascio delle autorizzazioni che alla programmazione della rete di vendita, arrivando a discostarsi dalla normativa statale appunto laddove non prevede più la differenza tra punti vendita esclusivi e non esclusivi, quando lascia alla discrezionalità dei Comuni la predisposizione del Piano di localizzazione, ed infine perché prevede il rilascio dell'autorizzazione per punti vendita di giornali alle piccole, medie e grandi strutture di vendita senza alcuna limitazione minima di superficie.

gesamten Gemeindegebiet ermöglicht werden, um damit das richtige Gleichgewicht zwischen dem öffentlichen Interesse - größtmögliche Verbreitung der Verkaufsstellen- und dem privaten Interesse der bestehenden Verkaufsstellen - Vermeiden einer übergroßen Konkurrenz und in Folge dessen, Reduzierung der einzelnen Verkaufsvolumen - zu gewährleisten.

Später beabsichtigte die Autonome Provinz Bozen den Unterschied zwischen exklusiven Verkaufsstellen, jene die ausschließlich Tageszeitungen und Zeitschriften verkaufen, und nicht-exklusiven Verkaufsstellen, jene die Tageszeitungen und Zeitschriften zusätzlich zu anderen Waren und einer "vorwiegenden" Tätigkeit verkaufen dürfen, zu überwinden.

In der Tat wurden durch das Einfügen des Artikel 8/bis „Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften“ in das L.G. vom 17. Februar 2000, Nr. 7, betreffend die Handelsordnung, durch die Änderung der diesbezüglichen Durchführungsverordnung (D.L.H. vom 30. Oktober 2000, Nr. 39) mit **Dekret des Landeshauptmanns vom 28. November 2006, Nr. 67**, die Artikel 10-bis, 10-ter, 10-quater und 10-quinquies eingeführt, wodurch man entschied, den Sektor des Verkaufs von Tageszeitungen und Zeitschriften ohne Unterscheidung der Verkaufstypologien zu planen.

Nachdem sie sich also die Zuständigkeit, auf diesem Gebiet Gesetze zu erlassen, angeeignet hat, indem der Bereich des Verkaufs von Tageszeitungen und Zeitschriften in die Handelsordnung übernommen wurde, hat die Autonome Provinz Bozen denselben Bereich mit einer Durchführungsbestimmung geregelt, sei es für die Erteilung der Genehmigungen, sei es für die Planung des Verkaufsnetzes. Dabei entfernte man sich von der staatlichen Gesetzgebung: es besteht kein Unterschied zwischen exklusiven und nicht-exklusiven Verkaufsstellen, die Ermessensfreiheit der Gemeinden über die Standortpläne und die Erteilung der Genehmigungen für Zeitungsverkaufsstellen an kleine, mittlere und Großverteilungsbetriebe erfolgt ohne Mindestverkaufsfläche.

Des Weiteren hat sie, in Übereinstimmung mit

Ed ancora, conformemente a quanto stabilito dall'art. 10-ter del D.P.G.P. 30 ottobre 2000, n.39, ha emanato con Deliberazione della Giunta Provinciale 7 maggio 2007 n.1494 titolata "Direttive provinciali in materia di vendita della stampa quotidiana e periodica" (in seguito semplicemente "Direttive provinciali"), per dotare i Comuni dello strumento da utilizzare, congiuntamente ai criteri già delineati nel medesimo art. 10-ter, per la predisposizione dei Piani di localizzazione dei punti vendita.

Tale Deliberazione è stata pubblicata sul Bollettino Ufficiale n.21/I-II del 22 maggio 2007.

Quindi la competenza comunale deve esercitarsi nel rispetto delle sopraccitate Direttive provinciali.

Il lavoro condotto nel Comune di Merano ha comportato una fase di raccolta ed elaborazione di dati statistici e socio-economici incidenti, sempre in armonia con quanto metodologicamente definito dalle Direttive provinciali ed operando un raffronto con dinamiche territoriali allargate.

L'attività ha comportato una pregiudiziale fase di definizione della zonizzazione a livello comunale, perché è a questo livello territoriale che va operata la comparazione fra le rivendite esistenti e quelle teoriche od ottimali, individuando eventuali carenze e, conseguentemente, gli spazi per nuove possibilità di attivazione. Nel contempo, sono stati condotti ragionamenti e valutazioni di opportunità, per ricercare uno sviluppo omogeneo del territorio e perseguire un reale miglioramento del livello di servizio all'utenza ed agli stessi operatori.

La nuova regolamentazione, sottoposta all'esame delle categorie interessate, con la suddivisione del territorio comunale in zone omogenee, determina una distribuzione dei punti di vendita che procede in connessione con le peculiarità e le caratteristiche demografiche e sociali di ogni singola zona. Infine, è stata realizzata una fase di analisi e predisposizione della normativa di settore (riportata

dem Artikel 10-ter des D.LH. vom 30. Oktober 2000, Nr. 39, den Beschluss der Landesregierung Nr. 1494, vom 7. Mai 2007 „Genehmigung der Landesrichtlinien im Bereich des Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufs“ (in der Folge einfach „Landesrichtlinien“) erlassen, um den Gemeinden, in Verbindung mit den bereits vom Artikel 10-ter umrissenen Kriterien, die Instrumente für die Erstellung der Standortpläne für Verkaufsstellen zur Verfügung zu stellen.

Dieser Beschluss wurde im Amtsblatt der Region Nr. 21/I-II vom 22. Mai 2007 veröffentlicht.

Demnach muss die Gemeinde ihre Zuständigkeit unter Beachtung der obgenannten Landesrichtlinien ausüben.

Die in der Gemeinde Meran durchgeführte Arbeit war verbunden mit einer Phase der Sammlung und Auswertung von beeinflussenden statistischen und sozioökonomischen Daten, stets im Einklang mit dem von den Landesrichtlinien methodologisch Definierten und einem Vergleich mit erweiterten Gebietsdynamiken.

Die Tätigkeit hat eine präjudizielle Definitionsphase der Zoneneinteilung auf Gemeindeebene mit sich gebracht. Auf dieser Gebietsebene soll der Vergleich zwischen bestehenden sowie theoretischen oder optimalen Verkaufsstellen angestellt werden, indem allfällige Mankos und infolgedessen Flächen für mögliche Neueröffnungen ausgemacht werden. Gleichzeitig wurden Überlegungen angestellt und Bewertungen der Zweckmäßigkeit durchgeführt, um eine homogene Entwicklung des Gebiets zu suchen und eine reelle Verbesserung der Dienste am Kunden und am Betreiber zu verfolgen.

Die neue Reglementierung, von den interessierten Kategorien einer Überprüfung unterzogen, mit der Aufteilung des Gemeindegebietes in homogene Zonen legt eine Verteilung der Verkaufsstellen in Verbindung mit den Besonderheiten sowie demo-grafischen und sozialen Charakteristiken jeder einzelnen Zone fest.

Schließlich wurde eine Phase der Analyse und der Vorbereitung der Bereichsordnung (siehe folgenden Teil C) verwirklicht. Dabei wurde zwar die

nella successiva Parte B). Questa, pur recependo quella sovraordinata nazionale e provinciale, è stata per quanto possibile adattata e tarata sulle specificità locali.

übergeordnete Reglementierung auf Staats- und Landes ebene umgesetzt, es erfolgte jedoch, so weit als möglich, eine Anpassung und ein Abgleichen an die lokalen Besonderheiten.

1.2. La Legge 13 aprile 1999, n. 108: cenni.

Con la Legge 13 aprile 1999, n. 108 pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 94 del 23 aprile 1999, è stata avviata una fase di sperimentazione della durata di diciotto mesi, con possibilità di vendere quotidiani e periodici anche in punti vendita "non esclusivi", ovvero in esercizi commerciali quali: rivendite di generi di monopolio, distributori di carburante, grandi strutture di vendita, bar e librerie.

Ciò a condizione che tali realtà fossero in possesso di specifici requisiti e che la vendita avvenisse con i criteri e le modalità dettate dalla legge.

La legge è composta di soli 5 articoli.

L'*articolo 1* prevede che la sperimentazione venga effettuata sull'intero territorio nazionale.

L'*articolo 2* riporta il percorso metodologico. In particolare, il comma 3 evidenzia che la valutazione riferita alla fase di sperimentazione si deve basare su criteri e parametri quali-quantitativi.

L'*articolo 3* prevede la "delega al Governo". Entro ventiquattro mesi dalla data di entrata in vigore della legge il Governo è delegato ad emanare un decreto legislativo finalizzato a riordinare in maniera organica il sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica.

Tale decreto dovrà basarsi sui seguenti criteri direttivi:

definizione della disciplina cui le Regioni (nel caso

1.2. Das Gesetz vom 13. April 1999, Nr. 108: Hinweise.

Mit dem Gesetz vom 13. April 1999, Nr. 108, veröffentlicht im Amtsblatt vom 23. April 1999, Nr. 94, wurde eine 18-monatige Versuchsphase eingeleitet, dabei wurde die Möglichkeit vorgesehen, Zeitungen und Zeitschriften auch in „nicht exklusiven“ Verkaufsstellen oder in öffentlichen Lokalen zu verkaufen, wie z.B. in: Monopolwarenhandlungen, Tankstellen, Großverteilungsbetrieben, Bars und Buchhandlungen.

Der Besitz spezifischer Voraussetzungen und der Verkauf gemäß der vom Gesetz vorgeschriebenen Kriterien und Modalitäten ist dafür Bedingung.

Das Gesetz setzt sich aus lediglich 5 Artikeln zusammen.

Der *Artikel 1* sieht vor, dass der Versuch auf dem gesamten Staatsgebiet durchgeführt wird.

Der *Artikel 2* berichtet über den methodologischen Verlauf. Insbesondere Absatz 3 unterstreicht, dass sich die Bewertung der Versuchsphase auf qualitative und quantitative Kriterien und Parameter stützen muss.

Der *Artikel 3* sieht die „Ermächtigung der Regierung“ vor. Innerhalb von vierundzwanzig Monaten nach Inkrafttreten des Gesetzes ist die Regierung ermächtigt, ein Gesetzesvertretendes Dekret zu erlassen, um das Verteilungssystem für Tageszeitungen und Zeitschriften einheitlich neu zu ordnen.

Genanntes Dekret muss sich auf folgende Weisungskriterien stützen:

Definition der Ordnung, der sich die Regionen (in

specie la Provincia) dovranno uniformarsi per la parte relativa alla vendita di giornali e riviste;

definizione dei criteri cui dovranno attenersi le Regioni nell'elaborazione degli indirizzi che a loro volta i Comuni dovranno osservare nella predisposizione dei "Piani di localizzazione dei punti esclusivi di vendita";

definizione di un nuovo sistema di vendita dei prodotti editoriali su tutto il territorio nazionale, articolato in punti vendita esclusivi e non esclusivi, mediante il rilascio di autorizzazioni (anche a carattere regionale) in ragione della densità della popolazione, delle caratteristiche urbanistiche e sociali delle singole zone, dell'entità delle vendite di quotidiani e periodici rilevata nel corso degli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, della esistenza di punti vendita non esclusivi.

in jedem Fall die Provinz) in Bezug auf den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften anpassen müssen;

Definition der Kriterien, an die sich die Regionen bei der Ausarbeitung der Richtlinien halten müssen, wiederum von den Gemeinden bei der Gestaltung des „Standortplans für exklusive Verkaufsstellen“ befolgt werden müssen;

Definition eines neuen gesamtstaatlichen Vertriebsweges von Verlagsprodukten. Gegliedert in exklusive und nicht exklusive Verkaufsstellen, unter Berücksichtigung der Genehmigungen (auch saisonal) unter Berücksichtigung der Bevölkerungsdichte, der urbanistischen und sozialen Eigenschaften der jeweiligen Zonen, der Anzahl der in den letzten zwei Jahren verkauften Tageszeitungen und Zeitschriften, der Zufahrtsbedingungen, des Vorhandenseins von nicht exklusiven Verkaufsstellen.

L'articolo 4 reca disposizioni transitorie e abrogative. Prevede al comma 1 che fino alla data di entrata in vigore del decreto legislativo sopra ricordato gli esercizi commerciali nei quali risulta effettuata la sperimentazione possono continuare a vendere i prodotti editoriali prescelti. Inoltre, a tali esercizi deve essere rilasciata di diritto, a semplice loro richiesta, l'autorizzazione alla vendita di giornali, quotidiani e periodici.

Der Artikel 4 betrifft Übergangs- und Aufhebungsbestimmungen. Absatz 1 sieht vor, dass bis zum Inkrafttreten des obgenannten Gesetzesvertretenden Dekretes die öffentlichen Lokale, in welchen der Versuch unternommen wird, mit dem Verkauf der vorausgewählten Verlagsprodukte fortfahren können. Des Weiteren muss diesen Lokalen nach deren Gesuchsstellung von Rechts wegen die Verkaufsgenehmigung für Zeitungen, Tageszeitungen und Zeitschriften erteilt werden.

1.3. Il decreto legislativo 24 aprile 2001, n. 170 "Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica".

Col decreto legislativo 24 aprile 2001, n. 170 si è provveduto ad aggiornare in modo significativo il settore della vendita di giornali, quotidiani e periodici, con obiettivo principale l'incremento della loro diffusione e, quindi, del numero di lettori.

Il decreto, previsto espressamente dall'articolo 3 della Legge 108/99, ha il punto focale nell'articolo

1.3. Das Gesetzesvertretende Dekret vom 24. April 2001, Nr.170 "Neuordnung des Verteilungssystems für Tageszeitungen und Zeitschriften".

Mit dem Gesetzesvertretenden Dekret vom 24. April 2001 Nr.170 wurde der Bereich des Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufs einer grundlegenden Neuregelung unterzogen, und zwar mit dem Hauptziel, die Verbreitung zu fördern und somit die Anzahl der Leser zu erhöhen.

Das Dekret, ausdrücklich vom Artikel 3 des Gesetzes 108/99 vorgesehen, hat den Fokus auf den Artikel 6, Absatz 1 gerichtet. Dieser sieht den

6, comma 1, che prevede l'emanazione da parte delle Regioni (la Provincia nel caso di specie) degli Indirizzi cui dovranno attenersi a loro volta i Comuni nella redazione dei "Piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi". Operando un esame dei contenuti salienti del decreto 170/01, si evidenzia che consta di 9 articoli:

- Articolo 1. Ambito d'applicazione e definizioni
- Articolo 2. Definizione del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica
- Articolo 3. Esenzione dall'autorizzazione
- Articolo 4. Parità di trattamento
- Articolo 5. Modalità di vendita
- Articolo 6. Piani comunali di localizzazione dei punti esclusivi di vendita
- Articolo 7. Stampa estera
- Articolo 8. Monitoraggio mercato editoriale
- Articolo 9. Norme finali

L'*articolo 1* evidenzia al comma 1 che il decreto detta principi per la disciplina da parte delle Regioni (Provincia) di modalità e condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica.

Il comma 2 opera la puntuale definizione delle rivendite:

«i punti vendita esclusivi sono quelli previsti nel piano comunale di localizzazione, tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;

«i punti vendita non esclusivi sono invece rappresentati da quelli esercizi, espressamente previsti nel decreto che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati anche alla vendita di quotidiani e periodici.

Erlass von Richtlinien seitens der Regionen (in diesem Fall der seitens der Provinz) vor, an welche sich ihrerseits die Gemeinden bei der Gestaltung des „Standortplans für exklusive Verkaufsstellen“ halten müssen. Eine Überprüfung der einschneidendsten Inhalte des Dekretes 170/01 ergibt, dass eine Anzahl von 9 Artikeln:

- Artikel 1. Anwendungsbereich u. Definitionen
- Artikel 2. Definition des Verkaufssystems von geszeitungen und Zeitschriften
- Artikel 3. Befreiung von der Genehmigung
- Artikel 4. Behandlungsgleichheit
- Artikel 5. Verkaufsform
- Artikel 6. Kommunale Standortpläne für exklusive Verkaufsstellen
- Artikel 7. Ausländische Presse
- Artikel 8. Überwachung des Verlagsmarktes
- Artikel 9. Abschlussbestimmungen

Der *Artikel 1* unterstreicht im Absatz 1, dass das Dekret Regeln für die Ordnung der Modalitäten und Bedingungen für den Verkauf von Tageszeitungen und Zeitschriften seitens der Regionen (Provinz) vorgibt.

Absatz 2 definiert genau den Wiederverkauf:

exklusive Verkaufsstellen sind jene, die im Gemeindeplan zur Standortbestimmung vorgesehen sind für den allgemeinen Verkauf von Tageszeitungen und Zeitschriften bestimmt sind;

nicht exklusive Verkaufsstellen sind jene Betriebe, die ausdrücklich im Dekret vorgesehen sind und zusätzlich zu anderen Waren, auch Tageszeitungen und Zeitschriften verkaufen dürfen.

L'articolo 2 ribadisce al comma 1 che il sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica si articola, su tutto il territorio nazionale, in punti vendita esclusivi e non esclusivi. Il comma 2 prevede che l'attività sia soggetta al rilascio di apposita autorizzazione da parte dei Comuni, con alcune eccezioni e, pertanto, attività che non richiedono autorizzazione (quelle riportate all'articolo 3). Il rilascio della autorizzazione avviene per i punti di vendita esclusivi nel rispetto dei "Piani comunali di localizzazione", come definiti negli articoli seguenti del decreto (in particolare all'articolo 6). Il comma 3 verte sulle rivendite non esclusive; indica che possono essere autorizzate all'esercizio di un punto vendita non esclusivo una serie ampia di attività, sostanzialmente (ma non esattamente) quelle riportate nell'articolo 1, comma 1 della Legge 108/99 che, anche se non hanno effettuato la sperimentazione, sono autorizzate all'esercizio di un punto vendita non esclusivo successivamente alla presentazione al Comune territorialmente competente di una dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'articolo 1, comma 1, lettera d-bis), numeri 4), 5), 6) e 7) della Legge 13 aprile 1999, n.108.

Artikel 2 betont im Absatz 1, dass das Verkaufssystem für Tageszeitungen und Zeitschriften auf dem gesamtstaatlichen Gebiet in exklusive und nicht exklusive Verkaufsstellen gegliedert ist. Absatz 2 sieht vor, dass es zur Ausübung der Tätigkeit einer eigenen kommunalen Genehmigung bedarf. Es gibt Ausnahmefälle, wobei es sich jedenfalls um Tätigkeiten handelt, für die keine Genehmigung erforderlich ist (im Artikel 3 aufgeführt). Die Erteilung der Genehmigung für die exklusiven Verkaufsstellen erfolgt in Beachtung der „Kommunalen Standortpläne“, die in den folgenden Artikeln des Dekretes (insbesondere im Artikel 6) definiert sind. Absatz 3 dreht sich um den nicht exklusiven Wiederverkauf; er verweist darauf, dass zahlreiche Betriebe zur Führung einer nicht exklusiven Verkaufsstelle ermächtigt werden können. Dies sind substantiell (aber nicht exakt) jene, die im Artikel 1, Absatz 1 des Gesetzes 108/99 angeführt sind. Auch wenn sie nicht am Versuch teilgenommen haben, sind sie ermächtigt, nicht exklusive Verkaufsstellen zu betreiben. Dafür muss der gebietsmäßig zuständigen Gemeinde, eine Erklärung über die Einhaltung der Bestimmungen gemäß Artikel 1, Absatz 1, Buchstabe d-bis), Nummern 4), 5), 6) und 7) des Gesetzes vom 13. April 1999, Nr. 108 vorgelegt werden.

Trattasi di:

rivendite di generi di monopolio;
rivendite di carburanti/oli minerali con superficie minima di 1.500 m²;
bar, inclusi quelli in aree di servizio autostradali, stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, con l'esclusione di altri punti di ristoro (quali ristoranti, trattorie, ...);
strutture di vendita definite dall'articolo 4, comma 1, lettere e), f) e g) del decreto legislativo 31 marzo 1998, n.114 ("Bersani") con un limite minimo di superficie di vendita di 700 m². Trattasi di medie e grandi strutture al dettaglio e centri commerciali di tipo luppati -appunto- su almeno 700 m²;

esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, purché aventi una superficie

Es handelt sich um:

Monopolwarenhandlungen;
Tankstellen mit einer Mindestfläche von 1.500 m²;
Bars, einschließlich solcher, die sich in Autostrassenraststätten, in Bahnhöfen, Flughäfen, Häfen, Schiffshäfen, finden, ausgenommen sind andere Verpflegungsbetriebe (Restaurants, Rotisseries, ...);
Handelsbetriebe gemäß Artikel 4, Absatz 1, Buchstaben e), f) und g) des gesetzesvertretenden Dekretes vom 31. März 1998, Nr. 114 („Bersani“) mit einer Mindestverkaufsfläche von 700 m². Es handelt sich um mittlere und große Einzelhandelsbetriebe und Handelszentren auf, wie gesagt, mindestens 700 m²;

Betriebe, die vorwiegend Bücher und gleichartige Artikel verkaufen und eine Mindestverkaufsfläche von 120 m² aufweisen;

nima di 120 m²;

esercizi a prevalente specializzazione di vendi-
con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste
identica specializzazione.

Betriebe, die vorwiegend auf den Verkauf von
chartikeln spezialisiert sind, und zwar lediglich für
n Verkauf von einschlägigen Fachzeitschriften.

Il comma 4 conferma quanto previsto in legge con
riferimento al fatto che gli esercizi che hanno effe-
tuato la sperimentazione possono ottenere di dirit-
to, a semplice richiesta, il rilascio della autorizza-
zione amministrativa. Il comma 6 definisce meto-
dologicamente che il rilascio dell'autorizzazione,
anche stagionale, riferita sia ai punti vendita e-
sclusivi che non esclusivi, avviene tenendo conto
di parametri quali:

densità della popolazione;
caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone
delle condizioni di accesso;
entità delle vendite di quotidiani e periodici negli
anni due anni;
esistenza di altri punti vendita non esclusivi.

L'articolo 3 (Esenzione dall'autorizzazione) preve-
de i casi nei quali non è richiesta autorizzazione
alla vendita. Trattasi dei seguenti:

vendita nelle sedi di partiti, enti, chiese, comu-
tà religiose, sindacati, associazioni di pertinenti
bblicazioni specializzate;

vendita ambulante di quotidiani di partito,
dicali, religiosi, con l'opera di volontari per propa-
nda politica, sindacale, religiosa;

vendita nelle sedi delle società editrici e loro
lazioni staccate dei giornali da queste editi;

vendita di pubblicazioni specializzate non
tribuite nelle edicole;

consegna porta a porta e vendita ambulante da
rte di editori, distributori ed edicolanti;

vendita in alberghi come servizio ai clienti;

Absatz 4 bestätigt das Gesetz in Bezug auf die
Tatsache, dass Betrieben, die am Versuch teil-
genommen haben, von Rechts wegen die einge-
forderte Verwaltungsgenehmigung zusteht. Ab-
satz 6 definiert methodologisch, dass die Ertei-
lung der Genehmigung, auch saisonal, für exklu-
sive und nicht exklusive Verkaufsstellen unter der
Berücksichtigung folgender Parameter zu erfol-
gen hat:

Bevölkerungsdichte;
urbanistisch und soziale Eigenschaften der
nen und Zufahrtsbedingungen;
Anzahl der in den letzten zwei Jahren ver-
uften Tageszeitungen und Zeitschriften;
Vorhandensein von anderen nicht exklusiven
rkaufsstellen.

Der Artikel 3 (Befreiung von der Genehmigung)
sieht jene Fälle vor, für welche es keiner Ver-
kaufsgenehmigung bedarf. Dies sind:

Verkauf entsprechender Fachver-
entlichungen Sitzen von Parteien, Körperschaf-
n, Kirchen, religiösen Gemeinschaften, Gewerk-
haften oder Vereinigungen;

Straßenverkauf durch ehrenamtliche Mitarbei-
von Partei-, Gewerkschafts- oder religiösen
itungen, die der einschlägigen Werbung dienen;

Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften am
z der jeweiligen Verlagsanstalt sowie in deren
ßenredaktionen;

Verkauf von Fachveröffentlichungen, die nicht
Zeitungs- und Zeitschriftenhandel erhältlich sind;

Lieferung frei Haus und Straßenhandel sei-
s der Verleger, Verteiler sowie Zeitungs- und
itschriftenhändler;

Verkauf in Hotels und Pensionen als Kunden-
anst;

Verkauf in öffentlichen oder privaten Struk-
en, nur für das Publikum, das Zugang zu besag-
n Strukturen hat.

vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private, rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.

Der *Artikel 4* betrifft die „Behandlungsgleichheit“ unter den Zeitungen und wird im Absatz 1 für den Verkauf von Tageszeitungen und Zeitschriften in exklusiven Verkaufsstellen bestätigt.

L'*articolo 4* riguarda la "parità di trattamento" fra le testate, confermata al comma 1 per la vendita di quotidiani e periodici nei punti vendita esclusivi.

Die nicht exklusiven Verkaufsstellen müssen gemäß Absatz 2 hingegen genannte Behandlungsgleichheit mit der Wahl der zum Verkauf angebotenen Tageszeitungen und Zeitschriften gewährleisten.

Invece, i punti vendita non esclusivi, come previsto al comma 2, devono assicurare detta parità di trattamento nell'ambito della tipologia di quotidiani e periodici scelta per la vendita.

L'*articolo 5* definisce le modalità di vendita della stampa quotidiana e periodica, che devono attenersi ai seguenti disposti:

Der *Artikel 5* definiert die Verkaufsformen von Tageszeitungen und Zeitschriften, wobei folgende Bestimmungen zu beachten sind:

il prezzo di vendita stabilito dal produttore non è subire variazioni in relazione ai punti vendita, esclusivi e non;

der vom Verleger festgesetzte Verkaufspreis ist in den exklusiven und nicht exklusiven Verkaufsstellen nicht geändert werden;

condizioni economiche e modalità commerciali di concessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere uguali per le diverse tipologie di esercizi, esclusivi e non, che effettuano la vendita;

die wirtschaftlichen und gewerblichen Bedingungen für den Verkauf der Veröffentlichungen, einschließlich der Gewinnspanne der Wiederverkäufer, müssen in allen exklusiven und nicht exklusiven Verkaufsstellen identisch sein;

in tutti i punti di vendita, esclusivi e non, devono essere previste un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita;

in allen exklusiven und nicht exklusiven Verkaufsstellen müssen für die feilgebotenen Veröffentlichungen angemessene Ausstellungsflächen vorgesehen;

è vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste, materiale pornografico.

das öffentliche Ausstellen von pornografischen Zeitungen, Zeitschriften oder pornografischem Material ist verboten.

L'*articolo 6* prevede al comma 1 che le Regioni (Provincia) emanino gli indirizzi che i Comuni dovranno seguire nel predisporre i Piani comunali di localizzazione dei punti vendita esclusivi, nella osservanza dei seguenti criteri:

Der *Artikel 6* sieht im Absatz 1 vor, dass die Regionen (Provinz) jene Richtlinien erlassen, die von den Gemeinden bei der Gestaltung der kommunalen Standortpläne für exklusive Verkaufsstellen aufgegriffen werden. Folgende Kriterien sind zu beachten:

consultazione delle associazioni degli editori e dei distributori e delle organizzazioni sindacali dei rivenditori più rappresentative a livello nazionale;

Hinzuziehen der auf nationaler Ebene wichtigen Vereinigungen der Verleger und der Verteiler sowie der wichtigsten Gewerkschaftsorganisationen

valutazione della densità di popolazione, del numero di famiglie, delle caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona, dell'entità delle vendite sia di

Klein Händler; Bewertung der Bevölkerungsdichte, der Anzahl der Familien, der urbanistischen und sozia-

quotidiani che di periodici nel corso degli ultimi due anni, delle condizioni di accesso (con particolare riferimento alle zone insulari, rurali o montane), nonché della esistenza di altri punti vendita non esclusivi.

Eigenschaften jeder Zone, der Anzahl der in den letzten zwei Jahren verkauften Zeitungen und Zeitschriften, der Zufahrtsbedingungen (insbesondere von Inseln, ländlichen oder Berggebieten), des Vorhandenseins anderer nicht exklusiver Verkaufsstellen.

Il comma 2 prevede che i Comuni adottino i Piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi entro un anno dall'entrata in vigore del decreto legislativo.

Absatz 2 sieht vor, dass die Gemeinden die Standortpläne für exklusive Verkaufsstellen innerhalb eines Jahres ab Inkrafttreten des Gesetzes-vertretenden Gesetzes anwenden.

Sono comunque tenuti alla riformulazione di detti Piani a seguito della emanazione, da parte delle Regioni (Provincia), degli Indirizzi sopra menzionati. Il comma 3 prevede una sorta di norma transitoria, per garantire un livello minimo di servizio: in assenza di Piano e qualora nel territorio del Comune o di una frazione dello stesso non esistano punti vendita, si può procedere a rilasciare una autorizzazione alla vendita anche ad esercizi diversi da quelli espressamente menzionati nel decreto.

Sie sind aber trotzdem zur Neuformulierung der genannten Pläne infolge des Erlasses der obgenannten Richtlinien seitens der Regionen (Provinz) verpflichtet. Absatz 3 sieht eine Übergangsbestimmung vor, um ein Mindestniveau an Service zu gewährleisten: Fehlt der Plan und ist im Gemeindegebiet bzw. in einer Fraktion der Gemeinde keine Verkaufsstelle vorhanden, so kann die Verkaufsgenehmigung auch an Betriebe erteilen, die nicht ausdrücklich im Dekret genannt sind.

L'articolo 7 estende le previsioni e gli obblighi del decreto legislativo 170/01 alla stampa estera posta in vendita in Italia.

Der Artikel 7 dehnt die Prognosen und die Pflichten des Gesetzesvertretenden Dekretes 170/01 auf die ausländische Presse, die in Italien zum Verkauf angeboten wird, aus.

L'articolo 8 riguarda il monitoraggio della rete di vendita di quotidiani e periodici.

Der Artikel 8 betrifft die Überwachung des Verkaufnetzes der Tageszeitungen und Zeitschriften.

L'articolo 9 prevede che, per quanto non espressamente previsto dal decreto 170/01, si applichi il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

Der Artikel 9 sieht vor, dass soweit das Dekret 170/01 nicht anderes vorsieht, die Bestimmungen des Gesetzesvertretenden Dekretes vom 31. März 1998, Nr. 114, anzuwenden sind.

1.4. L'ordinamento del commercio della Provincia Autonoma di Bolzano in relazione alla vendita della stampa quotidiana e periodica.

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 commercio.

Tramite l'art. 3 della L.P. 3 ottobre 2005, n.8, la Provincia Autonoma di Bolzano ha inserito nella L.P. 7/2000 l'art. 8-bis, con il quale ha "riconosciuto" nella vendita della stampa quotidiana e periodica una particolare branca del commercio al dettaglio e precisando che si sarebbe dovuto pianificare detto settore con il regolamento di esecuzione della legge specificatamente alle modalità di esercizio dell'attività.

Attuando quanto specificato in norma, con il **Decreto del Presidente della Giunta Provinciale 28 novembre 2006 n.67**, si è provveduto ad integrare e modificare in modo conforme il D.P.G.P. 30 ottobre 2000, n.39 "Regolamento di esecuzione della legge provinciale n.7/2000" nei seguenti articoli:

- **il comma 1 dell'art. 3**, che disciplina i requisiti di accesso all'attività, è stato sostituito prevedendo che non solo l'esercizio dell'attività di commercio o di distribuzione di carburanti, ma anche quella di vendita della stampa quotidiana e periodica possa essere esercitata da chi è in possesso dei requisiti morali previsti dall'articolo 5, commi 2, 3 e 4 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114";
- è stato introdotto **l'art.10-bis** per definire puntualmente cosa si intende per punti vendita di giornali (comma 1), per stabilire i limiti di vendita di articoli che non siano di giornali quotidiani e periodici (comma 2), per evidenziare le modalità di rilascio delle autorizzazioni comunali in presenza o meno del

1.4. Die Handelordnung der Autonomen Provinz Bozen bezogen auf den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften

Man beschränkt sich darauf, daran zu erinnern, dass es das primäre Ziel des Landesgesetzes Nr. 7/2000 war, die Neuheiten der Staatreform im Bereich Handel auf Landesebene aufzunehmen und durchzuführen.

Mit dem Artikel 3 des L.G. vom 3. Oktober 2005, Nr. 8, hat die Landesregierung den Artikel 8-bis in das L.G. Nr. 7/2000 eingefügt, mit welchem sie den Verkauf der Zeitungen und Zeitschriften als besondere Einzelhandelsform „anerkannt“ hat und bestimmt, dass die Planung dieses Sektors durch eine Durchführungsverordnung erfolgen sollte, mit besonderem Hinweis auf die Modalitäten der Ausübung der Tätigkeit.

Zur Durchführung der Bestimmung wurde mit **Dekret des Landeshauptmann Nr. 67, vom 28. November 2006** das D.LH. Nr. 39, vom 30. Oktober 2000 „Durchführungsverordnung des Landesgesetzes Nr.7/2000“ in den folgenden Artikel ergänzt und abgeändert:

- **Absatz 1 des Artikel 3**, welcher die Voraussetzungen für den Zugang zur Tätigkeit regelt, wurde ersetzt; neben der Handels- oder Tankstellentätigkeit kann auch der Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften von Personen ausgeübt werden, welche die moralischen Voraussetzungen gemäß Artikel 5, Absätze 2, 3 und 4 des Gesetzvertretenden Dekretes vom 31. März 1998, Nr. 114 besitzen;

Artikel 10-bis wurde eingefügt, um genau zu bestimmen, was man unter Zeitungsverkaufsstellen versteht (Absatz 1), um Verkaufsgrenzen für Artikel festzulegen, die nicht unter Zeitungen und Zeitschriften fallen (Absatz 2), um die Erteilungsverfahren von Gemeinde-genehmigungen bei Vorhandensein oder nicht des Standortplanes

piano di localizzazione (comma 3), per individuare precisamente quali altre attività possono essere autorizzate allo svolgimento della vendita di giornali anche specificamente ai soli quotidiani od ai soli periodici (commi 4 e 5);

hervorzuheben(Absatz 3), um genau festzulegen, welche anderen Tätigkeiten zur Ausübung des Verkaufs von Zeitungen und Zeitschriften ermächtigt werden können, auch spezifisch für nur Zeitungen oder nur Zeitschriften (Absätze 4 und 5);

- è stato inserito l'**art.10-ter** nel quale si lascia alla discrezionalità del Comune se predisporre o meno il piano di localizzazione dei punti vendita ed in cui si elencano i criteri (sostanzialmente quelli previsti dal D.Lgs. 170/2001) da prendere a riferimento nell'eventuale redazione del piano di localizzazione (comma 1), dove si richiede una suddivisione del territorio in zone omogenee dal punto di vista urbanistico e commerciale (comma 2), nel quale si stabilisce l'obbligo di consultazione delle associazioni di categoria e delle organizzazioni sindacali prima dell'approvazione del piano (comma 3) ed il periodo di vigenza del medesimo (comma 4);
• **Artikel 10-ter** wurde eingefügt. Mit ihm überlässt man es der Ermessensfreiheit der Gemeinde einen Gemeindeplan zur Standortbestimmung der Verkaufspunkte zu erstellen oder nicht und es werden Kriterien aufgelistet (grundsätzlich jene die das L.D. Nr.170/2001 vorsieht), auf welche bei der eventuellen Erstellung des Standortplanes Bezug zu nehmen ist (Absatz 1). Es wird eine Unterteilung des Gebietes in homogene Zonen aus urbanistischer und kommerzieller Sicht gefordert (Absatz 2), vor Genehmigung des Planes sind die Berufskategorien und die Gewerkschaften verpflichtend anzuhören (Absatz 3) und die Gültigkeitsdauer des Planes ist anzugeben (Absatz 4);
- è stato inserito l'**art.10-quater** con cui vengono stabilite le condizioni da accettare obbligatoriamente da chi intende richiedere l'autorizzazione per un punto vendita di giornali (comma 1), nonché i tempi dei procedimenti amministrativi relativi al rilascio od al diniego delle autorizzazioni medesime (comma 2);
• **Artikel 10-quater** wurde eingefügt. Hiermit werden die Bedingungen festgelegt, welche jeder eine Zeitungsverkaufsstelle ansuchen möchte (Absatz 1), sowie die Zeiten der Verwaltungsverfahren für die Erteilung oder die Verweigerung der genannten Genehmigungen (Absatz 2);
- è stato introdotto l'**art.10-quinquies** dove vengono riportate tutte le attività per le quali non è necessaria l'autorizzazione alla vendita (si riprendono in buona sostanza le attività già previste dal D.Lgs. 170/2001);
• **Artikel 10-quinquies** wurde eingefügt. Darin werden alle Tätigkeiten aufgelistet, für die es keinerlei Verkaufsgenehmigung bedarf (es werden großteils die vom Gesetzesvertretenden Dekret Nr. 170/2001 vorgesehen Tätigkeiten übernommen);
- è stato introdotto l'**art.33** dove vengono riportate tutte le attività per le quali non è necessaria l'autorizzazione alla vendita (si riprendono in buona sostanza le attività già previste dal D.Lgs. 170/2001);
• im **Artikel 33** wurde **Absatz 1-bis** eingefügt, um die Übernahme der Führung der Zeitungsverkaufsstelle wegen Nachfolge sowie die eventuelle Abtretung der Abteilung zu regeln;
- è stato introdotto il **comma 1-bis** all'**art.33** al fine di regolare il trasferimento per subingresso della gestione di aziende di vendita di giornali, nonché l'eventuale affidamento in gestione del reparto;
• im **Artikel 36** wurde **Absatz 6-bis** eingefügt, um die Modalitäten für die Konvertierung der exklusiven und nicht-exklusiven Genehmigungen, welche bereits aufgrund des Gesetzesvertretenden Dekretes Nr. 170/2001 erteilt wurden, festzulegen;
- è stato introdotto il **comma 6-bis** all'**art.36** per specificare le modalità di conversione delle autorizzazioni esclusive e non esclusive già attive in forza del D.Lgs. 170/2001;

REGOLAMENTAZIONE COMUNALE DELLE FORME DI VENDITA
DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA

GEMEINDEORDNUNG DER VERKAUFSFORMEN FÜR
GESZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN

1.5. Le Direttive provinciali in materia di vendita della stampa quotidiana e periodica - Deliberazione della Giunta Provinciale n. 1494 di data 7 maggio 2007.

1.5. Die Landesrichtlinien im Bereich des Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufs – Beschluss der Landesregierung vom 7. Mai 2007, Nr. 1494.

1.5.1. L'analisi condotta ad inizio 2007.

1.5.1. Die Anfang 2007 durchgeführte Analyse

La Ripartizione 35, Artigianato, industria e commercio della Provincia Autonoma di Bolzano, in seguito alla nuova regolamentazione recata dalla fase di sperimentazione prevista dalla Legge 108/99 aveva effettuato presso i Comuni della provincia una puntuale rilevazione dei punti vendita di giornali e periodici esistenti nell'anno 2000.

Die Abteilung 35 - Handwerk, Industrie und Handel hat infolge der neuen Reglementierung, die die vom Gesetz 108/99 vorgesehene Versuchsphase mit sich gebracht hat, in den Gemeinden der Provinz eine eingehende Erhebung der im Jahre 2000 bestehenden Verkaufsstellen von Zeitungen und Zeitschriften durchgeführt.

Tale rilevazione è stata recentemente ripetuta per riscontrare la situazione dei punti vendita di giornali alla data del 31.12.2006.

Diese Erhebung wurde vor Kurzem wiederholt, um die Situation der Zeitungsverkaufsstellen zum 31.12.2006 zu erheben.

Ciò per disporre di una serie di dati ufficiali ed aggiornati, aspetto pregiudiziale per pianificare su basi oggettive e certe lo sviluppo della rete distributiva nello specifico settore.

Damit wollte man über eine Reihe von amtlichen und ajournierten Daten verfügen; ein präjudiziel-ler Aspekt, um auf objektiven und sicheren Grundlagen die Entwicklung des Verteilungsnetzes für gegenständlichen Bereich zu planen.

Sono stati censiti nell'intera provincia 592 punti vendita di giornali.

In der Provinz wurden 592 Verkaufsstellen für Zeitungen gezählt.

Dai dati appena esposti se ne ricava un indice provinciale pari a un punto vendita ogni 815 abitanti. E' il cd. rapporto "abitanti per rivendita".

Die soeben dargelegten Daten ergeben einen Landesindex von einer Verkaufsstelle je 815 Einwohner. Es ist das Verhältnis „Einwohner je Verkaufsstelle“.

A livello di maggior dettaglio, la Provincia evidenzia che il numero di "abitanti per rivendita" incrementa proporzionalmente al crescere della demografica del comune. Infatti, operando una disaggregazione dei comuni per tre fasce dimensionali, si nota tale correlazione diretta:

Näher betrachtet, hebt die Provinz hervor, dass die Anzahl der „Einwohner je Verkaufsstelle“ proportional zum Wachstum der Gemeindedemographie steigt. Führt man in der Tat eine Unterteilung der Gemeinden in drei dimensionale Gruppen durch, erkennt man diese direkte Korrelation:

685,25 "abitanti per rivendita" per i comuni con popolazione fino a 3000 abitanti;

685,25 „Einwohner je Verkaufsstelle“ für Ge-3000 Einwohnern;

855,00 "abitanti per rivendita" per comuni fra 3000 e 10000 abitanti;

855,00 „Einwohner je Verkaufsstelle“ für Ge-10000 Einwohnern;

888,00 "abitanti per rivendita" per i comuni

auf 888,00 „Einwohner je Verkaufsstelle“ für

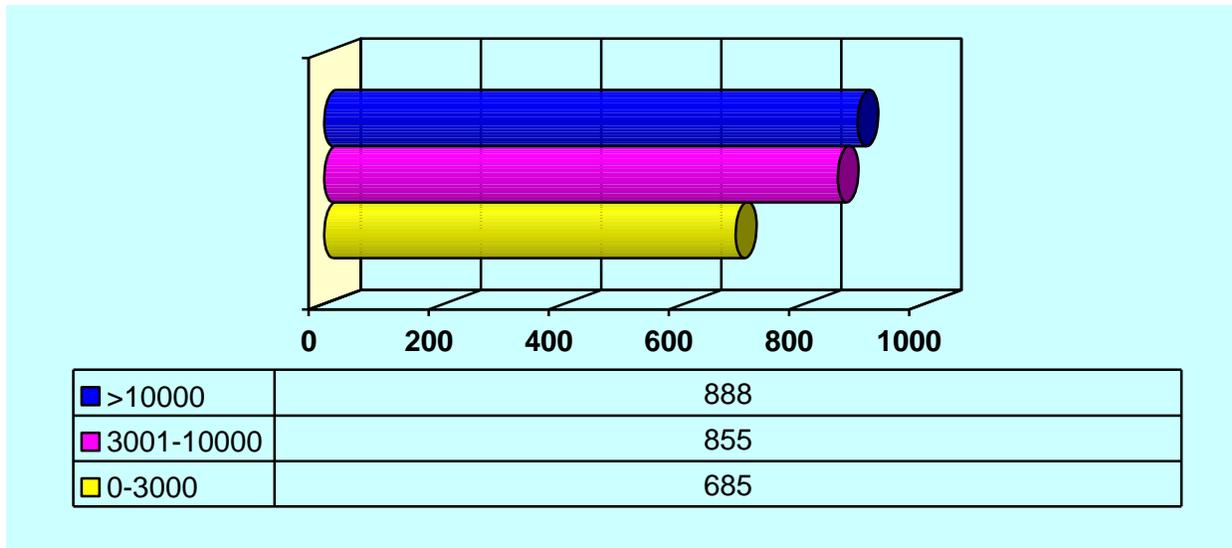
Diese Werte sind graphisch in der untenstehen-

ggiori.

den Tafel 1 hervorgehoben.

Tali valori sono evidenziati graficamente nella Tavola 1 qui di seguito riportata.

Tavola 1: densità punti vendita quotidiani e periodici per dimensione dei comuni
(fonte: indagine provinciale al 31.12.2006, Ripartizione 35, Artigianato, industria e commercio)
Tafel 1: Dichte der Verkaufsstellen für Tageszeitungen und Zeitschriften je nach Größe der Gemeinden
(Quelle: Landeserhebung zum 31.12.2006 der Abteilung 35 - Handwerk, Industrie und Handel)



1.5.2. Contenuti delle Direttive provinciali.

Le Direttive approvate con la deliberazione della Giunta Provinciale n. 1494 di data 7 maggio 2007 (pubblicata sul Bollettino Ufficiale n. 21/I-II del 22 maggio 2007) riportano al punto 3, che per soddisfare l'obiettivo di sviluppo della rete distributiva di giornali ed incentivarne acquisto e lettura, si ritiene di indicare, basandosi sulle informazioni statistiche acquisite con l'indagine al 31.12.2006, un rapporto di equilibrio "abitanti per rivendita" ridotto di una percentuale fra il 10% ed il 20% rispetto al valore medio come rilevato, e ciò distintamente per le tre classi dimensionali di comuni. Ciò garantisce un qualche incremento della densità di esercizi.

La densità ottimale (od obiettivo) che dovrebbe essere perseguita, è quella che individua i parametri "abitanti per rivendita" riportati nella seguente Tavola 2.

1.5.2. Inhalte der Landesrichtlinien.

Die mit Beschluss der Landesregierung Nr. 1494 vom 7. Mai 2007 (veröffentlicht im Amtsblatt Nr. 21/I-II vom 22. Mai 2007) genehmigten Richtlinien verweisen im Punkt 3 darauf, dass man, zum Erreichen des Ziels, das Verteilungsnetz für Zeitungen zwecks Förderung des Verkaufs und des Lesens auszubauen, auf der Grundlage von statistischen Informationen, welche aus der Studie am 31.12.2006 gewonnen wurden, das in den drei dimensional Klassen von Gemeinden erhobene Gleichgewichts-verhältnis „Einwohnerzahl je Verkaufsstelle“, im Vergleich zum Mittelwert um 10 bis 20% reduziert, aufzeigen muss. Dies gewährleistet einen Anstieg der Betriebsdichte.

Die optimale Dichte (oder Zielsetzung) die verfolgt werden sollte, ermittelt die in der folgenden Tafel 2 aufgeführten Parameter „Einwohner je Verkaufsstelle“.

Tavola 2: densità ottimale (obiettivo) in termini di “abitanti per rivendita” (fonte: Direttive provinciali)
Tafel 2: optimale Dichte (Zielsetzung) nach „Einwohner je Verkaufsstelle“ (Quelle: Landesrichtlinien)

Popolazione comuni Gemeindebevölkerung	Abitanti per rivendita: media al 31.12.2006 e obiettivo tendenziale Einwohner je Verkaufsstelle: Mittelwert auf 31.12.2006 und tendentielle Zielsetzung		
	(dati arrotondati all'unità/ aufgerundete Daten)	Status	Obiettivo tendenziale Tendentielle Zielsetzung
Il Comune può prevedere la diffusione dei punti vendita, riormente il rapporto “abitanti per rivendita”. (Ziele der Entwicklung)	Analisi/Analyse al 31.12.2006	Incremento ulteriore (Ziele der Entwicklung)	Die Gemeinde kann eine weitere Erhöhung der Anzahl der Verkaufsstellen vornehmen, indem das Verhältnis Einwohner je Verkaufsstelle (Ziele der Entwicklung)
passaggio potrà avvenire nel rispetto delle previsioni contenute nell'art. 10-ter del D.L.H. Nr. 39/2000.	685	reduziert wird. Dies muss unter Beachtung der in den Kriterien im Artikel 10-ter des D.L.H. Nr. 39/2000.	20% 548
Da 3001 a 10000 abit. Mit 3001 bis 10000 Ein.	855	770	684
Comuni maggiori Größere Gemeinden	888	799	710
Intera provincia Gesamte Provinz	815	578	505

condizioni di accesso, con particolare riferimento alle zone rurali o montane;

Zufahrtsbedingungen, insbesondere von ländlichen oder Berggebieten;

Il punto 3 stabilisce inoltre che il piano di localizzazione, il quale ha validità di 5 anni prorogabile per ulteriori 2 ai sensi del comma 4 dell'art. 10-ter del D.P.G.P. 39/2000, deve necessariamente prevedere la suddivisione del territorio in zone, che risultino omogenee dal punto di vista urbanistico e commerciale, individuando per ciascuna zona la dislocazione dei punti vendita già esistenti.

Punkt 3 stellt weiters fest, dass der Plan zur Standortbestimmung, welcher eine Gültigkeit von 5 Jahren hat und laut Absatz 4 des Artikels 10-ter des D.L.H. Nr.39/2000 für weitere 2 Jahre verlängert werden kann, die Unterteilung des Gemeindegebietes in Zonen vorsehen muss, die in urbanistischer und kommerzieller Hinsicht homogen sein müssen, wobei für jede Zone die Verteilung der bereits bestehenden Verkaufspunkte zu bestimmen ist.

Sempre a livello di singola zona andrà individuata la dislocazione dei punti vendita di nuova istituzione, secondo i criteri sopra evidenziati ed in base a quanto previsto dalle Direttive circa gli obiettivi di sviluppo della rete di vendita.

Für jede einzelne Zone werden anhand der oben angeführten Kriterien und auf der Grundlage der Richtlinien hinsichtlich des Ausbaus des Verteilungsnetzes die Standorte der neuen Verkaufsstellen bestimmt.

Per quanto concerne il trasferimento di un punto vendita di giornali già esistente potrà avvenire solo da una zona saturata ad una zona nella quale il

Was die Übersiedlung eines bereits bestehenden Zeitungsverkaufspunktes betrifft, kann dies nur von einer gesättigten Zone in eine Zone erfolgen,

piano di localizzazione prevede la possibilità di nuove attivazioni.

in der der Plan die Möglichkeit vorsieht, einen neuen Verkaufspunkt zu eröffnen.

Si conferma che gli strumenti programmatori comunali vanno preventivamente sottoposti al parere delle associazioni degli editori, dei distributori e delle organizzazioni sindacali dei rivenditori maggiormente rappresentative a livello nazionale (indicate essere: SPV Distribuzione Stampa, SINAGI, Sindacato Nazionale Giornalai d'Italia, Federazione Italiana Editori Giornali).

Es wird bekräftigt, dass die kommunalen Planungsinstrumente vorzeitig von den Vereinigungen der Verleger und Verteiler sowie von den auf nationaler Ebene wichtigsten Gewerkschaftsorganisationen der Kleinhändler (Südtiroler Presse Vertrieb - S.P.V., Nationale Gewerkschaft der italienischen Zeitungsverkäufer - SINAGI, Italienischer Verband der Zeitungsherausgeber) begutachtet werden müssen.

Le Direttive infine prevedono che a fronte delle attività elencate nell'art. 10-quinquies del D.P.G.P. 39/2000 non è necessario il rilascio dell'autorizzazione per la vendita di giornali. Ciò vale:

Die Landesrichtlinien sehen schließlich vor, dass für die im Artikel 10-quinquies des D.L.H. Nr. 39/2000 aufgelisteten Tätigkeiten die Erteilung der Genehmigung für den Verkauf von Zeitungen nicht notwendig ist. Dies gilt:

- a) per gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste periodiche di specializzazione; für Betriebe, die vorwiegend auf den Verkauf von Fachartikeln spezialisiert sind, und zwar lediglich für den Verkauf von einschlägigen Fachzeitschriften;
- b) per la vendita nelle sedi dei partiti, in enti, associazioni, Comunità religiose, sindacati, associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate; für den Verkauf entsprechender Fachveröffentlichungen an Sitzungen von Parteien, Körperchaften, Kirchen, religiösen Gemeinschaften, Gewerkschaften oder Vereinigungen;
- c) per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa, ricorrendo all'opera di volontari e volontarie; für den Straßenverkauf durch ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Partei-, Gewerkschafts- oder religiösen Zeitungen, die der einschlägigen Werbung dienen;
- d) per la vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate, giornali da esse editi; für den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften im Sitz der jeweiligen Verlagsanstalt wie in deren Außenredaktionen;
- e) per la vendita di pubblicazioni specializzate e normalmente non distribuite nelle edicole; für den Verkauf von Fachveröffentlichungen, normalerweise nicht im Zeitungs- und Zeitschriftenhandel erhältlich sind;
- f) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti; für die Lieferung frei Haus und den Straßenhandel seitens der Verleger, Verteiler sowie Zeitungs- und Zeitschriftenhändler;
- g) per la vendita negli esercizi ricettivi e nei campeggi quando essa costituisce un servizio ai clienti; für den Verkauf in Beherbergungsbetrieben und auf Campingplätzen, falls dieser ein Teil des Bedienungsdienstes ist;
- h) per la vendita effettuata all'interno di musei, di strutture pubbliche o private con accesso riservato a determinate persone, essa sia rivolta unicamente a dette persone; für den Verkauf in Museen, öffentlichen oder privaten Strukturen, zu denen nur bestimmte Personen Zugang haben, sofern der Verkauf ausschließlich an diese Personen gerichtet ist;
- i) per la vendita nei distributori di carburante; für den Verkauf an Tankstellen und in Raststätten;

- e nelle aree di servizio;
j) per la vendita nelle trattorie ubicate in nuclei abitati e nuclei di case sparse, nei quali non sono presenti punti vendita di giornali.”
- für den Verkauf in Gaststätten, die sich in Dörfern und Ortschaften ohne Verkaufspunkte für Zeitungen befinden.

CAPITOLO 2 INDAGINE STATISTICA E SOCIO-ECONOMICA

KAPITEL 2 STATISTISCHE UND SOZIOÖKONOMISCHE ERHEBUNG

2.1. Metodologia.

Dal punto di vista metodologico, la programmazione dei punti vendita di giornali non può avvenire solamente sulla base dei criteri relativi al fabbisogno dell'utenza, specialmente in termini numerici e dunque di rapporto "abitanti per rivendita". L'art. 10-ter del D.P.G.P. n.39/2000 evidenzia al riguardo l'importanza di considerare la densità della popolazione e il numero delle famiglie nonché l'entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni.

In effetti, è importante operare ulteriori valutazioni.

Come ulteriore criterio per l'insediamento risulta opportuno stabilire una preventiva zonizzazione, individuando delle aree omogenee. Si ricorda che le Direttive evidenziano al riguardo l'importanza di valutare le caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere.

Il calcolo delle rivendite autorizzabili è effettuato nel complesso per singola zona. E' stato assunto prudenzialmente, al fine di consentire un significativo ma in parte "frenato" sviluppo della rete, il parametro obiettivo ridotto del 10% rispetto alla media provinciale rilevata al 31.12.2006 per comuni oltre i 10.000 abitanti, qual è Merano.

Pertanto il parametro assunto è ridotto da quello di una rivendita ogni 888 abitanti (indagine al 31.12.2006) a quello "ottimale" od "obiettivo" di 799 "abitanti per rivendita".

2.1. Methodologie.

Vom methodologischen Gesichtspunkt her kann die Planung der Verkaufspunkte von Zeitungen und Zeitschriften nicht nur aufgrund der Kriterien hinsichtlich des Kundenbedarfs erfolgen, insbesondere zahlenmäßig und damit im Verhältnis „Einwohner je Verkaufsstelle“. Artikel 10-ter des D.LH. Nr. 39/2000 unterstreicht diesbezüglich die Bedeutung, die Bevölkerungsdichte, die Anzahl der Familien sowie die Anzahl der in den letzten zwei Jahren verkauften Tageszeitungen und Zeitschriften zu berücksichtigen.

Tatsächlich ist es auch wichtig, zusätzliche Bewertungen vorzunehmen.

Ein weiteres zweckmäßiges Kriterium für die Ansiedlung stellt eine vorsorgliche Zoneneinteilung dar, wobei homogene Zonen bestimmt werden. Man verweist darauf, dass die Richtlinien diesbezüglich die Bedeutung der Bewertung der urbanistischen und sozialen Eigenschaften jeder Zone bzw. jedes Stadtviertels unterstreichen.

Die Berechnung der zulässigen Verkaufsstellen, umfasst insgesamt jede Zone. Um eine signifikante aber zum Teil „gedämpfte“ Entwicklung des Netzes zu erlauben, wurde vorsichtshalber der objektive Parameter einbezogen, welcher im Verhältnis zum 31.12.2006 ermittelten Mittelwert des Landes für Gemeinden mit mehr als 10000 Einwohnern um 10% reduziert wurde; dieser entspricht Meran.

Jedenfalls wurde der angewandte Parameter von jenem der einen Verkaufsstelle je 888 Einwohnern (Untersuchung zum 31.12.2006) auf den „optimalen“ oder der „Zielsetzung“ von 799 „Einwohnern je Verkaufsstelle“ reduziert.

Ne deriva che il numero ottimale (obiettivo) di rivendite complessive per singola zona omogenea è calcolabile secondo la seguente formula:

$$\mathbf{R.O. = P.Z_n/P.O.}$$

dove:

R.O. = rivendite ottimali/obiettivo

P.Z_n = popolazione della zona _n al 31/07/2007

P.O. = parametro obiettivo (799 "abitanti per rivendita")

Daraus resultiert, dass die optimale Anzahl (Zielsetzung) an Verkaufsstellen für jede homogene Zone sich aus folgender Formel ableiten lässt:

$$\mathbf{O.V. = B.Z_n/Z.P.}$$

dabei:

O.V. = optimale Verkaufsstellen/Zielsetzung

B.Z_n = Bevölkerung der Zone _n zum 31.07.2007

Z.P. = zum Ziel gesetzter Parameter (799 „Einwohner je Verkaufsstelle“)

Il numero delle rivendite esistenti (R.E.) è un dato altrettanto certo, verificato nel corso della stesura del presente elaborato.

Die Anzahl der bestehenden Verkaufsstellen (B.V.) ist ein ebenso sicherer Wert, wie im Laufe der Ausarbeitung des gegenständlichen Themas fest-gestellt wurde.

Il numero di rivendite autorizzabili (R.A.) è individuato per semplice differenza:

Die Anzahl der zulässigen Verkaufsstellen (Z.V.) ergibt sich aus einer einfachen Differenz:

$$R.A. = R.O. - R.E.$$

$$Z.V. = O.V. - B.V.$$

dove:

R.A. = rivendite autorizzabili
R.O.= rivendite ottimali/obiettivo
R.E. = rivendite esistenti

dabei:

Z.V. = Zulässige Verkaufsstellen
O.V. = optimale Verkaufsstellen/Zielsetzung
B.V. = Bestehende Verkaufsstellen

E' importante sottolineare che la programmazione impostata e realizzata deve risultare dinamica nel tempo, con possibilità di rilascio di nuove autorizzazioni in caso di cessazione di quelle preesistenti, qualora il rapporto torni positivo.

Es ist wichtig zu unterstreichen, dass die entworfene und durchgeführte Planung eine Zeitdynamik aufweisen muss, die die Möglichkeit bietet, im Falle von Geschäftsaufösungen neue Genehmigungen zu erteilen, falls das Verhältnis wieder positiv wird.

2.2. L'analisi condotta.

2.2. Durchgeführte Untersuchung.

2.2.1. Delimitazione urbanistica delle zone.

2.2.1. Urbanistische Eingrenzung der Zonen.

Nel caso specifico, si è ritenuto di suddividere il territorio comunale in 6 Zone omogenee, elencate nella Tavola 3 e, più in dettaglio, individuate nell'apposito Allegato alle Norme di attuazione.

Im gegenständlichen Fall hat man es für angebracht gehalten, das Gemeindegebiet in 6 homogene Zonen einzuteilen, die in der Tafel 3 aufgezählt sind und detaillierter in der entsprechenden Anlage zu den Durchführungsbestimmungen bestimmt sind.

Tavola 3: individuazione delle zone omogenee di Merano
Tafel 3: Bestimmung der homogenen Zonen in Meran

Zona/e	Individuazione di massima/Grundsätzliche Bestimmung
1	Centro storico / Altstadt
2	Maia Alta / Obermais
3	Maia Bassa / Untermais
4	Quarazze / Gratsch
5	Postgranz – Zona Marleno / Postgranz - Marlinger Zone

2.2.2. Popolazione per zona.

2.2.2. Bevölkerung je Zone.

Consistenza e trend della popolazione rappresentano indicatori fondamentali per la programmazione del settore. La popolazione comunale attuale è

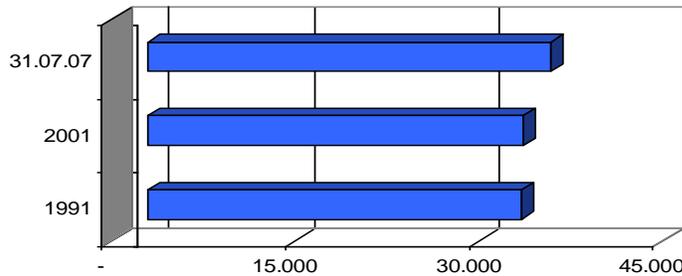
Bevölkerungsstand und trend stellen grundlegende Indikatoren für die Bereichsplanung dar. Der derzeitige Bevölkerungsstand in der Gemeinde

di 35.952 abitanti ripartiti in 17.054 famiglie. Il comune presenta una serie storica della popolazione, nel corso degli ultimi quindici anni, in trend di crescita, come evidenzia la Tavola 4.

zählt 35.952 Einwohner aufgeteilt in 17.054 Familien. Der historische Bevölkerungstrend im Verlauf der letzten fünfzehn Jahre weist einen Wachstumstrend auf, siehe Tafel 4.

Tavola 4: evoluzione demografica di Merano (1991/31.07.2007)
Tafel 4: Die demographische Entwicklung in Meran (1991/31.07.2007)

anni	1991	2001	31.07.07
residenti	33.504	33.669	35.952

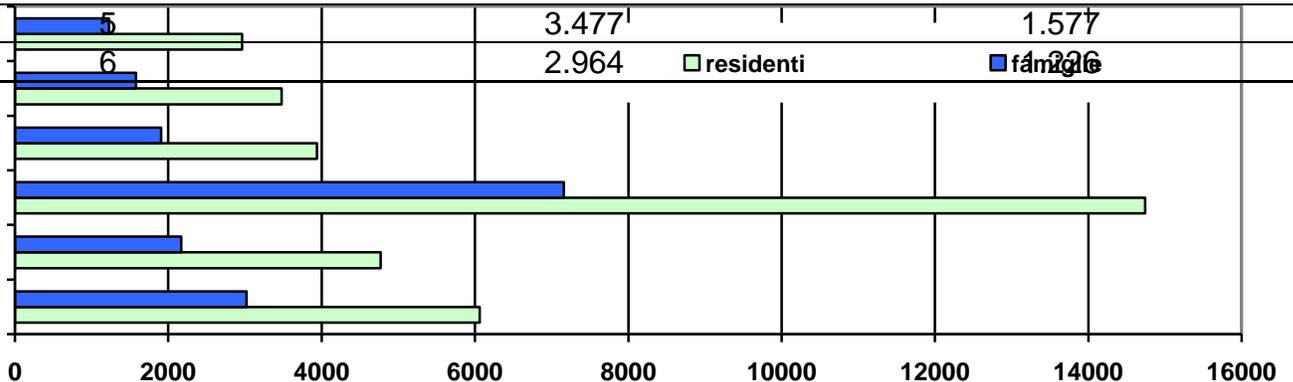


A livello più analitico, e dunque spingendo l'analisi a livello di zone omogenee, questa la situazione della popolazione rilevata a fine luglio 2007.

Auf analytischer Ebene und damit auf Ebene von homogenen Zonen wurde am ende Juli 2007 folgende Bevölkerungssituation erhoben.

Tavola 5: situazione demografica delle zone omogenee di Merano (31.07.07)
Tafel 5: Demographische Entwicklung der homogenen Zonen in Meran (31.07.07)

Zona Zone	Popolazione 31.07.2007 Bevölkerung 31.07.2007	Famiglie 31.07.2007 Familien 31.07.2007
1	6.063	3.020
2	4.768	2.169
3	14.740	7.157
4	3.940	1.905
zona 6	3.477	1.577
zona 5	2.964	1.226
zona 4		
zona 3		
zona 2		
zona 1		



2.2.3. Censimento delle rivendite: numero e posizionamento.

A Merano sono oggi censiti 42 punti vendita di giornali e riviste, tutti ad operatività annuale. Di questi più della metà esercitano la vendita di giornali e riviste abbinata in forma complementare a quella di altre attività commerciali (vendita di prodotti alimentari, generi di monopolio, bar, librerie, cartolerie, negozi di souvenir). Di seguito, si riporta la situazione statistica dei punti vendita suddivisi per zona omogenea e tipologia, a oggi e in serie storica, evidenziando che la relativa elencazione analitica e visualizzazione in planimetria è riportata negli allegati alle Norme di attuazione.

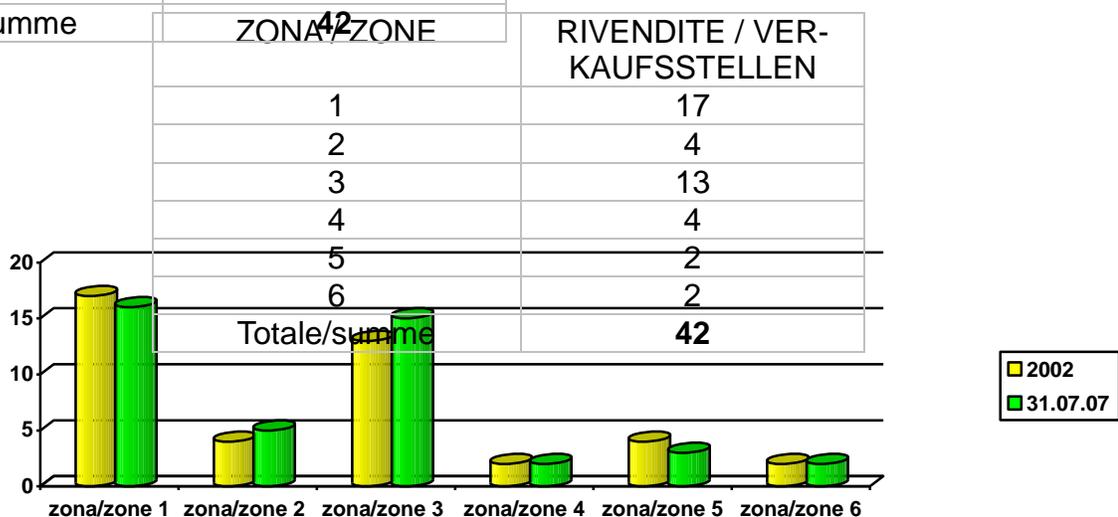
2.2.3. Bestandsaufnahme der Verkaufsstellen: Anzahl und Lage.

In Meran werden derzeit 42 Verkaufsstellen für Zeitungen und Zeitschriften gezählt, alle mit Jahresbetrieb. Mehr als die Hälfte der Betriebe, üben den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften als Nebentätigkeit zu anderen Handelstätigkeiten aus (Verkauf von Lebensmitteln, Monopolwaren, Bar, Buchhandlungen, Souvenirgeschäfte). Nachstehend wird die statistische Situation der Verkaufsstellen getrennt nach homogener Zone und Typologie zum jetzigen Zeitpunkt und in Zeitreihen dargestellt. Man weist darauf hin, dass die entsprechende analytische Aufzählung und die Veranschaulichung in einer Planimetrie in den Anlagen zu den Durchführungsbestimmungen zu finden ist.

Tavola 6: rivendite attuali per zona omogenea in Merano (31.07.07)
Tafel 6: Aktuelle Verkaufsstellen nach homogenen Zonen in Meran (31.07.07)

ZONA / ZONE	RIVENDITE / VERKAUFSSTELLEN
1	15
2	5
3	15
4	4
5	1
6	2
Totale/summe	42

Tavola 7: rivendite per zona omogenea in Merano (2002)
Tafel 7: Verkaufsstellen nach homogenen Zonen in Meran (2002)



A livello complessivo non si evidenziano modifiche sostanziali nella numerica delle rivendite nel periodo 2002/07. Aumenta invece leggermente a livello comunale il parametro "abitanti per rivendita", indice di una contrazione del livello di servizio. Il parametro passa nel periodo 2002/07 da 794 a 856, con una variazione di poco inferiore all'8%.

L'articolazione della rete per singola zona, operando un esame sempre in serie storica, evidenzia come la dinamica negativa interessi sia la zona 1 (Centro Storico) che la zona 5 (Postgranz/Zona Marlengo), con diminuzione rispettivamente di due e di una autorizzazione. Al contrario, nella zona 2 (Maia Alta) e 3 (Maia Bassa) si ha uno sviluppo del livello di servizio, rispettivamente di una e due autorizzazioni. Nelle restanti zone non si sono verificate modifiche.

2.2.4. Condizioni di accesso.

Le informazioni relative all'accessibilità alle aree e in particolare alle rivendite esistenti sono utili per evidenziare il livello di servizio presente. La mappatura localizzativa non evidenzia zone che presentano una situazione con specifiche carenze e/o particolari difficoltà di accesso al servizio da parte dell'utenza.

Solo nella zona 5 (Postgranz/Zona Marlengo) si riscontra l'esercizio di un solo punto vendita di giornali, ed in più abbinato in forma complementare a quella di altra attività commerciale. Pertanto il servizio in tale area è assicurato in modo appena sufficiente ed andrebbe incrementato.

Nella zona 4 (Quarazze) si rileva la presenza dell'Ospedale Civile che necessariamente provoca un afflusso da tutto il Burgraviato di popolazione non residente. In tale area si reputa quindi opportuno prevedere il potenziamento della presenza di rivendite oltre che a servizio degli abitanti, peraltro numerosi, anche dei consumatori "occasionali". Anche nella zona 3 di Maia Bassa, che

Im Allgemeinen sind keine nennenswerten Änderungen an der Anzahl der Verkaufsstellen im Zeitraum 2002/07 festzustellen. Auf Gemeindeebene wird hingegen ein leichter Zuwachs des Parameters „Einwohner je Verkaufsstelle“ verzeichnet; dies ist ein Indikator für den Rückgang des Serviceniveaus. Der Parameter steigt im Zeitraum 2002-2007 von 794 auf 856, mit einer Änderung leicht unter 8%.

Die Gliederung des Netzes nach Zonen zeigt, immer nach Zeitreihen vorgehend, die negative Dynamik in den Zonen 1 (Altstadt) und 5 (Postgranz/Zone Marling) auf, mit einem Rückgang von zwei bzw. einer Bewilligung. Im Gegensatz dazu verzeichnet man in den Zonen 2 (Obermais) und 3 (Untermis) eine Entwicklung des Serviceniveaus von 1 bzw. 2 Bewilligungen. In den übrigen Zonen wurden keine Änderungen festgestellt.

2.2.4. Zufahrtsbedingungen.

Die Informationen hinsichtlich der Erreichbarkeit der Flächen und vor allem der bestehenden Verkaufsstellen sind zum Hervorheben des Serviceniveaus von Nutzen. Das lokalisierende Planzeichnen hat keinerlei Zonen ergeben, die eine Situation mit spezifischen Mängeln und/oder Zufahrtsproblemen für die Kunden aufweisen.

Lediglich in der Zone 5 (Postgranz/Zone Marling) besteht eine einzige Verkaufsstelle, die noch dazu als Nebentätigkeit zu anderen Handelstätigkeiten ausgeübt wird. Deshalb ist das Serviceniveau in dieser Zone kaum gewährleistet und müsste erhöht werden.

In der Zone 4 (Gratsch) befindet sich das Krankenhaus, was zwangsläufig einen Andrang von nicht ansässiger Bevölkerung aus dem ganzen Burgrafenamt verursacht. Man hält es daher für notwendig, in dieser Zone die Anzahl an Verkaufsstellen zu erhöhen, sei es für den Dienst an den Einwohnern, welche zahlreich sind, als auch für den Dienst am „gelegentlichen“ Konsumenten.

già si distingue per una numerica degli abitanti particolarmente elevata, dove sono situati impianti sportivi (tra tutti, l'ippodromo), alcune strutture scolastiche, chiese parrocchiali, numerose attività commerciali, senza dimenticare le nuove terme, si ritiene utile una maggiore diffusione delle rivendite di giornali e riviste.

ten. Auch in der Zone 3 Untermais, welche sich bereits durch eine außerordentlich hohe Einwohneranzahl unterscheidet und in der Sportanlagen (u.a. die Pferderennbahn), einige Schulen, Kirchen, zahlreiche Geschäfte und, nicht zu vergessen, die neuen Thermen angesiedelt sind, hält man eine höhere Dichte an Verkaufsstellen von Tageszeitungen und Zeitschriften für angebracht.

2.2.5. Entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni.

In Italia la vendita media giornaliera dei quotidiani, benché il numero delle testate sia aumentato, non registra negli ultimi 25 anni segni di discontinuità, restando la quantità di copie diffuse praticamente invariata. Ad un aumento registrato negli anni '80 è corrisposto un lento declino nel corso degli anni '90. A livello di periodici si registra invece un leggero incremento proprio negli ultimi anni, anche se con tassi di sviluppo sostanzialmente modesti.

I dati (fonte Accertamenti Diffusione Stampa) evidenziano per la provincia di Bolzano una diffusione media di quotidiani di 88.452 copie nel corso del 2002 e di 88.004 copie nel 2004, con una contrazione pari allo 0,50%. A livello di periodici settimanali, la diffusione media nel 2002 segnava 128.451 copie. Nel 2004 si attesta a 132.426 copie, con uno sviluppo di poco superiore al 3%. Per quanto riguarda i periodici mensili, l'incremento appare più marcato: poco più dell'8%. Si passa dalle 82.929 copie medie del 2002 alle 89.626 di due anni dopo.

A livello comunale non sono disponibili dati recenti relativi all'entità delle vendite, ma si può realisticamente supporre una coincidenza con l'andamento rilevato in ambiti più allargati (la stessa provincia di Bolzano).

2.2.5. Anzahl der in den letzten zwei Jahren verkauften Zeitungen und Zeitschriften.

In Italien hat der Durchschnittswert an täglich verkauften Tageszeitungen, trotz Anstieg der Titelanzahl, in den letzten 25 Jahren keine Anzeichen von Unbeständigkeit angezeigt. Die Anzahl an vertriebenen Kopien ist praktisch unverändert geblieben. Auf einen Anstieg in den 80er Jahren ist ein langsamer Rückgang in den 90er Jahren gefolgt. Bei den Zeitschriften hat man jedoch in den letzten Jahren einen leichten Anstieg verzeichnet, auch wenn die Entwicklungsrate bescheiden ausfällt.

Die Daten (Quelle Accertamenti Diffusione Stampa) zeigen, dass in der Provinz Bozen im Jahr 2002 durchschnittlich 88.452 Kopien an Tageszeitungen verteilt wurden und im Jahr 2004 88.004 Kopien. Dies entspricht einem Rückgang von 0,50%. Bei den wöchentlichen Zeitschriften liegt der Vertriebsdurchschnitt bei 128.451 Kopien im Jahr 2002 und bei 132.426 Kopien im Jahr 2004, was einem Anstieg von etwas über 3% entspricht. Bei den monatlichen Zeitschriften ist der Zuwachs noch ausgeprägter (etwas über 8%), wobei die durchschnittlichen Kopien von 82.929 im Jahr 2002 auf 89.626 zwei Jahre später angestiegen sind.

Auf Gemeindeebene sind keine aktuellen Daten in Bezug auf die Anzahl der Verkäufe verfügbar, aber man kann realistisch von einer Übereinstimmung mit der Entwicklung auf größerer Ebene (Italien und Provinz Bozen) ausgehen.

CAPITOLO 3
RISULTANZE FINALI

KAPITEL 3
ENDERGEBNISSE

3.1. Valutazioni conclusive.

Nel programmare la rete di vendita di giornali e riviste non può non essere sottolineato il fatto che il settore è stato escluso dalla grande riforma di semplificazione che ha invece riguardato il piccolo commercio (quello "di vicinato"), riforma recata dal decreto legislativo 114/98.

Il decreto 170/01 ha sostanzialmente confermato la necessità dell'autorizzazione amministrativa per svolgere l'attività di vendita e ha riproposto la definizione e approvazione, a livello comunale, dei Piani di localizzazione per le rivendite esclusive, ma anche l'approvazione dei Criteri per la attivazione di esercizi non esclusivi.

La maggiore rigidità confermata dal decreto 170/01, specie in rapporto alla "liberalizzazione" avvenuta per il restante piccolo commercio di vicinato, è da ricercare nel modello distributivo in atto nel nostro Paese, dove interagiscono tre soggetti: editore, distributore, edicolante. Il distributore, sul quale ricadono significativi oneri relativi alla fase di distribuzione, ha un evidente interesse a rifornire pochi esercizi, ciascuno connotato da importanti volumi di vendita, per raggruppare i rifornimenti.

Una seconda anomalia, nel modello, è rappresentata dal fatto che per l'edicolante, rispetto al commerciante "tradizionale", il rischio di impresa è limitato: il guadagno è calcolato in percentuale fissa e certa sul venduto, non esiste magazzino, la merce in vendita non è acquistata. La lamentata rigidità della rete di vendita, oltre alla non elevata propensione alla lettura, documentata da numerose pubblicazioni, appare influenzata dai fattori suesposti.

3.1. Endbewertung.

Bei der Planung des Verkaufnetzes von Zeitungen und Zeitschriften kann nicht außer Acht gelassen werden, dass dieser Sektor von der großen Vereinfachungsreform ausgeschlossen blieb, die hingegen den kleinen Handel (die Nahversorgung) betroffen hat. Eine Reform die vom gesetzvertretenden Dekret 114/98 ausging.

Das Dekret 170/01 hat grundsätzlich bestätigt, dass für die Ausübung der Verkaufstätigkeit eine Verwaltungsgenehmigung erforderlich ist und hat neuerlich die Definition und die Genehmigung der Standortpläne für exklusive Verkaufsstellen auf Gemeindeebene, aber auch die Genehmigung der Kriterien zur Inbetriebnahme von nicht exklusiven Geschäften vorgeschlagen.

Die größte vom Dekret 170/01 bestätigte Starrheit, in erster Linie in Zusammenhang mit der „Liberalisierung“, welche in der restlichen kleinen Nahversorgung stattgefunden hat, liegt im derzeitigen Verteilungsmodell unseres Landes begründet, wo drei Subjekte in Wechselwirkung stehen: Verleger, Verteiler, Zeitungsverkäufer. Der Verteiler, auf den beachtliche Kosten hinsichtlich der Verteilungsphase zurückfallen, hat ein augenfälliges Interesse daran, nur wenige Betriebe zu beliefern, jeden mit bedeutenden Verkaufsvolumen, um die Belieferung zusammen zu legen.

Eine zweite Anomalie des Modells zeigt sich daran, dass für den Zeitungsverkäufer im Vergleich zum „traditionellen“ Händler das Unternehmensrisiko begrenzt ist: Der Gewinn wird anhand eines fixen und sicheren Prozentsatzes auf den Verkauf berechnet, es gibt kein Lager, die angebotene Ware ist nicht angekauft. Die beklagte Starrheit des Verkaufnetzes, wird außer von der nicht sehr hohen Leselust, welche von zahlreichen Veröffentlichungen belegt wird, scheinbar von den obgenannten Faktoren beeinflusst.

Mit der neuen Reglementierung des Sektors,

Con la nuova normativa di settore recata in particolare dal decreto legislativo 170/2001 e dalle nuove direttive provinciali, si è inteso operare per cercare di rendere più dinamico l'assetto della rete di vendita, più avanzato il livello di servizio, agevolando le modalità di accesso per l'acquisto di giornali e riviste.

L'analisi condotta, pur avendo attentamente valutato i rilievi critici effettuati dalle associazioni di categoria, ritenuto che la tutela del diritto all'informazione si verifichi soprattutto come realizzazione della "prossimità" del servizio, ha portato l'Amministrazione a verificare con attenzione la distribuzione del servizio sul territorio, ponendosi come obiettivo prioritario e fondamentale la realizzazione di un equilibrio di carattere territoriale.

Ciò comporta l'esigenza di realizzare un servizio per quanto possibile capillare ma, piuttosto che dal punto di vista puramente economico, occorre procedere a una valutazione di tipo socio - territoriale.

Nel contempo, si è ritenuto di favorire una qualche tensione concorrenziale fra le varie tipologie distributive, sempre però nell'ambito di uno sviluppo equilibrato e dinamico della diffusione.

Un altro obiettivo perseguito è la promozione, attraverso l'abbinamento della vendita di quotidiani e periodici con l'esercizio di altre attività di tipo commerciale, di processi di integrazione dei servizi a vantaggio della maggiore fruibilità degli stessi da parte dei consumatori.

Nel caso di Merano, le analisi sviluppate permettono di affermare come l'attuale rete di vendita di giornali e riviste si presenta favorevolmente radicata sul territorio. Sotto il profilo strettamente territoriale, la analisi condotta ha messo in luce una copertura soddisfacente in tutte le parti del territorio comunale, con eccezione della zona 5 (Postgranz/Zona Marleno). Non esistono infatti aree totalmente sprovviste di esercizi, anche se il trend

welche insbesondere vom gesetzvertretenden Dekret 170/2001 und von der neuer Landesrichtlinien ausging, war man sich über den Versuch einig, die Ordnung des Verkaufnetzes dynamischer und das Serviceniveau benutzerfreundlicher zu gestalten, indem die Zufahrtsbedingungen für den Kauf von Zeitungen und Zeitschriften erleichtert werden.

Die durchgeführte Analyse hat die Verwaltung, trotz sorgfältigem Abwägen der kritischen Einwände der Berufskategorien, in der Meinung, dass der Schutz des Informationsrechtes sich vor allem aus der Verwirklichung der „Nahversorgung“ ergibt, dazu gebracht, die Leistungsverteilung auf dem Gebiet genauesten zu überprüfen, wobei die vorrangige und grundsätzliche Zielsetzung in der Erreichung eines territorialen Gleichgewichtes bestand.

Dies bringt die Anforderung mit sich, eine möglichst flächendeckende Dienstleistung zu erzielen, aber anstatt aus dem rein wirtschaftlichen Gesichtspunkt zu agieren, sollte eine sozio-gebietsmäßige Bewertung erfolgen.

Gleichzeitig wollte man ein Konkurrenzgefühl zwischen den verschiedenen Verteilungsformen, immer im Rahmen einer ausgeglichenen und dynamischen Entwicklung der Verteilung, fördern.

Ein weiteres Ziel, welches mittels Koppelung des Verkaufs von Tageszeitungen und Zeitschriften an die Ausübung anderer Handeltätigkeiten verfolgt wird, ist die Förderung der Dienstleistungsergänzungen zum Vorteil einer höheren Nutzung derselben durch die Konsumenten.

Im Falle von Meran, haben die entwickelten Analysen gezeigt, dass das derzeitige Verkaufnetz solide und auf dem Gebiet verwurzelt ist. Unter dem rein gebietsmäßigen Profil hat die durchgeführte Analyse eine zufrieden stellende Deckung in allen Teilen des Gemeindegebietes, mit Ausnahme der Zone 5 (Postgranz/Zone Marling), ergeben. Es gibt keine Flächen, in denen keinerlei Betriebe angesiedelt sind, auch wenn der Trend bei der Anzahl an Verkaufsstellen in den letzten Jahren leicht rückgängig erscheint. Das Verhält-

nella numerica delle rivendite appare nel corso degli ultimi anni in contrazione. Il rapporto "abitanti per rivendita" a livello dell'intero comune appare su livelli leggermente superiori rispetto alla media provinciale. Se quest'ultima indica un valore di 888 per i comuni della medesima fascia (quella oltre i 10.000 residenti), Merano segna infatti 836.

nis „Einwohner je Verkaufsstelle“ auf gesamter Gemeindeebene erscheint im Vergleich zum Durchschnitt auf Landesebene etwas über. Wenn letzterer einen Wert von 815 für die Gemeinden in derselben Kategorie (über 10.000 Einwohner) aufweist, liegt Meran bei 836.

Occorre poi ricordare come Merano sia da sempre una cittadina a forte vocazione turistica e quindi come la componente della domanda sia rappresentata non solo da residenti, ma anche da turisti.

Es muss daran erinnert werden, dass Meran von jeher stark touristisch geprägt ist und dass daher die Komponente der Nachfrage sich nicht nur aus Einwohnern sondern auch aus Touristen zusammensetzt.

Al riguardo Merano da qualche periodo si attesta sulle 850.000 presenze turistiche annue, quattro quinti delle quali da ascrivere al settore alberghiero, che nella cittadina sudtirolese vanta una secolare tradizione.

Diesbezüglich registriert Meran seit einiger Zeit eine jährliche Touristenanwesenheit von 850.000. 4/5 sind dem Hotelsektor anzurechnen, der sich in der Südtiroler Stadt einer jahrhundertalten Tradition rühmt.

Dunque, in base a quanto sinora rilevato ed espresso dall'analisi, risultano leggermente sotto-dimensionate solamente le zone 3 e 5 (Maia Bassa e Postgranz/Zona Marlengo). Invece, le zone 2, 4 e 6 (Maia Alta, Quarazze e Sinigo) si ritiene abbisognino di una contenuta integrazione della rete che attualmente le connota. Infine, la zona 1 (Centro Storico) risulta satura.

Aufgrund der bisher erhobenen Analyse erscheinen demzufolge nur die Zonen 3 und 5 leicht unterdimensioniert (Untermals und Postgranz/Marlinger Zone). In Bezug auf die Zonen 2, 4 und 6 (Obermais, Gratsch und Sinich) ist man andererseits der Meinung, dass eine geringfügige Integrierung des derzeitigen Netzes erfolgen sollte. Die Zone 1 (Altstadt) scheint gesättigt zu sein.

3.2. Nuove possibili attivazioni.

La quantificazione delle nuove autorizzazioni rilasciabili per punti vendita per singola zona omogenea è di seguito riassunta, e quindi ripresa nell'apposito Allegato alle Norme di attuazione.

3.2. Mögliche Neueröffnungen.

Die Quantifizierung der neuen zulässigen Genehmigungen nach Verkaufsstellen und nach homogenen Zonen wird nachstehend zusammengefasst und in der entsprechenden Anlage zu den Durchführungsbestimmungen wieder aufgenommen.

Tavola 8: nuove attivazioni possibili, per zona
Tafel 8: Mögliche Neueröffnungen je Zone

Zona Zone	P.Z. _n B.Z. _n	P.O. Z.P.	R.O.(P.Z. _n /P.O.) O.V.(B.Z. _n /Z.P.)	R.E. B.V.	R.A. (R.O. – R.E.) Z.V. (O.V. - B.V.)
PUNTI VENDITA					
VERKAUFSSTELLEN					
<u>Legenda / Legende:</u>					
P.Z. _n / B.Z. _n = popolazione della zona n al 31.07.2007, Bevölkerung der Zone n zum 31.07.2007					
P.O. / Z.P. = parametro obiettivo (799 "abitanti per rivendita") / zum Ziel gesetzter Parameter (799 „Einwohner je Verkaufsstelle“)					
R.O. / O.V. = rivendite ottimali/obiettivo (R.O.= P.Z. _n /P.O.) / optimale Verkaufsstellen/Zielsetzung (O.V. = B.Z. _n /Z.P.)					
TOTALE/SUMME = 35.952 / Bestehende Verkaufsstellen 42					
R.A./Z.V. = rivendite autorizzabili (R.O. – R.E.) / Zulässige Verkaufsstellen (O.V. - B.V.)					

PARTE B
NORMATIVA PER I
PUNTI VENDITA DI GIORNALI

TEIL B
RICHTLINIEN FÜR VERKAUFSSTELLEN VON
ZEITUNGEN

Articoli:

- Articolo 1. Obiettivi
- Articolo 2. Definizioni
- Articolo 3. Zonizzazione

Artikel:

- Artikel 1. Zielsetzungen
- Artikel 2. Definitionen
- Artikel 3. Zoneneinteilung

Articolo 4. Trasferimenti
Articolo 5. Requisiti di accesso alla attività
Articolo 6. Autorizzazione
Articolo 7. Limite massimo di rilascio di nuove autorizzazioni
Articolo 8. Revoca dell'autorizzazione
Articolo 9. Preposto
Articolo 10. Orari
Articolo 11. Subingresso
Articolo 12. Sanzioni
Articolo 13. Attività non soggette ad autorizzazione
Articolo 14. Validità

Artikel 4. Verlegungen
Artikel 5. Zugangsvoraussetzungen
Artikel 6. Genehmigung
Artikel 7. Höchstlimit zur Erteilung von neuen Genehmigungen
Artikel 8. Widerruf der Genehmigung
Artikel 9. Geschäftsführer
Artikel 10. Öffnungszeiten
Artikel 11. Übernahme
Artikel 12. Sanktionen
Artikel 13. Tätigkeiten die keiner Genehmigung unterliegen
Artikel 14. Gültigkeit

Allegati:

Allegato 1: suddivisione territorio comunale in zone
Allegato 2: elenco attuali punti vendita
Allegato 3: nuove rivendite autorizzabili

Anlagen:

Anlage 1: Gliederung des Gemeindegebietes in Zonen
Anlage 2: Verzeichnis der bestehenden Verkaufsstellen
Anlage 3: neue genehmigte Verkaufsstellen

Art. 1 – Obiettivi

1. Con le presenti Norme l'Amministrazione comunale si propone di realizzare i seguenti obiettivi:
 - a) facilitare la diffusione della stampa attraverso una ridistribuzione dei punti vendita nelle varie aree omogenee di suddivisione del territorio comunale;
 - b) migliorare il servizio alla clientela mediante una più razionale distribuzione della rete di vendita, privilegiando le condizioni di accessibilità degli utenti, nel rispetto delle diverse realtà sociali e insediative esistenti;
 - c) favorire il contenimento dei costi di distribuzione e di esercizio delle rivendite.

Art. 2 – Definizioni

1. Per punto vendita di giornali si intende un esercizio autorizzato alla vendita generale di quotidiani e periodici.
2. Per punto vendita di quotidiani e periodici, o di soli quotidiani o di soli periodici, si intendono anche gli esercizi che sono autorizzabili in abbinamento alle seguenti attività:
 - a) rivendite di generi di monopolio;
 - b) bar, inclusi quelli posti nelle aree di servizio delle autostrade e all'interno di stazioni ferroviarie e aeroportuali, ed esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;
 - c) esercizi di vendita al dettaglio appartenenti a tutte e tre le categorie dimensionali ovvero al vicinato (piccole strutture), alle medie ed alle grandi strutture di vendita.

Art. 3 – Zonizzazione

1. Il territorio comunale è suddiviso nelle zone omogenee come indicate negli Allegati 1-2-3 alle presenti Norme, che individuano per ciascuna zona i punti vendita attualmente esistenti ed il limite massimo di punti vendita di

Art. 1 - Zielsetzungen

1. Mit den gegenständlichen Richtlinien möchte die Gemeindeverwaltung folgende Zielsetzung erreichen:
 - a) Vereinfachung des Vertriebs von Drucksachen durch eine Neuverteilung der Verkaufsstellen in den verschiedenen homogenen Zonen, in die das Gemeindegebiet unterteilt ist;
 - b) Verbesserung des Kundendienstes durch eine rationalere Verteilung des Verkaufnetzes, wobei die Zufahrtsbedingungen der Kunden, unter Berücksichtigung der verschiedenen bestehenden sozialen und angesiedelten Realitäten, begünstigt werden;
 - c) Förderung der Dämmung von Vertriebs- und Betriebskosten der Verkaufsstellen.

Art. 2 – Definitionen

1. Unter Zeitungsverkaufsstelle versteht man einen Betrieb der zum Verkauf von Tageszeitungen und Zeitschriften ermächtigt ist.
2. Unter Verkaufsstellen von Zeitungen und Zeitschriften, oder von nur Tageszeitungen oder nur Zeitschriften, versteht man auch Betriebe die in Zusammenhang mit folgenden Tätigkeiten ermächtigt werden können:
 - a) Monopolwarenhandlungen;
 - b) Bars einschließlich solcher, die sich in Autobahnraststätten, in Bahnhöfen oder in Flughäfen und Häfen befinden; ausgenommen sind andere Verpflegungsstellen, Restaurants, Rotisseries und Gaststätten;
 - c) Detailhandelsbetriebe die allen drei Verkaufsgrößen angehören und zwar Nahversorgungsbetriebe (kleine Handelsbetriebe), sowie mittlere und Großverteilungsbetriebe.

Art. 3 – Zoneneinteilung

1. Das Gemeindegebiet ist in homogene Zonen eingeteilt, wie sie im Anhang 1.2.3 der vorliegenden Richtlinien angeführt sind, wobei für jede Zone die aktuell bestehenden Verkaufspunkte festgestellt wurden und

Art. 4 – Trasferimenti

1. Il trasferimento di punti vendita di giornali già autorizzati, è consentito all'interno della medesima zona e, se avviene tra diverse zone, solamente da zona satura a zona in cui è prevista in Allegato 3 la possibilità di apertura di nuovi punti vendita di giornali.

Art. 5 - Requisiti di accesso alla attività

1. Per l'esercizio dell'attività di vendita dei giornali è necessario il possesso dei requisiti morali di cui all'articolo 5, commi 2-3-4, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

Art. 6 – Autorizzazione

1. L'apertura anche stagionale e il trasferimento di sede di un punto vendita di giornali, sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Sindaco.
2. I punti vendita di giornali possono destinare parte della loro superficie di vendita, purché in forma non prevalente, alla vendita degli articoli del settore merceologico non alimentare, nonché di caramelle, confetti, cioccolatini e simili confezionati.
3. Chi chiede l'autorizzazione deve presentare utilizzare, qualora disponibile, la modulistica predisposta dalla Ripartizione provinciale artigianato, industria e commercio ed una dichiarazione di accettazione delle condizioni sotto elencate:
 - a) deve essere assicurata parità di trattamento alle pubblicazioni; tale obbligo non si applica alle pubblicazioni pornografiche;
 - b) le condizioni economiche e le modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuto ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi che effettuano la rivendita; le pubblicazioni

Art. 4 – Verlegungen

1. Die Verlegung von bereits genehmigten Verkaufsstellen von Zeitungen ist innerhalb derselben Zone erlaubt, wenn sie von einer Zone in eine andere erfolgt, dann nur von einer gesättigten Zone in eine Zone wo laut Anlage 3 die Möglichkeit für Neueröffnungen vorgesehen ist.

Art. 5 – Zugangsvoraussetzungen

1. Für die Ausübung der Tätigkeit des Verkauf von Zeitungen ist der Besitz der moralischen Voraussetzungen gemäß Artikel 5, Absatz 2-3-4 des Gesetzesvertretenden Dekretes vom 31. März 1998, Nr. 114, erforderlich.

Art. 6 – Genehmigung

1. Die Eröffnung, auch saisonal, und die Verlegung des Sitzes einer Verkaufsstelle unterliegen der Genehmigung seitens des Bürgermeisters.
2. Die Verkaufsstellen können einen Teil ihrer Verkaufsfläche für den Verkauf von Artikeln bestimmen, die dem Warenbereich „Nicht Lebensmittel“ angehören sowie von verpackten Bonbons, Dragees, Pralinen und Ähnlichem bestimmen. Der Verkauf dieser Artikel darf aber nicht überwiegen.
3. Wer einen Antrag auf Genehmigung stellt, muss die von der Landesabteilung Handwerk, Industrie und Handel erstellten Vordrucke, soweit verfügbar, verwenden und eine Erklärung über die Einhaltung folgender Bedingungen abgeben:
 - a) alle Veröffentlichungen müssen gleich behandelt werden; diese Pflicht gilt nicht für pornographische Veröffentlichungen,;
 - b) die wirtschaftlichen und gewerblichen Bedingungen für den Verkauf der Veröffentlichungen einschließlich der Gewinnspanne der Wiederverkäufer müssen in allen Verkaufsstellen identisch sein; die angebotenen Veröffentlichungen dürfen nicht gekoppelt

poste in vendita non possono essere comprese in alcun altro tipo di vendita, anche relativa ad altri beni, che non siano quelli offerti dall'editore;

- c) gli esercizi devono prevedere un apposito spazio espositivo unitario per le pubblicazioni poste in vendita, adeguato rispetto alla tipologia prescelta;
 - d) l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico è vietata;
4. Le domande si intendono accolte, per il principio del silenzio assenso, se entro 45 giorni dalla data del ricevimento non viene adottato il provvedimento di diniego. Il termine di 45 giorni può essere sospeso per un periodo di 20 giorni se il Comune richiede ulteriore documentazione. Quando tale ulteriore documentazione viene prodotta il Comune deve adottare il provvedimento finale entro 10 giorni.
5. A tutti i punti vendita di giornali esclusivi e non esclusivi esistenti in forza del D.Lgs. 170/2001, è rilasciata d'Ufficio l'autorizzazione prevista dal presente regolamento.

Art. 7 - Limite massimo di rilascio di nuove autorizzazioni

1. Le autorizzazioni all'apertura per punti vendita di giornali sono rilasciate, nel rispetto di ogni altra disposizione delle presenti Norme, secondo i contingenti riportati nel seguente Allegato 3, per singola zona omogenea.

La disponibilità di rilascio di nuove autorizzazioni deve essere oggetto di continuo aggiornamento seguito dalle variazioni che intervengono nella rete degli esercizi, diminuendo la disponibilità nei casi di autorizzazione a nuova apertura e aumentando la disponibilità in caso di cessazione dell'attività o scadenza della autorizzazione.

Art. 8 - Revoca dell'autorizzazione

mit anderen Waren verkauft werden, sofern dies nicht vom Verleger vorgesehen ist,

- c) die Verkaufsstellen müssen für die angebotenen Veröffentlichungen geeignete bzw. der ausgewählten Produktart angemessene einheitliche Ausstellungsflächen vorsehen,
- d) es ist verboten, pornographische Zeitungen und Zeitschriften sowie pornographisches Material öffentlich auszustellen.

4. Ein Antrag gilt als angenommen, wenn er nicht innerhalb von 45 Tagen ab Erhalt ausdrücklich abgelehnt wird. Die Frist von 45 Tagen kann für die Dauer von 20 Tagen ausgesetzt werden, wenn die Gemeinde weitere Unterlagen anfordert. Nach Erhalt dieser Unterlagen hat die Gemeinde weitere zehn Tage Zeit, um die abschließende Maßnahme zu erlassen.

5. Allen aufgrund des Gesetzesvertretenden Dekrets vom 24. April 2001, Nr. 170, bestehenden exklusiven und nicht exklusiven Verkaufsstellen wird, von Amts wegen, die in dieser Verordnung vorgesehene Genehmigung erteilt.

Art. 7 - Höchstlimit zur Erteilung von neuen Genehmigungen

Die Genehmigungen zur Eröffnung von Verkaufsstellen für Zeitungen werden, unter Einhaltung der Bestimmungen der gegenständlichen Richtlinien, gemäß der in Anlage 3 aufgeführten Kontingenzen, gemäß der in Anlage 3 aufgeführten Kontingenzen, je homogener Zone erteilt.

2. Die Verfügbarkeit der Erteilung von neuen Genehmigungen muss aufgrund von Veränderungen im Betriebsnetz ständig aktualisiert werden, sodass bei Genehmigungen zur Neueröffnung die Verfügbarkeit verringert und bei Auflassung des Betriebes oder bei Verfall der Genehmigung die Verfügbarkeit erhöht wird.

Art. 8 - Widerruf der Genehmigung

1. L'autorizzazione è 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 6 delle presenti Norme;
 - d) in 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 dell'esercizio di vendita e può disporre la totale o parziale confisca della merce.
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 nachgewiesener 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 6 der gegenständlichen Richtlinien nicht mehr erfüllt;
 - d) bei wiederholtem Verstoß gegen die hygienischen Vorschriften nach zeitweiliger Einstellung der Handelstätigkeit aufgrund besonders schwerwiegender Fälle oder aufgrund von Rückfälligkeit.
 2. Bei widerrechtlicher Ausübung der Tätigkeit ordnet der Bürgermeister die unverzügliche Schließung des gesamten Handelsbetriebes an. Außerdem kann er die Beschlagnahme der gesamten oder eines Teiles der Waren verfügen.

Art. 9 – Preposto

1. Il titolare dell'attività può nominare un proprio preposto alla gestione dell'esercizio di vendita di giornali. 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 5 ed è responsabile dell'attività svolta nei locali di vendita.
2. Nell'esercizio di vendita di giornali è ammesso l'affidamento in gestione di reparto a chi possiede i requisiti di cui all'articolo 5.

Art. 10 – Orari

1. I punti vendita di giornali non sono soggetti alla disciplina degli orari dei negozi di cui all'ordinamento del commercio. Gli orari di apertura sono rimessi alla libera determinazione

Art. 9 – Geschäftsführer

1. Der Betriebsinhaber der Tätigkeit, kann einen Leiter für die Führung des Zeitungsbetriebs ernennen. Diese Ernennung muss mit einer Erklärung anstelle eines Notariatsaktes oder einer von den Parteien unterzeichneten eigenverantwortlichen Erklärung bestätigt werden. Der Betriebsleiter muss in Besitz der Voraussetzungen gemäß Artikel 5 sein und ist für die in den Verkaufsräumen abgewickelte Tätigkeit verantwortlich.
2. Im Zeitungsgeschäft ist die Übergabe zur Führung einer Abteilung an jene möglich, die in Besitz der Voraussetzungen laut Artikel 5 sind.

Art. 10 – Öffnungszeiten

1. Die Verkaufsstellen von Zeitungen unterliegen nicht der Regelung der Geschäftszeiten laut Handelsordnung. Die Öffnungszeiten werden von den einzelnen Unternehmern be-

degli esercenti. L'esercente é tenuto a rendere noto al pubblico l'orario di effettiva apertura e chiusura del proprio esercizio mediante cartelli o altri mezzi di informazione.

Art. 11 – Subingresso

1. Il trasferimento della gestione o della proprietà di un esercizio di vendita di giornali per atto tra vivi o per causa di morte, l'affidamento in gestione di reparto, nonché la cessazione dell'attività sono soggette alla sola comunicazione all'autorità che ha rilasciato l'autorizzazione. Chi assume la gestione o la proprietà di un esercizio di vendita di giornali deve soddisfare i requisiti previsti dall'articolo 5 e documentarne il possesso nella comunicazione.

Nel caso di punto vendita elencati all'art. 2 comma 2 lettere a) b) e c), il trasferimento della gestione o della proprietà, deve riguardare sia la vendita di giornali che quella a cui la stessa è abbinata.

Art. 12 – Sanzioni

1. Chiunque viola le disposizioni in materia di vendita di giornali è punito con le sanzioni di cui all'articolo 34 del D.P.G.P. n.39/2000.

Art. 13 - Attività non soggette ad autorizzazione

1. Non è necessaria l'autorizzazione:
 - a) per gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste periodiche di identica specializzazione;
 - b) per la vendita nelle sedi dei partiti, in enti, chiese, Comunità religiose, sindacati, associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate;
 - c) per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa, ricorrendo all'opera di volontari e volontarie;

stimmt. Der Kaufmann hat der Kundschaft die Öffnungs- und Schließungszeiten seines Geschäftes durch ein Schild oder andere geeignete Mittel bekannt zu geben.

Art. 11 – Übernahme

1. Die Übernahme der Führung oder des Eigentums eines Einzelhandelsbetriebes von Zeitungen durch Rechtsgeschäft unter Lebenden oder von Todes wegen, die Anvertrauung einer Abteilung, sowie die Auflassung eines Betriebes müssen der Behörde mitgeteilt werden, welche die Erlaubnis ausgestellt hat. Wer die Führung oder das Eigentum eines Einzelhandelsbetriebes von Zeitungen übernimmt, muss die vom Artikel 5 vorgesehenen Voraussetzungen besitzen und diese gleichzeitig mit der Mitteilung nachweisen.
2. Handelt es sich um eine Verkaufsstelle laut Artikel 2, Buchstaben a), b) und c), muss die Übernahme der Führung oder des Eigentums sowohl den Zeitungsverkauf als auch die damit verbundene Verkaufstätigkeit betreffen.

Art. 12 – Sanktionen

1. Wer gegen die Bestimmungen im Bereich des Verkaufes von Zeitungen verstößt, unterliegt einer Verwaltungsstrafe laut Artikel 34 des D.LH. Nr. 39/2000.

Art. 13 - Tätigkeiten die keiner Genehmigung unterliegen

1. Es bedarf keiner Genehmigung:
 - a) für Betriebe, die vorwiegend auf den Verkauf von Fachartikeln spezialisiert sind, und zwar lediglich für den Verkauf von einschlägigen Fachzeitschriften;
 - b) für den Verkauf entsprechender Fachveröffentlichungen an Sitzen von Parteien, Körperschaften, Kirchen, religiösen Gemeinschaften, Gewerkschaften oder Vereinigungen;
 - c) für den Straßenverkauf durch ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Partei-, Gewerkschafts- oder religiösen Zeitungen, die der einschlägigen Werbung dienen;

- a) per la vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi; für den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften im Sitz der jeweiligen Verlagsanstalt sowie in deren Außenredaktionen;
- a) per la vendita di pubblicazioni specializzate normalmente non distribuite nelle edicole; für den Verkauf von Fachveröffentlichungen, die normalerweise nicht im Zeitungs- und Zeitschriftenhandel erhältlich sind;
- b) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti; für die Lieferung frei Haus und den Straßenhandel seitens der Verleger, Verteiler sowie Zeitungs und Zeitschriftenhändler;
- c) per la vendita negli esercizi ricettivi e nei campeggi quando essa costituisce un servizio ai clienti; für den Verkauf in Beherbergungsbetrieben und auf Campingplätzen, falls dieser ein Teil des Kundendienstes ist;
- d) per la vendita effettuata all'interno di musei, di strutture pubbliche o private con accesso riservato a determinate persone, purché essa sia rivolta unicamente a dette persone; für den Verkauf in Museen, öffentlichen oder privaten Strukturen, zu denen nur bestimmte Personen Zugang haben, sofern der Verkauf ausschließlich an diese Personen gerichtet ist;
- e) per la vendita nei distributori di carburante e nelle aree di servizio; für den Verkauf an Tankstellen und in Raststätten;
- f) per la vendita nelle trattorie ubicate in nuclei abitati e nuclei di case sparse, nei quali non sono presenti punti vendita di giornali." für den Verkauf in Gaststätten, die sich in Dörfern und Ortschaften ohne Verkaufspunkte für Zeitungen befinden.

Art. 14 – Validità

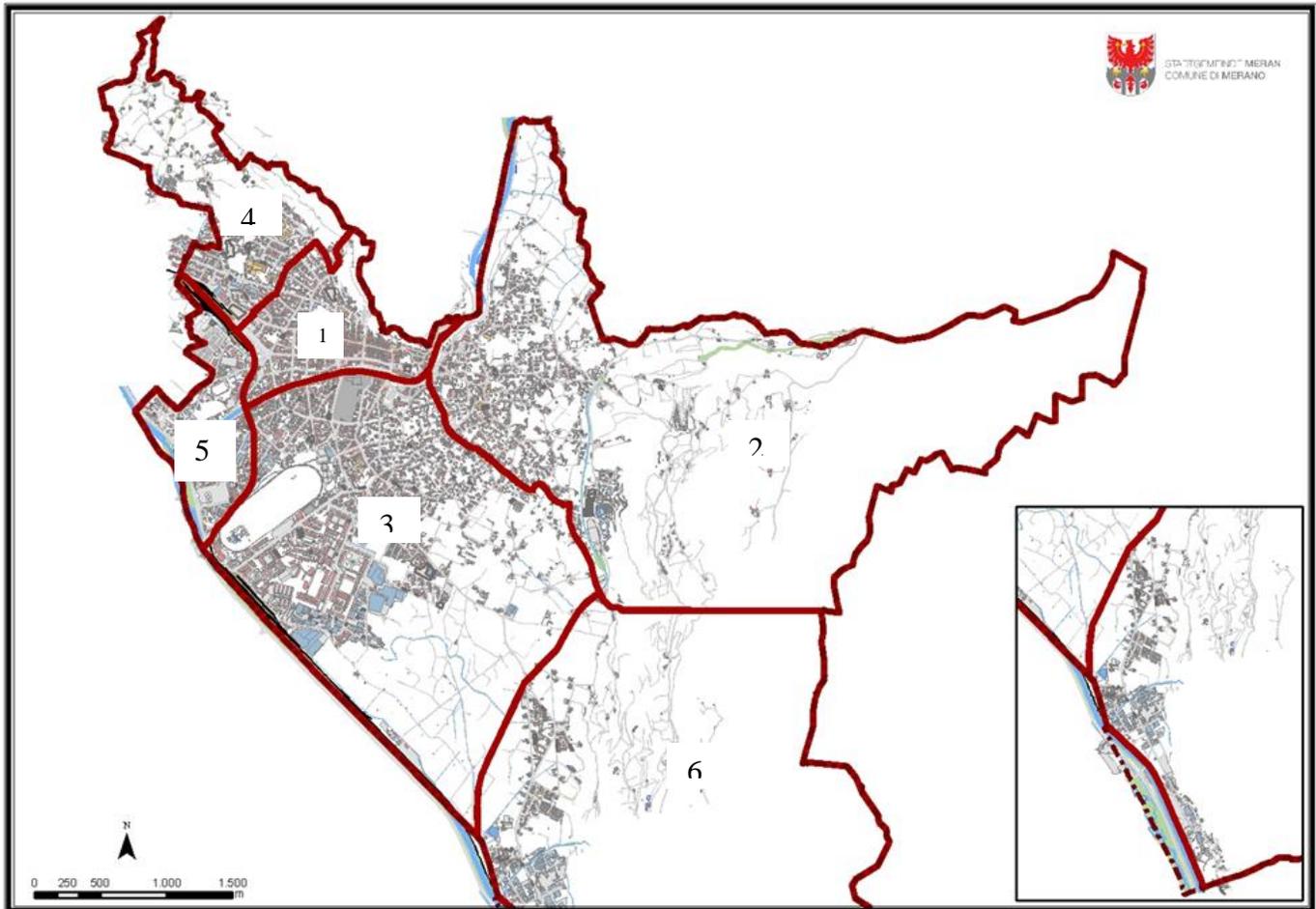
1. Il presente provvedimento ha durata quinquennale a decorrere dalla data di pubblicazione nel Bollettino Ufficiale della Regione. Può essere prorogato per un massimo di anni due.

Art. 14 – Gültigkeit

Die gegenständliche Maßnahme hat eine Dauer von fünf Jahren ab dem Datum der Veröffentlichung im Amtsblatt der Region und kann um höchstens zwei verlängert werden.

Allegato 1: suddivisione del territorio comunale in zone
Anlage 1: Gliederung des Gemeindegebietes in Zonen

A) Planimetria / Planimetrie:



B) Elencazione / Auflistung:

Zona/Zone	Individuazione di massima/Grundsätzliche Bestimmung
1	Centro storico / Altstadt
2	Maia Alta / Obermais
3	Maia Bassa / Untermals
4	Quarazze / Gratsch
5	Postgranz – Zona Marlenigo / Postgranz - Marlinger Zone
6	Sinigo / Sinich

Allegato 2: elenco attuali punti vendita
Anlage 2: Verzeichnis der bestehenden Verkaufsstellen

	DENOMINAZIONE	INDIRIZZO	ZONA	ATTIVITA' PREVALENTE
1	GASPERINI LUCIANA-LAVANGA	via delle Corse 107	1	
2	GHIRARDINI IRENE	via delle Corse	1	
3	CANNISTRACCI FELICIA	via Piave n.41	3	
4	VALENTINI MARIA	via Toti 47	3	
5	VALSESIA ADRIANO	via Leopardi 4	3	
6	GOTTARDI MARIO	via Hofer 14	1	
7	HAAS ENRICO	via Petrarca 10	3	
8	SPORNBERGER GREGOR	via Roma 123	3	
9	GREGORI LICIA	via Caserme 1	3	
10	MITTERHOFER GERTRAUD	via Roma 26	3	
11	HEIDENBERGER ALEXANDER	via delle Corse 30	1	
12	EHEIM GELTRUDE	stazione ferroviaria	4	
13	PAOLETTI SAVERIO	via Speckbacher 12	1	
14	SETTIMO ANTONIO	via Cavour 1	3	
15	ELLMENREICH	piazza Duomo	1	libreria-cartoleria
16	VALENTINOTTI CHIARA	via Mozart 11	4	drogheria e cartoleria
17	COLANGELO ANTONIO	via Palade 18/20	3	alimentari e non alimentari
18	TOMIO BRUNO	via Bersaglio 62	5	alimentari e non alimentari
19	EGGER ROSA	vicolo Passiria 32	1	alimentari e non alimentari
20	BARBACOVİ EVELINA	via da Vinci 8	1	generi di monopolio
21	LORENZI RODOLFO	via Winkel 36	3	alimentari e non alimentari
22	LOCHMANN ALOIS	Piazza Fontana 21	2	bar
23	SOMVI FRANZ	via Dante 9	2	alimentari e non alimentari
24	VITILLO LUIGI	via Parrocchia n.9	3	bar
25	DRESCHER WERNER	passaggiata d'Inverno 3	1	alimentari e non alimentari
26	PUDDU ANTONIO	corso Libertà 139	1	bar
27	STROBL ERWIN	via Dante 7	2	cartoleria
28	DONIA FRANCO	passaggiata lungo Passi- rio 62	1	souvenir
29	ELLMENREICH JOACHIM	via Portici 361	1	generi di monopolio
30	STEINER EVA	piazza Stazione 10	4	bar
31	FURLAN ANITA	via Virgilio n.37	2	alimentari
32	VENTURINI LILIANA	passaggiata lungo Passi- rio 42	1	souvenir
33	OTTL THOMAS	via Nazionale 72	6	bar + generi di monopolio
34	DUROGATTI ROLANDO	via Roma 75	3	generi di monopolio
35	BERBENNI STEFANIA	via Mainardo 76	1	bar
36	DI VIETRI GIUSEPPE	via Laurin 21	4	bar
37	TROGER ANDREA	via Cavour 85	2	libreria-cartoleria
38	CHIANESE GIUSEPPE	via Roma 124	3	cartoleria
39	EGGER MICHAEL	piazza S.Vigilio 43	3	bar
40	GARBER OTTO	corso Libertà 23	1	generi di monopolio
41	AGOSTINI NATALIE EVA	via Filzi 15	6	generi di monopolio
42	ASPIAG SERVICE SRL	via Roma 276	3	alimentari e non alimentari

	BEZEICHNUNG	ADRESSE	ZONE	VORWIEGENDE TÄTIGKEIT
1	GASPERINI LUCIANA-LAVANGA	Rennweg 107	1	
2	GHIRARDINI IRENE	Rennweg	1	
3	CANNISTRACCI FELICIA	Piave Strasse n.41	3	
4	VALENTINI MARIA	Toti Strasse 47	3	
5	VALSESIA ADRIANO	Leopardi Strasse 4	3	
6	GOTTARDI MARIO	Hofer Strasse 14	1	
7	HAAS ENRICO	Petrarca Strasse 10	3	
8	SPORNBERGER GREGOR	Rom Strasse 123	3	
9	GREGORI LICIA	Kasernen Strasse 1	3	
10	MITTERHOFER GERTRAUD	Rom Strasse 26	3	
11	HEIDENBERGER ALEXANDER	Rennweg 30	1	
12	EHEIM GELTRUDE	Bahnhof	4	
13	PAOLETTI SAVERIO	Speckbacher Strasse 12	1	
14	SETTIMO ANTONIO	Cavour Strasse 1	3	
15	ELLMENREICH	Domplatz	1	Bücherregal - Briefpapierspeicher
16	VALENTINOTTI CHIARA	Mozart Strasse 11	4	Briefpapierspeicher
17	COLANGELO ANTONIO	Gampen Strasse 18/20	3	Lebensmittel und Nichtlebensmittel
18	TOMIO BRUNO	Schiessstand Strasse 62	5	Lebensmittel und Nichtlebensmittel
19	EGGER ROSA	Passeier Gasse 32	1	Lebensmittel und Nichtlebensmittel
20	BARBACOVİ EVELINA	Da Vinci Strasse 8	1	Monopolwaren
21	LORENZI RODOLFO	Winkel Strasse 36	3	Lebensmittel und Nichtlebensmittel
22	LOCHMANN ALOIS	Brunnen Platz21	2	Bar
23	SOMVI FRANZ	Dante Strasse 9	2	Lebensmittel und Nichtlebensmittel
24	VITILLO LUIGI	Pfarr Gasse n.9	3	Bar
25	DRESCHER WERNER	Winterpromenade 3	1	Lebensmittel und Nichtlebensmittel
26	PUDDU ANTONIO	Freiheit Strasse 139	1	Bar
27	STROBL ERWIN	Dante Strasse 7	2	Briefpapierspeicher
28	DONIA FRANCO	Passerpromenade 62	1	Souvenir
29	ELLMENREICH JOACHIM	Laubengasse 361	1	Monopolwaren
30	STEINER EVA	Bahnhof Platz 10	4	Bar
31	FURLAN ANITA	Virgilio Strasse 37	2	Lebensmittel
32	VENTURINI LILIANA	Passerpromenade 42	1	Souvenir
33	OTTL THOMAS	Reich Strasse 72	6	Bar + Monopolwaren
34	DUROGATTI ROLANDO	Rom Strasse 75	3	Monopolwaren
35	BERBENNI STEFANIA	Meinhard Strasse 76	1	Bar
36	DI VIETRI GIUSEPPE	Laurin Strasse 21	4	Bar
37	TROGER ANDREA	Cavour Strasse 85	2	Bücherregal - Briefpapierspeicher
38	CHIANESE GIUSEPPE	Roma Strasse 124	3	Briefpapierspeicher
39	EGGER MICHAEL	St Vigil Platz 43	3	Bar
40	GARBER OTTO	Freiheitstrasse 23	1	Monopolwaren
41	AGOSTINI NATALIE EVA	Filzi Strasse 15	6	Monopolwaren
42	ASPIAG SERVICE SRL	Roma Strasse 276	3	Lebensmittel und Nichtlebensmittel

Allegato 3: nuove rivendite autorizzabili
Anlage 3: neue genehmigte Verkaufsstellen

Zona Zone	P.Z. _n B.Z. _n	P.O. Z.P.	R.O.(P.Z. _n /P.O.) O.V.(B.Z. _n /Z.P.)	R.E. B.V.	R.A. (R.O. – R.E.) Z.V. (O.V. - B.V.)
PUNTI VENDITA					
VERKAUFSSTELLEN					
<u>Legenda / Legende:</u>					
1	6.063	799	7,59	15	0
P.Z. _n /B.Z. _n = popolazione della zona n al 30.06.2007 / Bevölkerung der Zone n zum 30.06.2007	4.768	799	5,97	3	1
3 P.O./Z.P. = parametro obiettivo (799 "abitanti per rivendita") / zum Ziel gesetzter Parameter (799 „Einwohner je Verkaufsstelle")	14.740	799	18,45	15	3
4	3.940	799	4,93	4	1
5 R.O./O.V. = rivendite ottimali/obiettivo (R.O.= P.Z. _n /P.O.) / optimale Verkaufsstellen/Zielsetzung (O.V.= B.Z. _n /Z.P.)	3.477	799	4,35	1	3
6	2.964	799	3,71	2	2
TOTALE/SUMME	35.952	-	45,00	42	10

R.E./B.V. = rivendite esistenti / Bestehende Verkaufsstellen

R.A./Z.V. = rivendite autorizzabili (R.O. – R.E.) / Zulässige Verkaufsstellen (O.V. - B.V.)