

# ANALISI DELLA MOBILITÀ PRESSO I PRINCIPALI CENTRI COMMERCIALI DI ROMA

**INDAGINI CONOSCITIVE E MODELLO  
PREVISIONALE DELL'IMPATTO SULLA MOBILITÀ**

**allegato 5. il polo commerciale “CINECITTÀDUE”**



ROMA



mobilità



ROMA CAPITALE

## **INDICE**

<b>1</b>	<b>IL CENTRO COMMERCIALE “CINECITTÀDUE”</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>CLASSI DI DISTANZA E CLASSI DI TEMPO</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>I RISULTATI DELLA CAMPAGNA DI INDAGINE</b>	<b>7</b>
<b>3.1</b>	<b>NUMERO DEI VISITATORI DEL POLO COMMERCIALE</b>	<b>7</b>
<b>3.2</b>	<b>MEZZO DI TRASPORTO UTILIZZATO PER RECARI AL CENTRO COMMERCIALE</b>	<b>8</b>
<b>3.3</b>	<b>IL CAMPIONE INTERVISTATO</b>	<b>10</b>
<b>3.4</b>	<b>FREQUENZA DELLA VISITA AL CENTRO COMMERCIALE</b>	<b>11</b>
<b>3.5</b>	<b>TEMPO DI PERMANENZA</b>	<b>11</b>
<b>3.6</b>	<b>IMPIEGO DEL TEMPO NEL CENTRO COMMERCIALE</b>	<b>12</b>
<b>3.7</b>	<b>VOLUME DELLA SPESA</b>	<b>12</b>
<b>3.8</b>	<b>CON CHI CI SI RECA AL CENTRO COMMERCIALE</b>	<b>13</b>
<b>4</b>	<b>IL BACINO DI UTENZA DEL CENTRO COMMERCIALE “CINECITTÀDUE”</b>	<b>14</b>



## 1 IL CENTRO COMMERCIALE “CINECITTÀDUE”

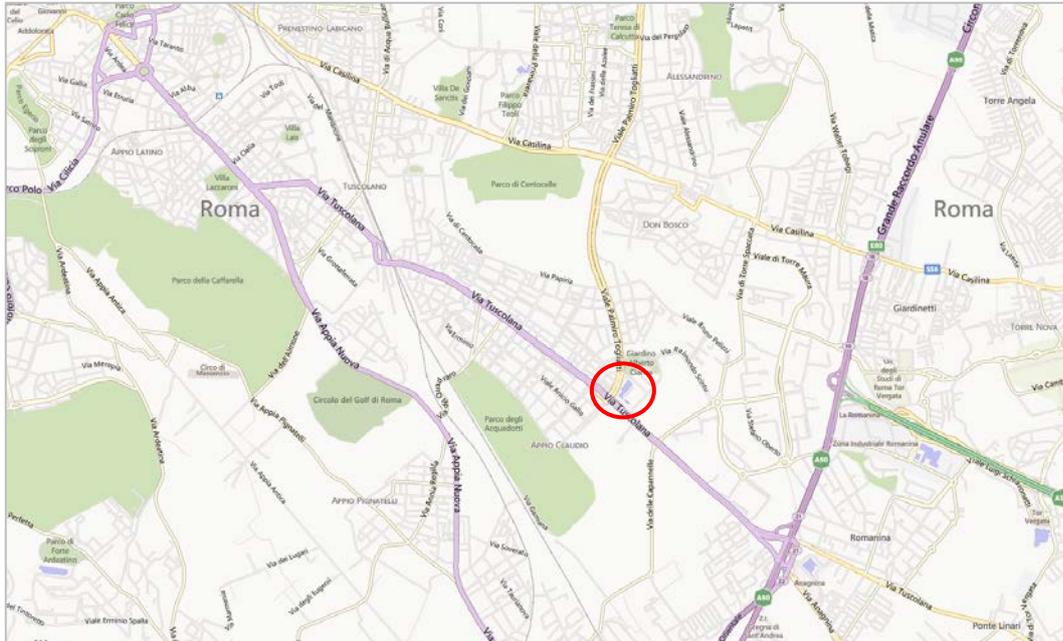


Figura 1. Inquadramento generale del Centro Commerciale

### Il quartiere e l'accessibilità

Il Centro Commerciale “CinecittàDue” sorge nel quartiere Tuscolano nel quadrante Sud/Est della Capitale, a circa 7 Km dal Centro Storico, all’incrocio tra la Via Tuscolana e Viale Palmiro Togliatti, sulla Piazza di Cinecittà, entro il perimetro originario dei rinomati Stabilimenti Cinematografici.

Il Centro Commerciale costituisce l’elemento principale di animazione di un ampio e moderno complesso di servizi e attività terziarie (uffici, banche, servizi amministrativi, attività ricreative etc.), come iniziativa urbanistica totalmente privata, destinato a creare un polo direzionale.

Il Centro è ubicato presso un nodo viario strategico: la Via Tuscolana, infatti, lo collega sia con il Centro Storico che con i Comuni dei Castelli; mentre Viale Palmiro Togliatti con i grandi quartieri residenziali sorti nella parte nord e sud orientale della città. Si può affermare tra i diversi poli commerciali oggetto della presente indagine, “CinecittàDue” sia quello a carattere più “urbano” per la sua posizione geografica.

È molto ben collegato con mezzi di trasporto pubblici della città: le fermate degli autobus urbani e le stazioni della linea metropolitana A “Cinecittà” e “Subaugusta” si trovano in prossimità delle entrate del Centro Commerciale.



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

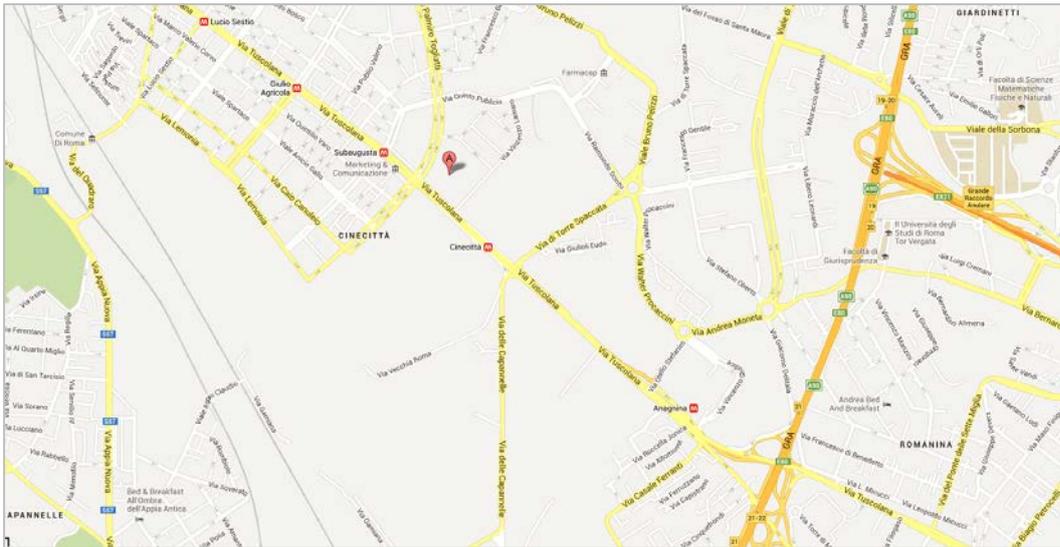


Figura 2. la viabilità principale per l'accesso al centro.

### L'offerta commerciale del polo "CinecittàDue"

Il centro commerciale si estende su una **superficie di circa 25.000 mq**, si articola in un unico edificio di 3 livelli.



Figura 3. Vista del Centro Commerciale.

"CinecittàDue" accoglie al suo interno 120 esercizi commerciali con insegne di livello nazionale quali: oltre a Coin specializzato anche nel settore casa, un supermercato, banche, un ufficio postale, 14 servizi di ristorazione, ed una disponibilità di circa 2.000 posti auto. Il centro dispone anche di uno spazio espositivo.

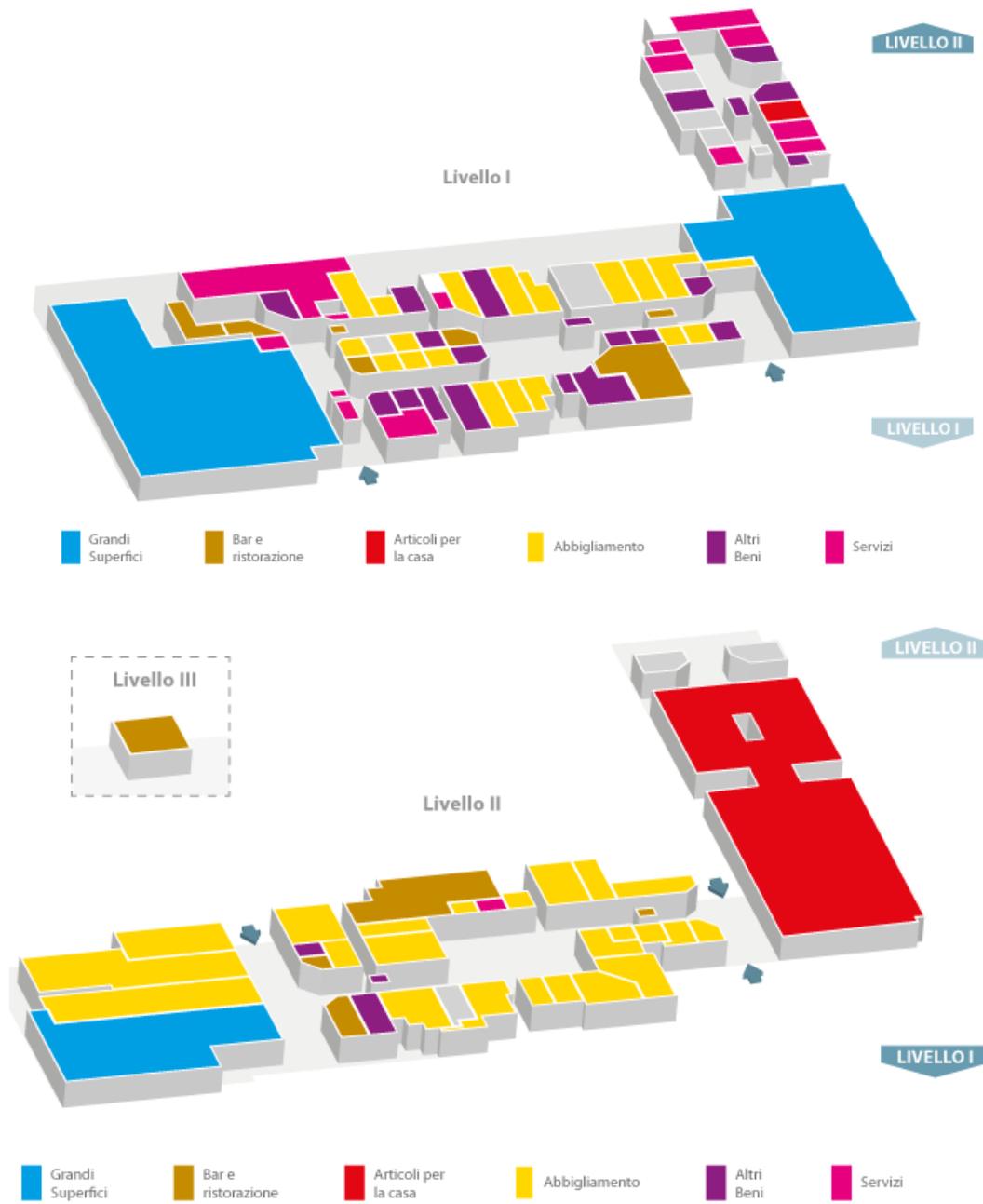


Figura 4. Pianta con la rappresentazione degli esercizi commerciali

## 2 CLASSI DI DISTANZA E CLASSI DI TEMPO

Al fine di determinare il reale bacino di utenza del Centro, la prima analisi ha riguardato il livello di accessibilità con modo autovettura del polo commerciale in termini di tempi e di distanze, così da definire un bacino potenziale di utenza. Le elaborazioni sono state condotte su cartografia Tom Tom 2012 con riferimento alla condizione di rete non congestionata (e.g. lontano dalle ore di punta ovvero in giorni pre-festivi/festivi).

La figura seguente riporta le isometriche (curve ottenute dall'unione di punti ubicati alla stessa distanza spaziale dal Centro) realizzate per classi di distanza comprese tra 5 e 30 km.

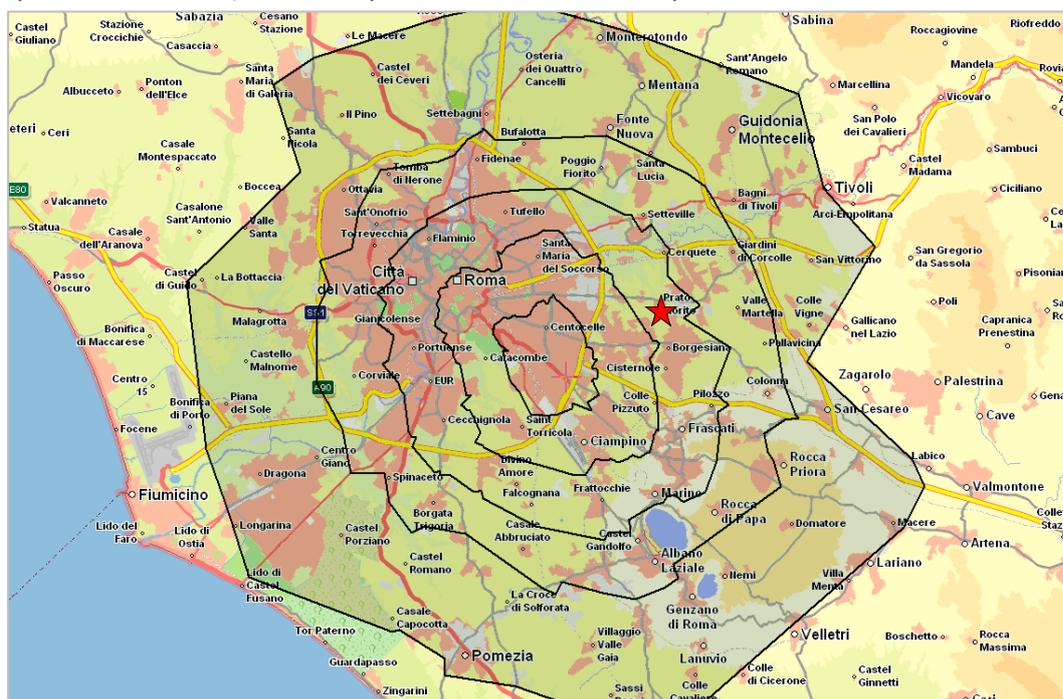


Figura 5. Isometriche delle classi di distanza seguenti: < 5 km, tra 5 e 10 km, tra 10 e 15 km, tra 15 e 20 km, tra 20 e 30 km

La sovrapposizione delle linee isometriche ottenute con la popolazione di ciascuna zona ha permesso di determinare che il polo commerciale intercetta **entro i 30 km** oltre **2.700.000 residenti**, corrispondenti al oltre il **64,3%** della popolazione della Provincia di Roma.

Tabella 1. Classi di distanza e popolazione corrispondente.

classe di distanza	Minore 5km	Tra 5 e 10km	Tra 10 e 15km	Tra 15 e 20km	Tra 20 e 30km	Tra 30 e 40km	Tra 40 e 50km	Tra 50 e 100km	Maggiore 100km
popolazione	134.482	628.873	1.092.322	1.683.682	2.717.673	3.532.130	3.876.337	4.227.065	4.227.065

La stessa percentuale di bacino di utenza, analizzando il tempo di viaggio, si ha per spostamenti con tempo compreso tra **25 e 30 minuti**, a testimonianza di una elevata accessibilità dell'area commerciale con la modalità autovettura.

S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

**Tabella 2. Classi di tempo e popolazione corrispondente.**

classe di tempo	Minore 10'	Tra 10' e 15'	Tra 15' e 20'	Tra 20' e 25'	Tra 25' e 30'	Tra 30' e 40'	Tra 40' e 50'	Tra 50' e 60'	Maggiore 1h
<b>popolazione</b>	<b>241.985</b>	<b>718.692</b>	<b>1.395.751</b>	<b>1.997.506</b>	<b>2.882.631</b>	<b>3.608.824</b>	<b>3.888.784</b>	<b>4.057.436</b>	<b>4.227.065</b>

### 3 I RISULTATI DELLA CAMPAGNA DI INDAGINE

#### 3.1 NUMERO DEI VISITATORI DEL POLO COMMERCIALE

Le analisi effettuate si basano su dati acquisiti attraverso una campagna di indagine svoltasi nel giorno di sabato 15/12/2012. Il conteggio dei visitatori in ingresso è stato svolto per l'intero orario di apertura del centro (10.00 – 20.00) aggregando successivamente i risultati ad intervalli di 30 minuti. Gli utenti sono stati distinti in tre classi così ripartite: adulti; ragazzi (tra 10 e 18 anni); bambini (al di sotto dei 10anni).

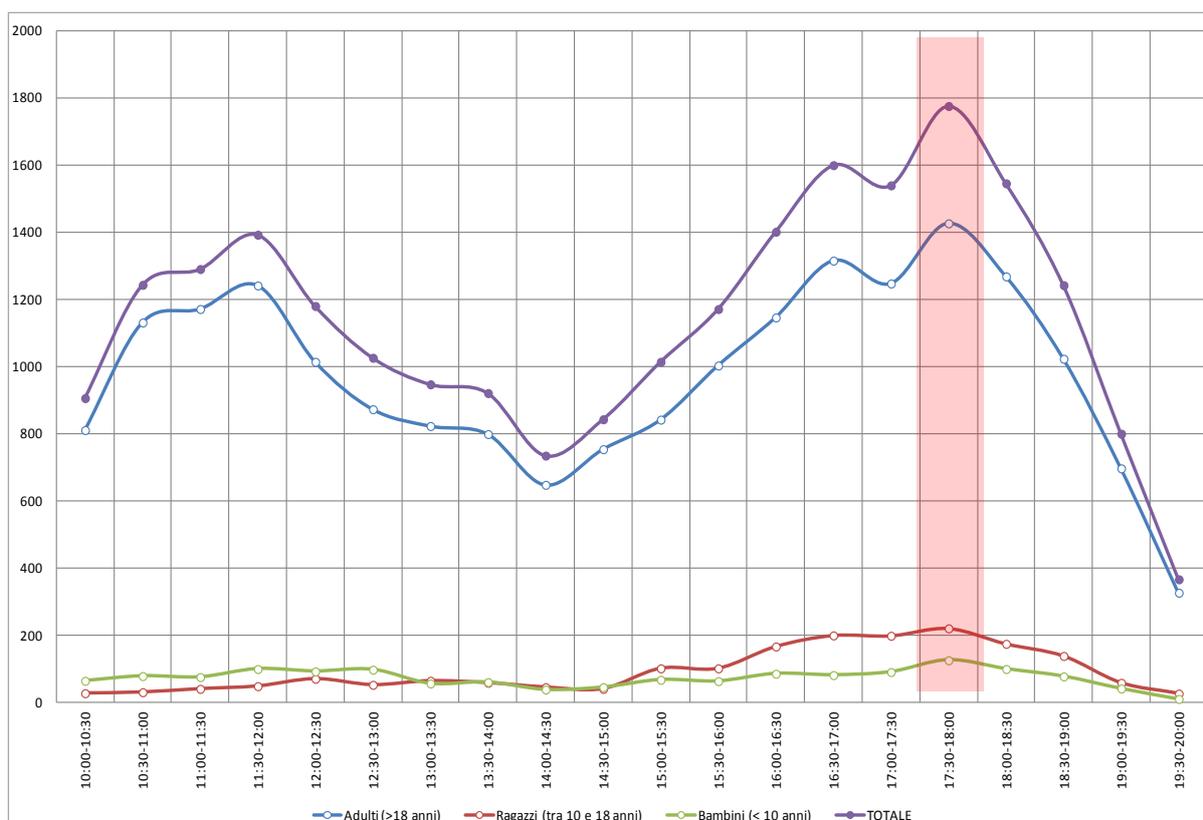


Figura 6. Andamento orario dei visitatori in ingresso per categoria di utenti

Complessivamente nella giornata di rilievo sono stati conteggiati **22.956 visitatori**, mentre **518 utenti** sono stati **intervistati** a mezzo questionario. Il grafico sopra riportato rappresenta l'andamento dei visitatori in ingresso, distinti secondo le classi di utenza definite. Il **picco degli accessi** si ha nella **fascia serale dalle 17:30 alle 18:00**, in cui sono stati registrati circa 1.800 ingressi (pari a 60 ingressi al minuto).

Di seguito vengono riportati i risultati ottenuti dall'analisi delle interviste condotte presso il centro con particolare riferimento alle caratteristiche dell'utenza (e.g. età, sesso, frequenza di visita, tipologia di acquisti) ed alle relative attitudini di spostamento (mezzi utilizzati).

### 3.2 MEZZO DI TRASPORTO UTILIZZATO PER RECARSÌ AL CENTRO COMMERCIALE

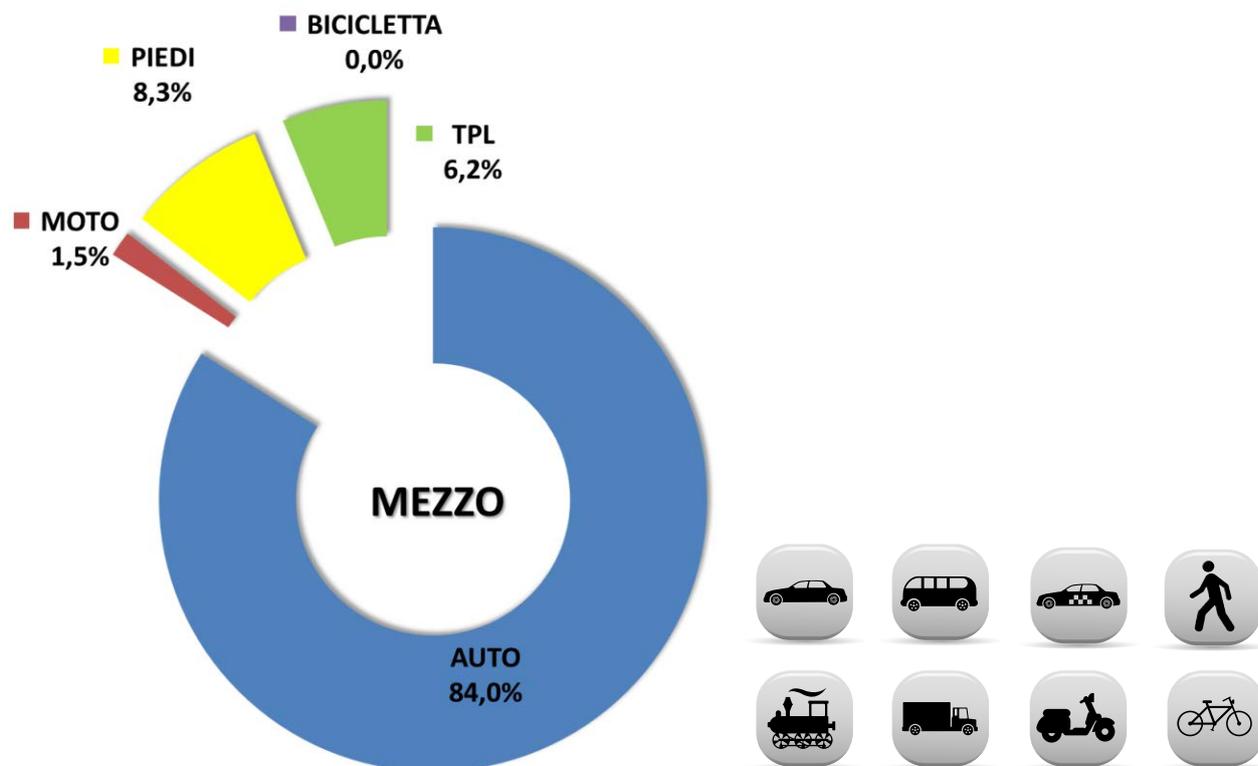


Figura 7. Mezzo di trasporto utilizzato per recarsi al Centro Commerciale

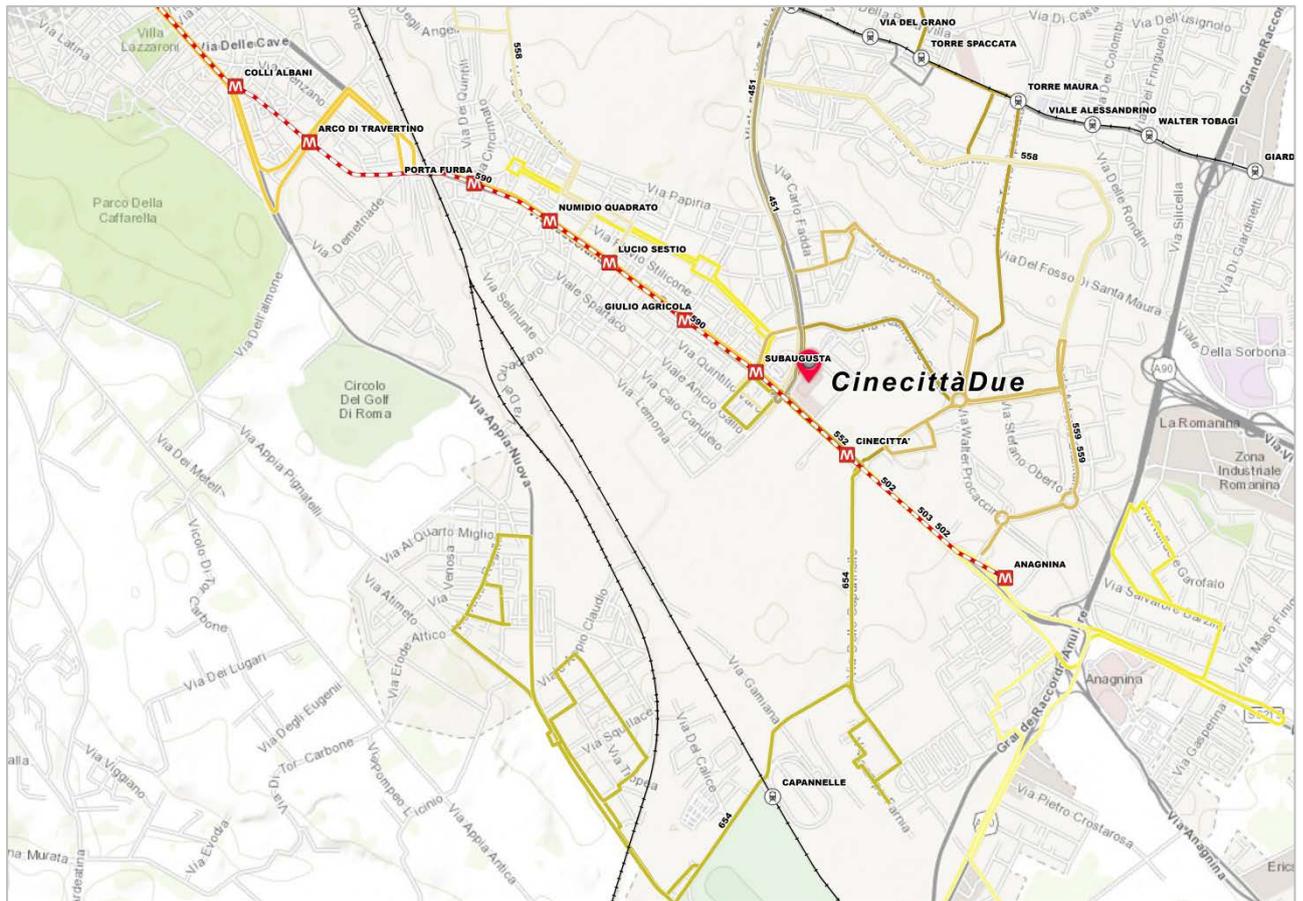
Per raggiungere il Polo Commerciale il mezzo di trasporto più utilizzato è l' **automobile** con l'**84,0%** delle preferenze. Inoltre, sommando le moto alle autovetture risulta una percentuale complessiva di utilizzo del mezzo privato pari all'**85,5 %**.

**A conferma del carattere urbano del polo commerciale, oltre l'8% dell'utenza intervistata dichiara di raggiungere il centro a piedi.** "CinecittàDue" è inoltre il centro commerciale meglio collegato con i mezzi di trasporto locali tra i 5 oggetto di intervista: è servito infatti da 9 linee autobus e la stazione metro Subaugusta è ubicata a meno di 500 metri dall'ingresso principale. Nonostante questo, solo il **6,2%** degli utenti raggiungono il centro con il **Trasporto Pubblico, a conferma di una ritrosia del cittadino romano a raggiungere un agglomerato commerciale, anche ben collegato, con un mezzo diverso dall'autovettura privata.**

Centro Commerciale	linee TPL	stazione più vicina
CinecittàDue	451 / 502 / 503 / 552 / 558 / 559 / 590 / 650 / 654	Subaugusta - 0,4 km



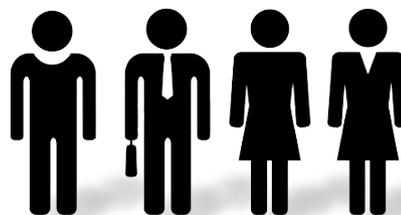
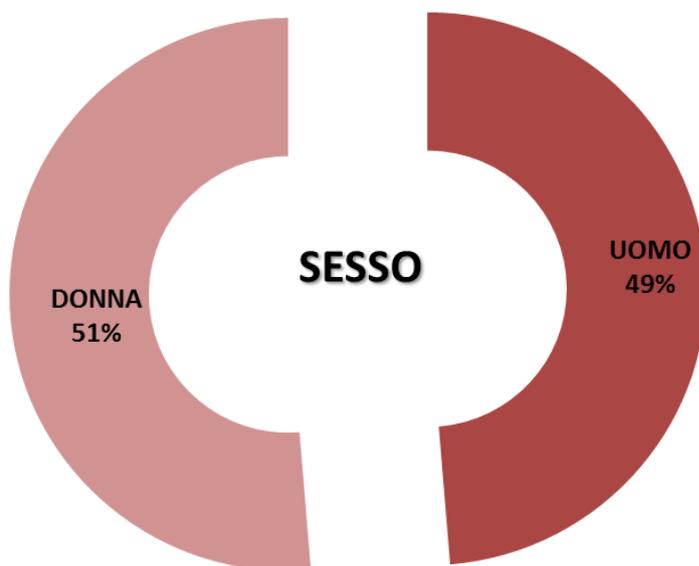
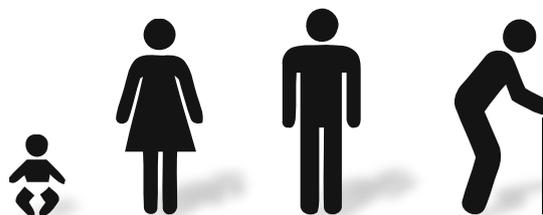
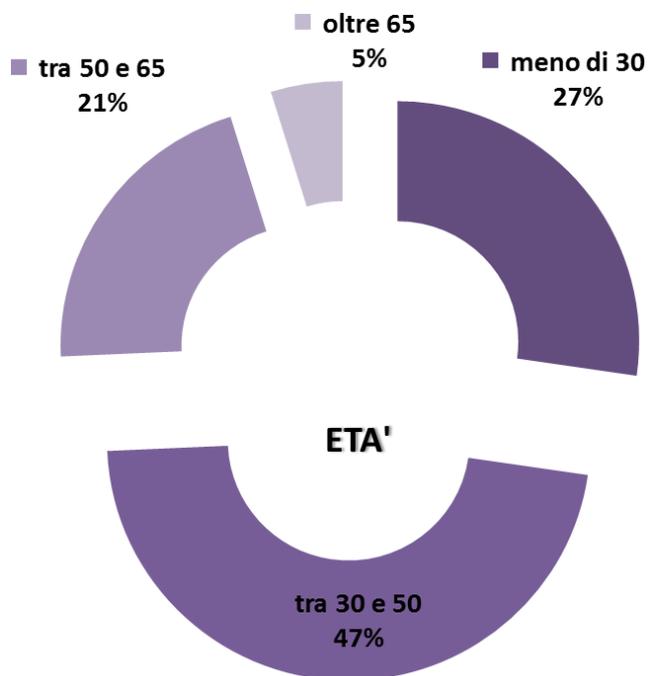
S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità



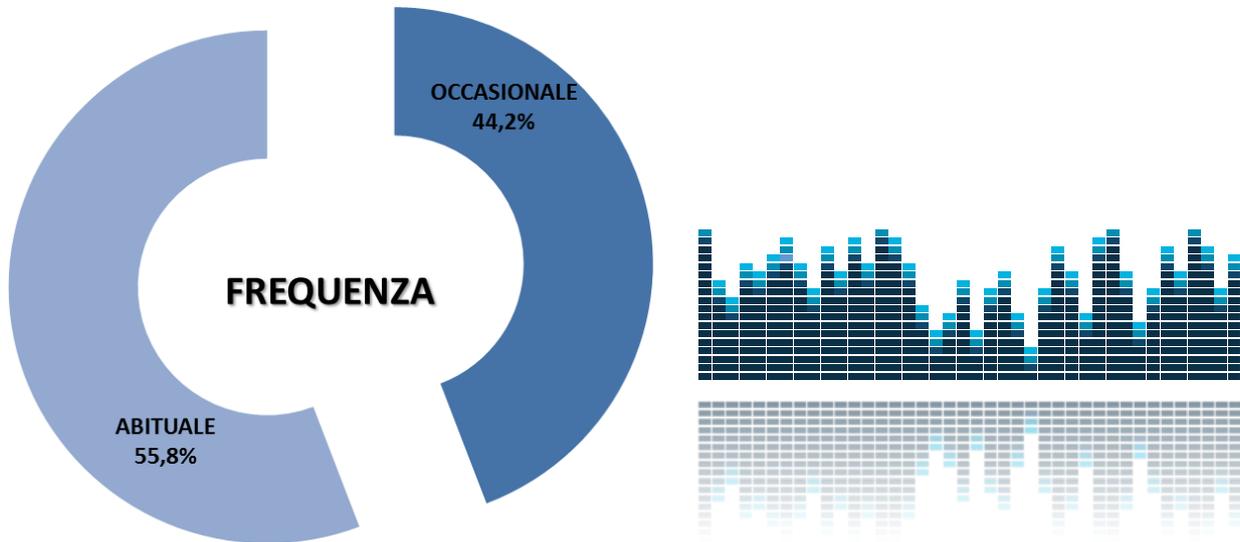


S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

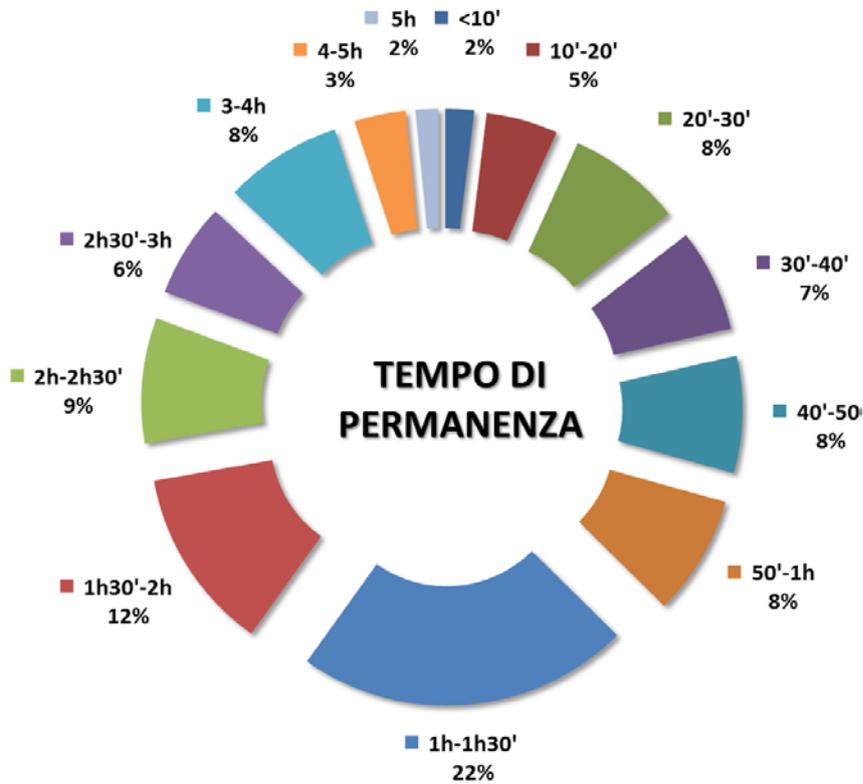
### 3.3 IL CAMPIONE INTERVISTATO



### 3.4 FREQUENZA DELLA VISITA AL CENTRO COMMERCIALE

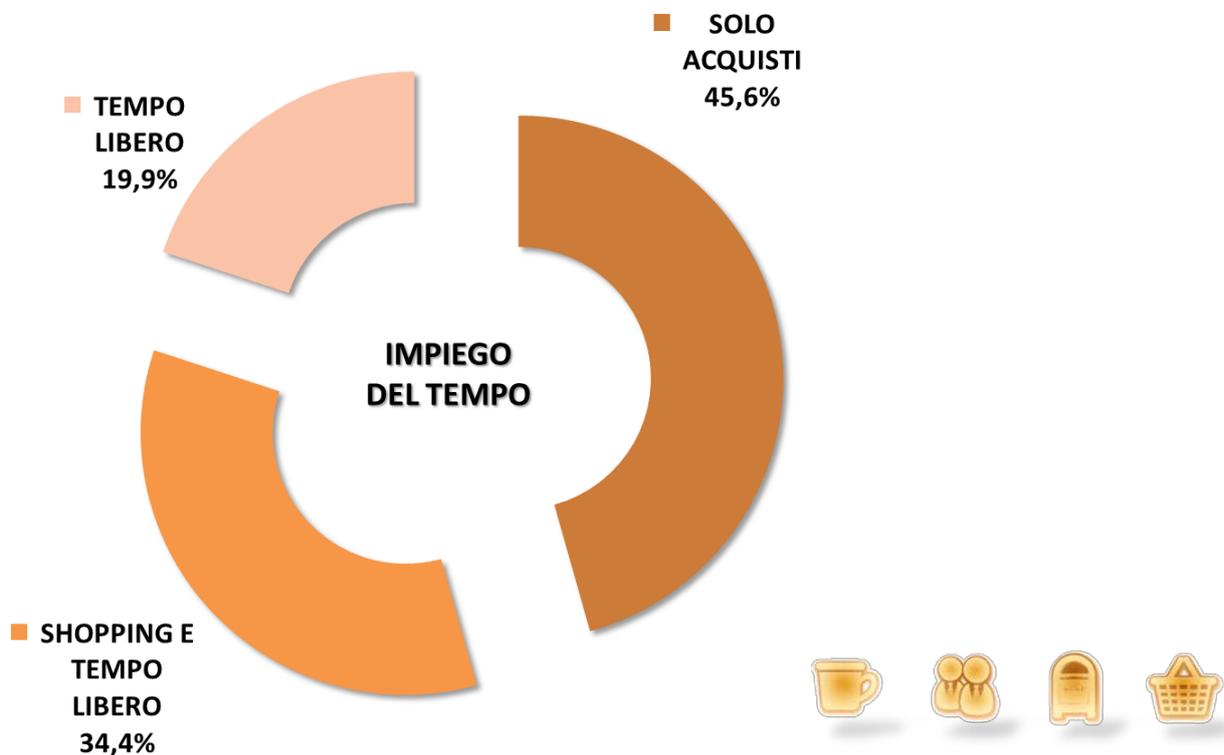


### 3.5 TEMPO DI PERMANENZA

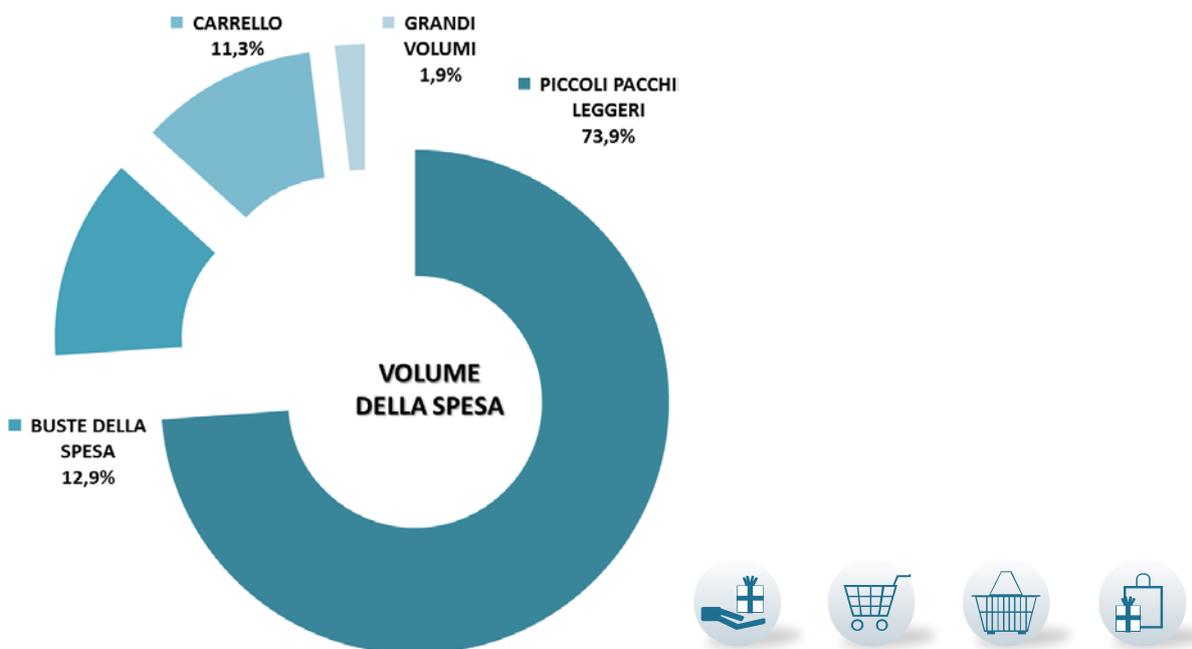




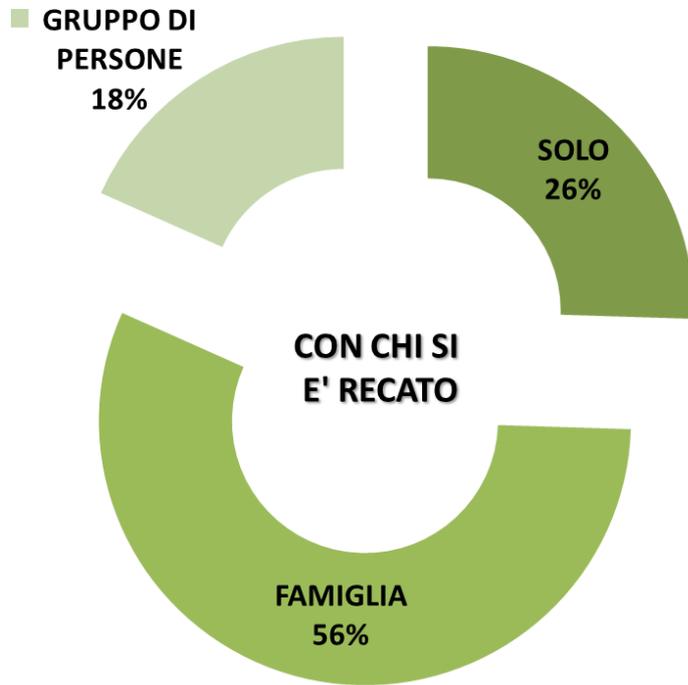
### 3.6 IMPIEGO DEL TEMPO NEL CENTRO COMMERCIALE



### 3.7 VOLUME DELLA SPESA



### 3.8 CON CHI CI SI RECA AL CENTRO COMMERCIALE



#### 4 IL BACINO DI UTENZA DEL CENTRO COMMERCIALE “CINECITTÀDUE”

La determinazione del reale bacino di utenza del centro è stata condotta avvalendosi, sia dei dati desunti dalle interviste, sia dei dati relativi ai “viaggi” (spostamenti origine destinazione) effettuati dalla flotta di veicoli “floating car data” in possesso dell’Agenzia della Mobilità. In particolare tra i milioni di viaggi disponibili, sono stati selezionati quelli che hanno avuto origine o destinazione presso il polo commerciale nei fine settimana (Sabato e Domeniche) del mese di analisi. Risultano 4.543 spostamenti originati presso il Centro Commerciale e 4.554 spostamenti destinati al Centro Commerciale.

Valutata dapprima l’attendibilità delle origini e delle destinazioni dei “floating car data” rispetto a quanto effettivamente dichiarato dagli utenti intervistati presso il polo commerciale, ed alla luce della maggiore numerosità che i floating car data hanno rispetto alle interviste (superiori di 15 volte), si è deciso di effettuare le elaborazioni necessarie alla individuazione del reale bacino di utenza con i soli “floating car data”.

Nello specifico, per poter definire il bacino di utenza del Centro Commerciale “CinecittàDue” è stato calcolato dapprima il “**tasso di emissione**”, ovvero il rapporto tra il numero dei visitatori provenienti da una determinata zona e la popolazione della zona stessa. Successivamente è stato desunto il “**valore medio del tasso di emissione**” come media dei tassi di emissione di ciascuna zona. Tale valore è stato espresso in rapporto rispetto al tasso medio per poter individuare delle “**classi di emissione**”. Tali classi variano da <0.2 a >10, ovvero da valori inferiori al 20% del valor medio fino a valori 10 volte superiori. La somma della popolazione residente nelle zone che presentano valore del tasso di emissione **superiore ad 1** - ossia superiore al valore medio – rappresenta l’effettivo **bacino di utenza** del Centro Commerciale.

Alla luce di quanto sopra dettagliato il bacino di utenza del polo commerciale “CinecittàDue” **risulta pari a 1.074.231 residenti** e viene raffigurato nella figura di seguito riportata.

La posizione del Centro Commerciale lo rende facilmente raggiungibile da tutte zone adiacenti. Torre Maura, Torrenova e Torricola risultano le zone di provenienza con classe di emissione maggiore.



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

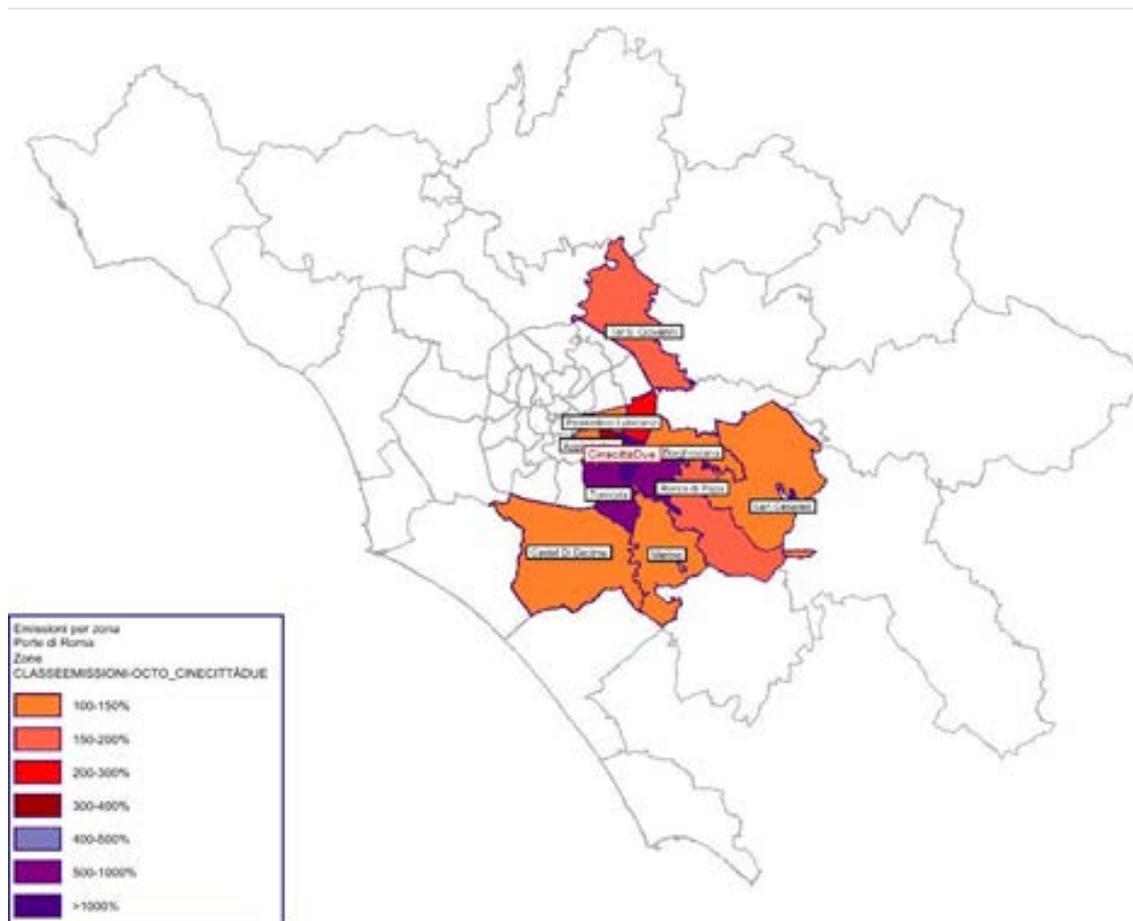


Figura 9. Zone del bacino di utenza del Centro Commerciale “CinecittàDue”

ZONA DI PROVENIENZA	POPOLAZIONE ZONA	VALORE MEDIO DEL TASSO DI EMISSIONE (*)	CLASSE EMISSIONE
Torre Maura	59,671	13,39	>10
Torrenova	51,287	7,97	5-10
Torricola	18,604	5,77	5-10
Don Bosco	103,752	3,66	3-4
Torre Spaccata	78,551	2,14	2-3
Tor S. Giovanni	29,304	1,71	1,5-2
Rocca di Papa	57,108	1,68	1,5-2
Borghesiana	127,540	1,37	1-1,5
Castel Di Decima	67,890	1,26	1-1,5
Appio Latino	77,088	1,24	1-1,5
Marino	125,219	1,16	1-1,5
Lunghezza	42,485	1,16	1-1,5
San Cesareo	73,569	1,10	1-1,5
Prenestino Labicano	162,163	1,00	1
	<b>1,074,231</b>		

Tabella 3. Zone del bacino di utenza del CC “CinecittàDue” (\*) *Tasso di emissione*: numero provenienze/popolazione zona; *Valore medio del tasso di emissione*: Tasso di emissione di ciascuna zona/ valore medio del Tasso di emissione;



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

L'ultima analisi ha riguardato i tempi di accesso al Centro e le distanze percorse dall'utenza per raggiungerlo, come risultanti dai dati delle interviste. È emerso che oltre il 95% dell'utenza ha effettuato degli spostamenti inferiori ai 30 km impiegando un tempo inferiore ai 30'.

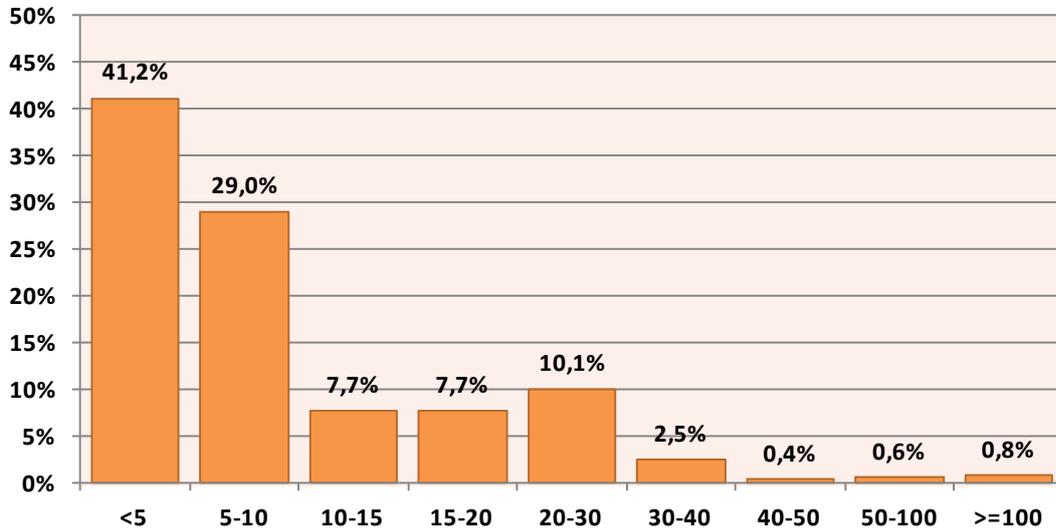


Figura 10. Analisi delle distanze (km) percorse dagli utenti per raggiungere il CC "CinecittàDue".

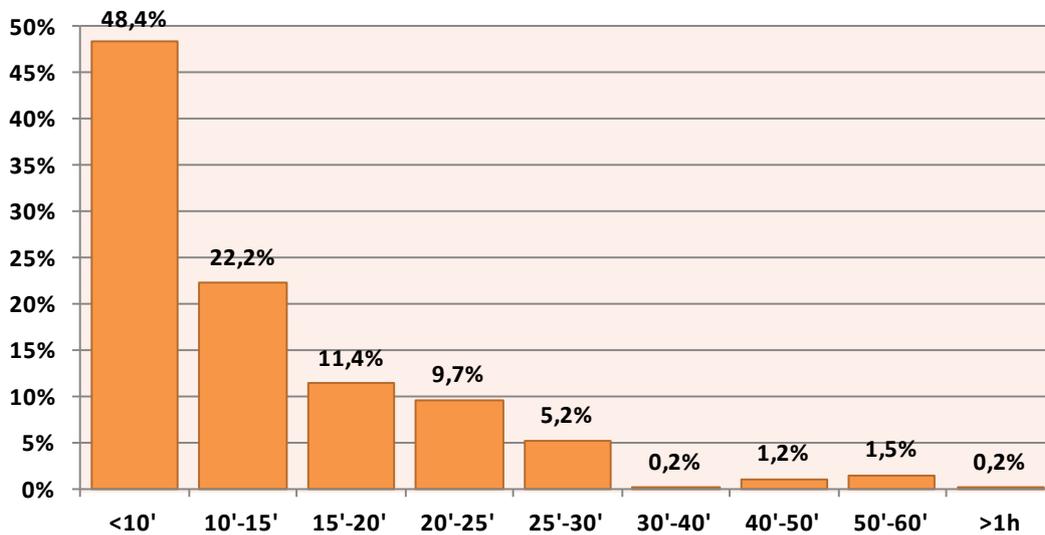


Figura 11. Analisi dei tempi impiegati (minuti) dagli utenti per raggiungere il CC "CinecittàDue".