

# ANALISI DELLA MOBILITÀ PRESSO I PRINCIPALI CENTRI COMMERCIALI DI ROMA

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

**allegato 3. il polo commerciale “EUROMA2”**



ROMA



mobilità



ROMA CAPITALE

## **INDICE**

<b>1</b>	<b>IL CENTRO COMMERCIALE “EUROMA 2”</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>L’ACCESSIBILITA’ DEL POLO COMMERCIALE</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 RECARSI 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 “EUROMA 2”</b>	<b>14</b>



## 1 IL CENTRO COMMERCIALE “EUROMA 2”

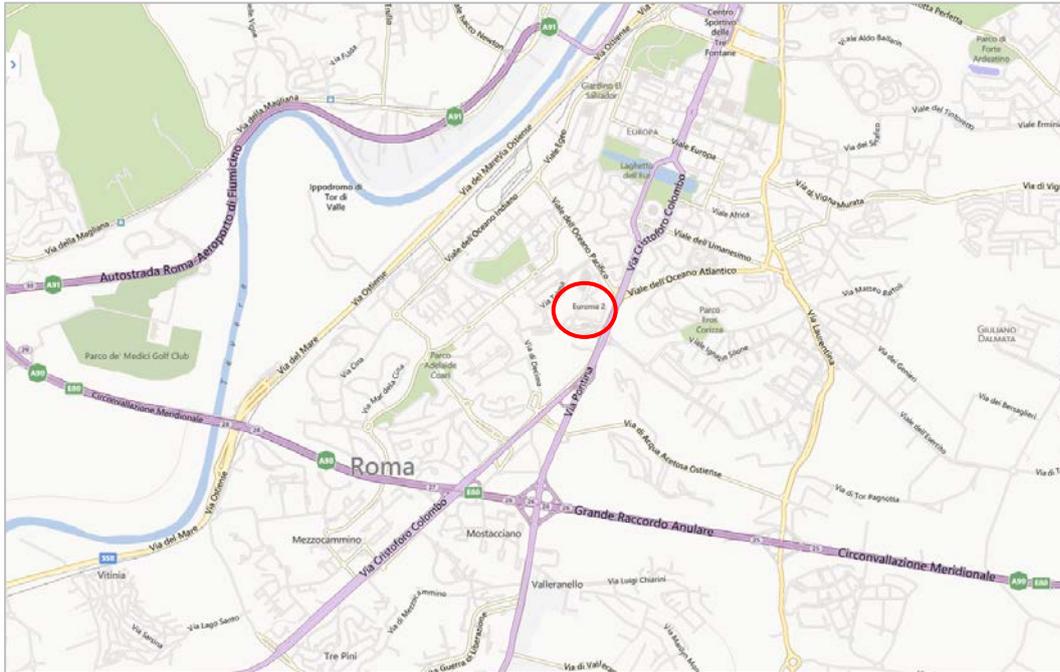


Figura 1. Inquadramento generale del Centro Commerciale

### Il quartiere e l'accessibilità

Il Centro Commerciale “EUROMA 2” sorge nella località Castellaccio, a Sud di Roma. Tale area fa parte delle Nuove Centralità a “pianificazione definita” previste dal Piano Regolatore di Roma ed è delimitata a Nord-Est da Viale Oceano Pacifico, ad Est dalla Via Cristoforo Colombo all'altezza dell'innesto con la Via Pontina e ad ovest da Via di Decima.

Nella nuova centralità trovano posto, oltre al centro commerciale, anche uffici privati e pubblici tra cui quelli del ministero della Salute e due grandi edifici a torre: di essi uno destinato a ospitare nuovi alloggi e l'altro, un hotel e spazi congressuali, affacciati su una grande piazza pedonale.

I collegamenti viari a servizio del polo commerciale offrono la possibilità di raggiungerlo sia dal centro che dalle zone più periferiche anche fuori dalla cintura del GRA. Dal centro è infatti raggiungibile prendendo Via Cristoforo Colombo direzione Roma Eur – Pontina, mentre dal Raccordo anulare(G.R.A.) prendendo l'uscita 26 del G.R.A. in direzione Centro - Eur.



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

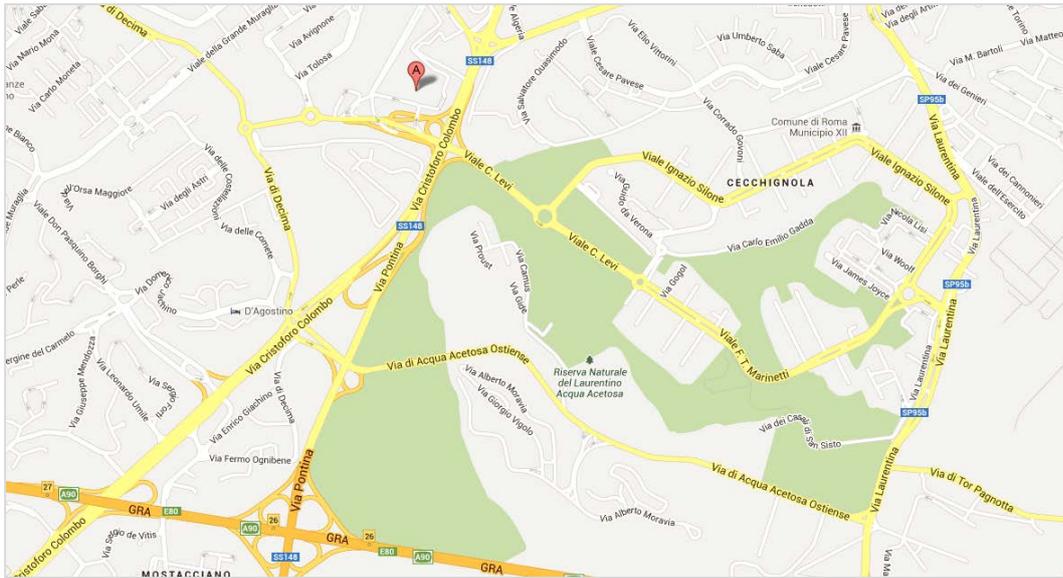


Figura 2. la viabilità principale per l'accesso al centro.

### L'offerta commerciale del polo "EURoma 2"

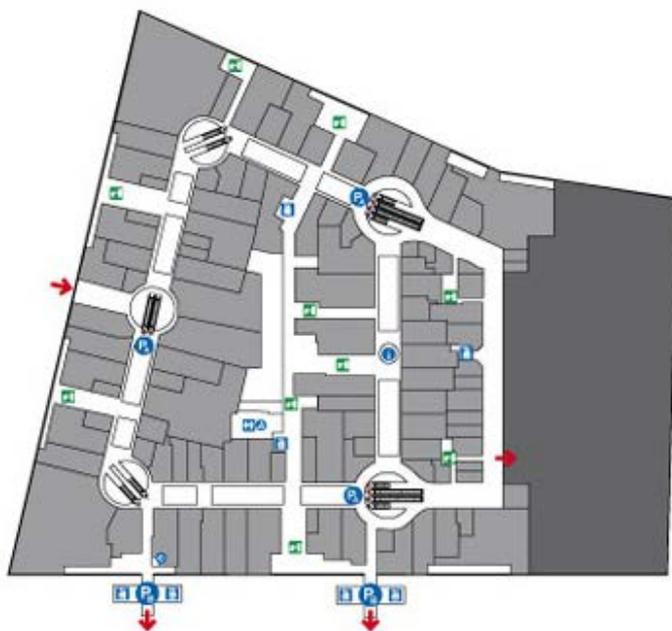
Il centro commerciale si estende su una **superficie di 51.375 mq**, articolandosi in un unico blocco disposto su 5 livelli, di cui due dedicati a parcheggio e tre dedicati alle gallerie commerciali. È costituito da 230 negozi, un ipermercato "Ipercoop" e 20 punti-ristoro, con una disponibilità di circa 4.000 posti auto.



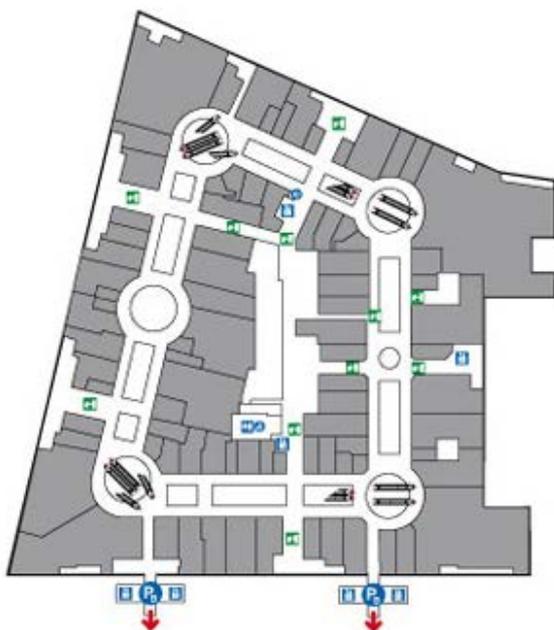
Figura 3. Vista aerea del Centro Commerciale.



## PIANO TERRA



## PRIMO PIANO



## SECONDO PIANO



Figura 4. Pianta con la rappresentazione degli esercizi commerciali.

## 2 L'ACCESSIBILITA' DEL POLO COMMERCIALE

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.

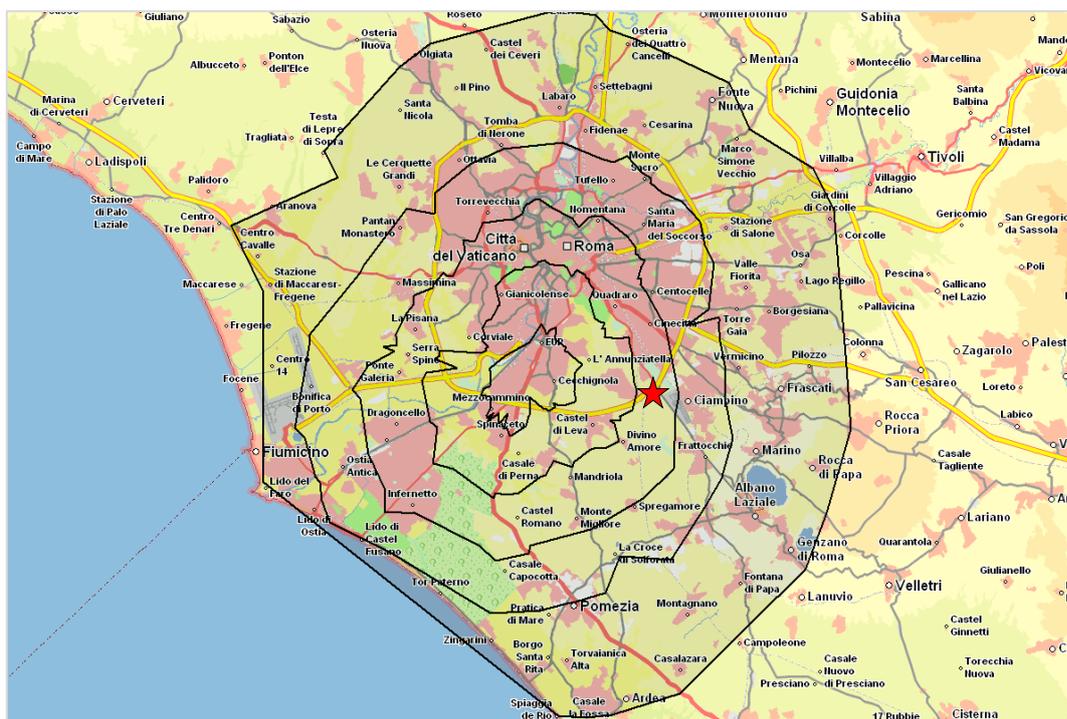


Figura 5. Isometriche delle classi di distanza seguenti: < 5 km, tra 5 e 10 km, tra 10 e 15 km, tra 15 e 20 km, tra 20 e 30 km

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 **2.600.000 residenti**, corrispondenti al oltre il 62,6% 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	59.153	358.429	951.746	1.637.940	2.647.900	3.290.630	3.721.510	4.226.350	4.227.060

La stessa percentuale di bacino di utenza, analizzando il tempo di viaggio, si ha per spostamenti inferiori a **30 minuti**, ovvero oltre 2.600.000 residenti raggiungono potenzialmente il centro in meno di 30'.

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

classe di tempo	<10'	10'-15'	15'-20'	20'-25'	25'-30'	30'-40'	40'-50'	50'-60'	>1h
popolazione	92.650	313.841	909.986	1.834.519	2.640.043	3.484.277	3.786.039	4.112.272	4.227.065

### 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 24/11/2012. Il conteggio è stato svolto per l'intero orario di apertura del centro (09.00 – 22.00) 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).

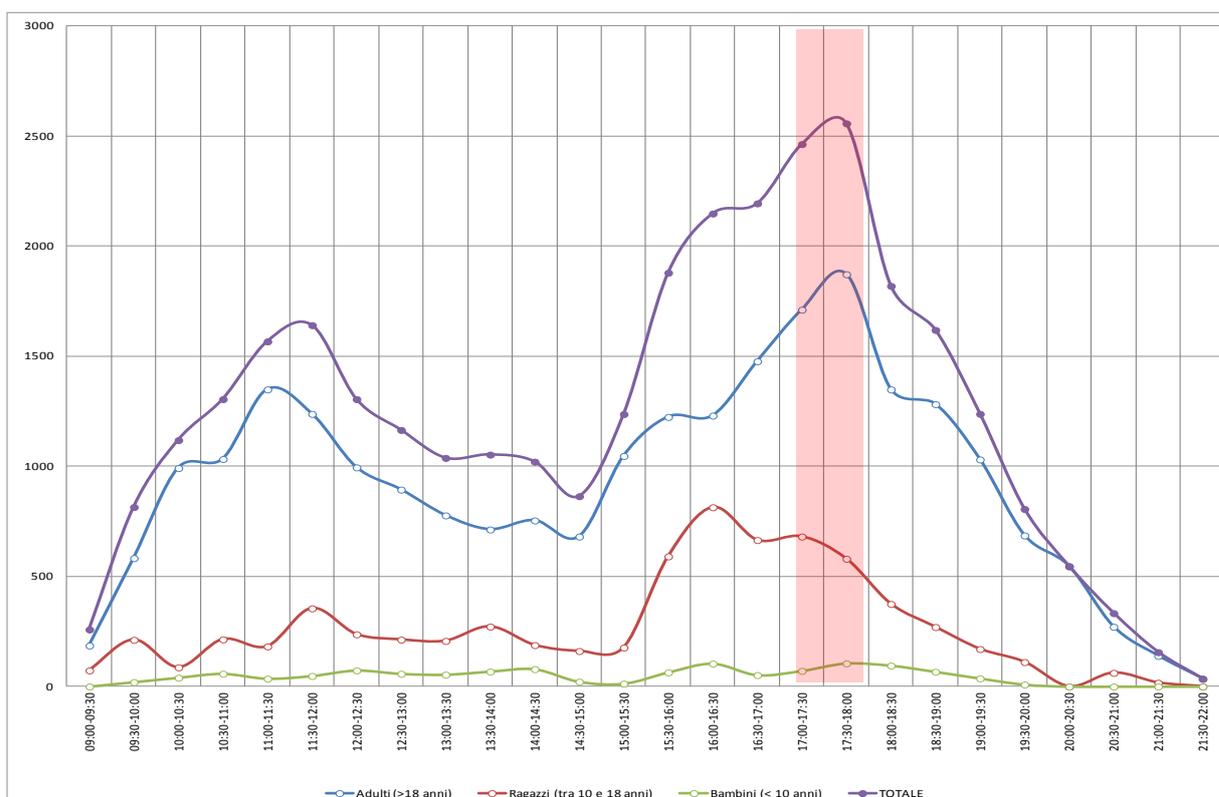


Figura 6. Andamento orario dei visitatori in ingresso per categoria di utenti

Complessivamente nella giornata di rilievo sono stati conteggiati **32.182 visitatori**, mentre **674 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 oltre 2.500 ingressi (pari ad oltre 80 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 RECARSIS AL CENTRO COMMERCIALE

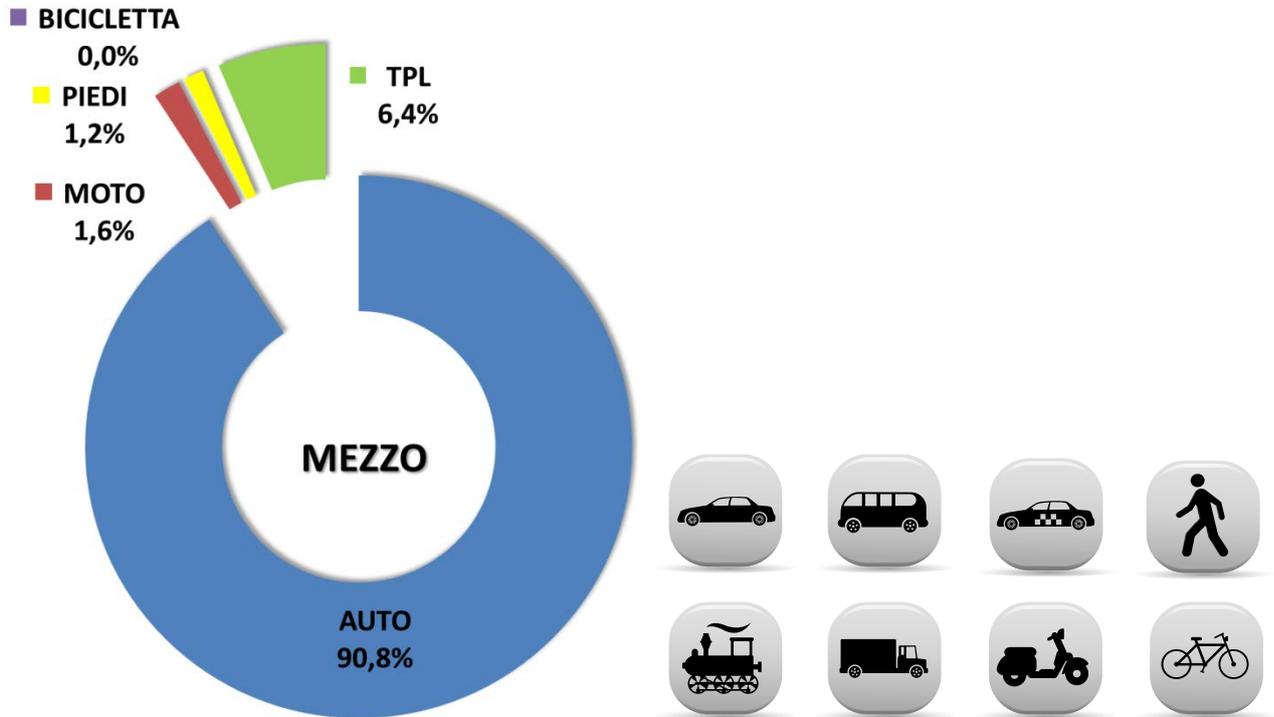


Figura 7. Mezzo di trasporto utilizzato per recarsi al Centro Commerciale

Per raggiungere il Polo Commerciale il mezzo di trasporto più utilizzato è l'automobile con il **90,8%** delle preferenze. Inoltre, sommando le moto alle autovetture, la percentuale degli utenti che raggiunge il Centro Commerciale con il mezzo privato sale al **92,4 %**. Nonostante il polo commerciale sia collegato da molte linee autobus e sia inoltre ubicata a circa 2 km dalle stazioni "EUR Palasport" ed "EUR Fermi" della metro B, risulta una percentuale di utilizzo del **Trasporto Pubblico Locale del 6,4%**.

Centro Commerciale	linee TPL	stazione più vicina
EURoma2	70 / 71 / 700 / 705 / 706 / 709 / 777	EUR Palasport - 2 km



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

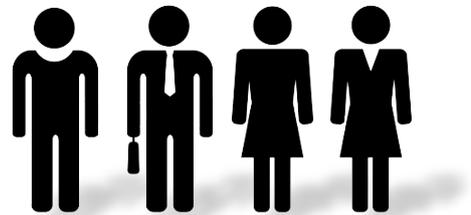
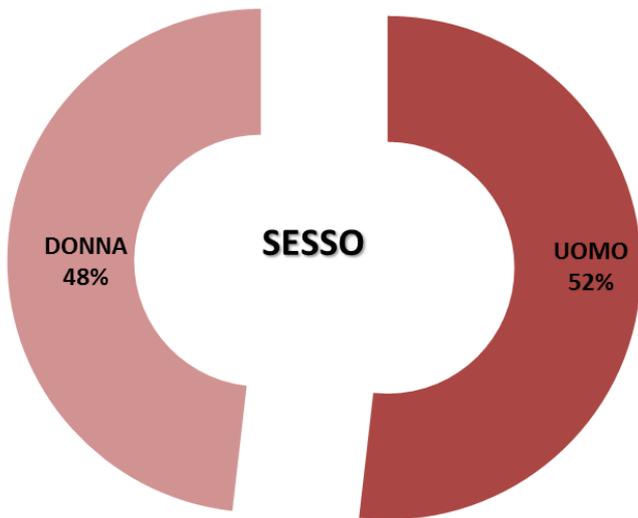
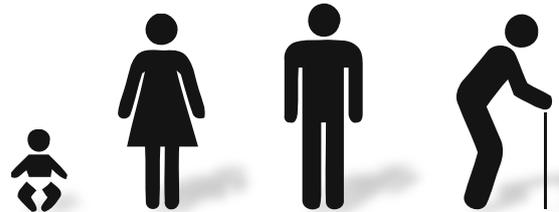
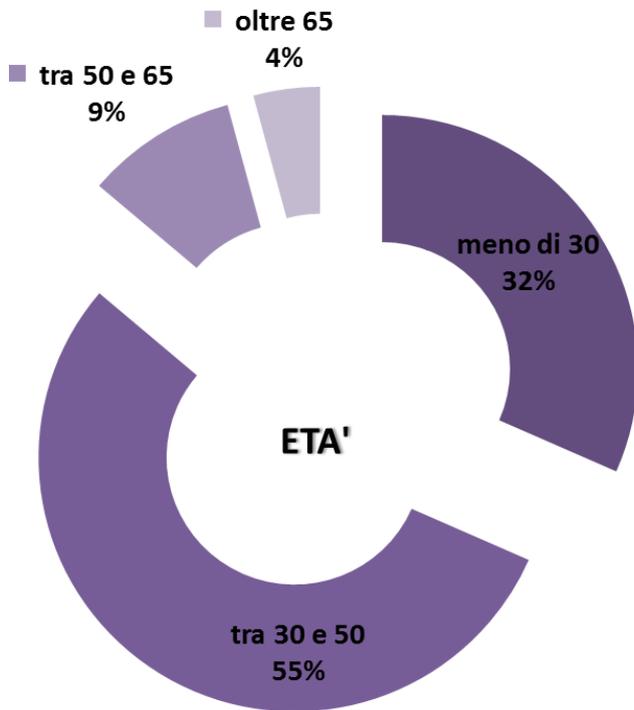


Figura 8. Inquadramento generale del Trasporto Pubblico locale nelle prossimità del Centro Commerciale "EURoma 2"



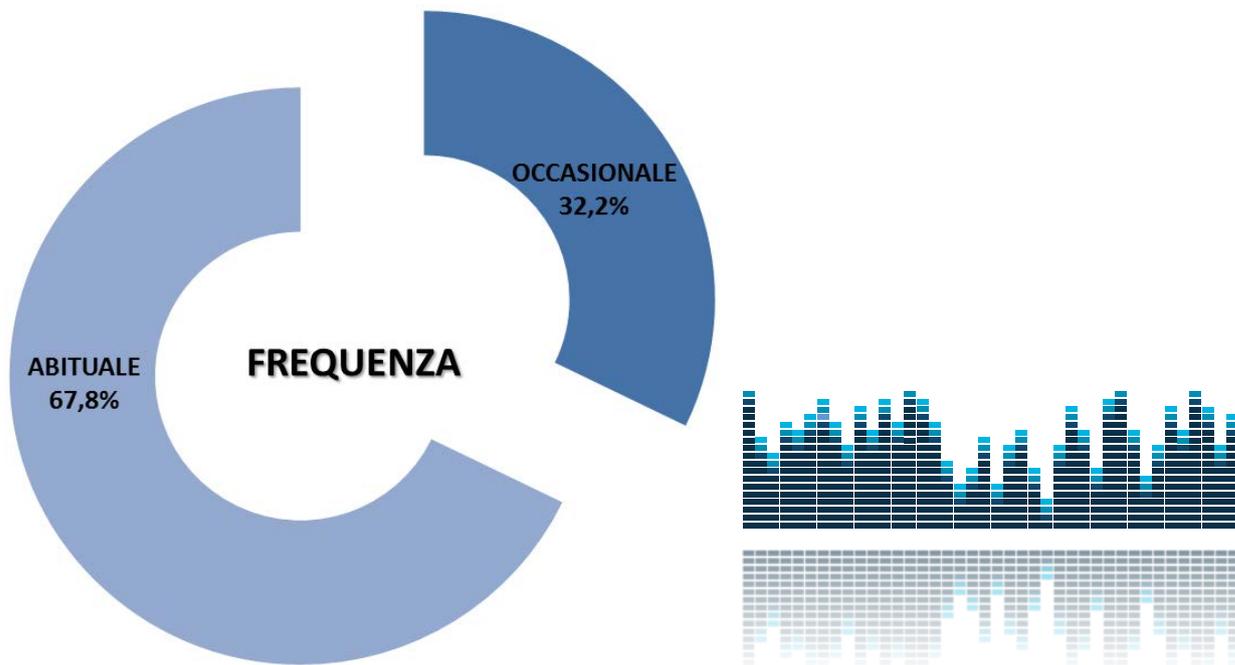
S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

### 3.3 IL CAMPIONE INTERVISTATO

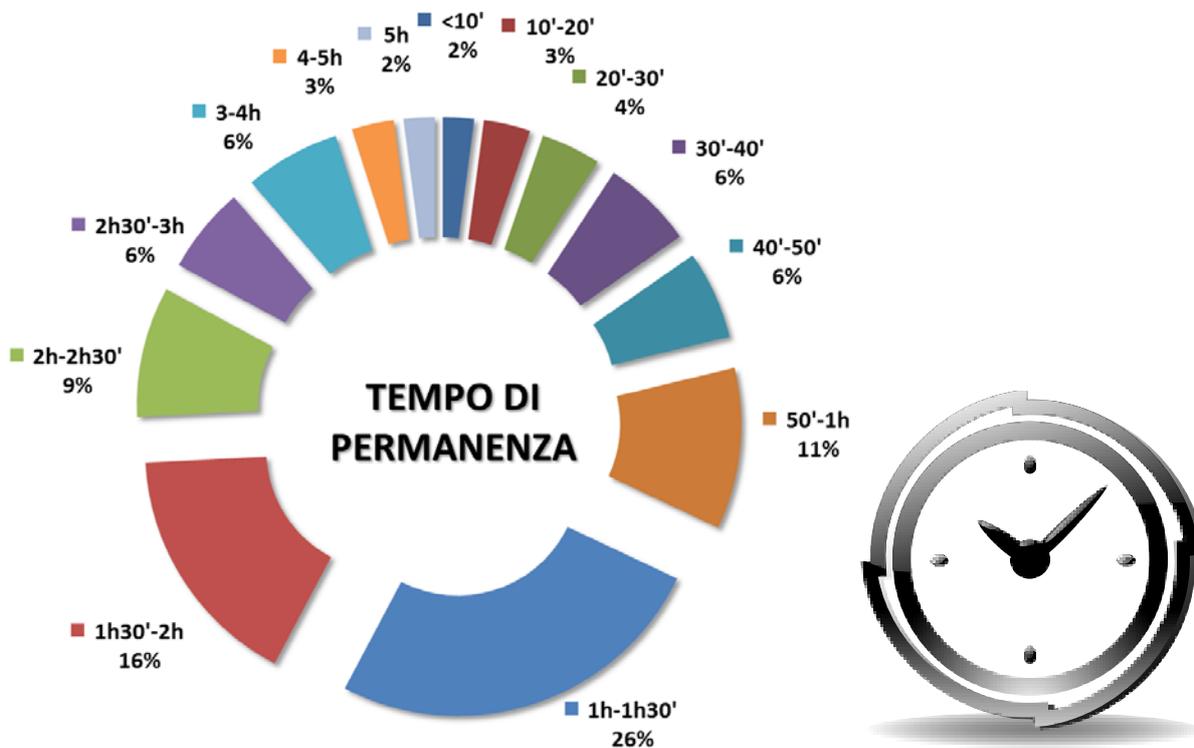




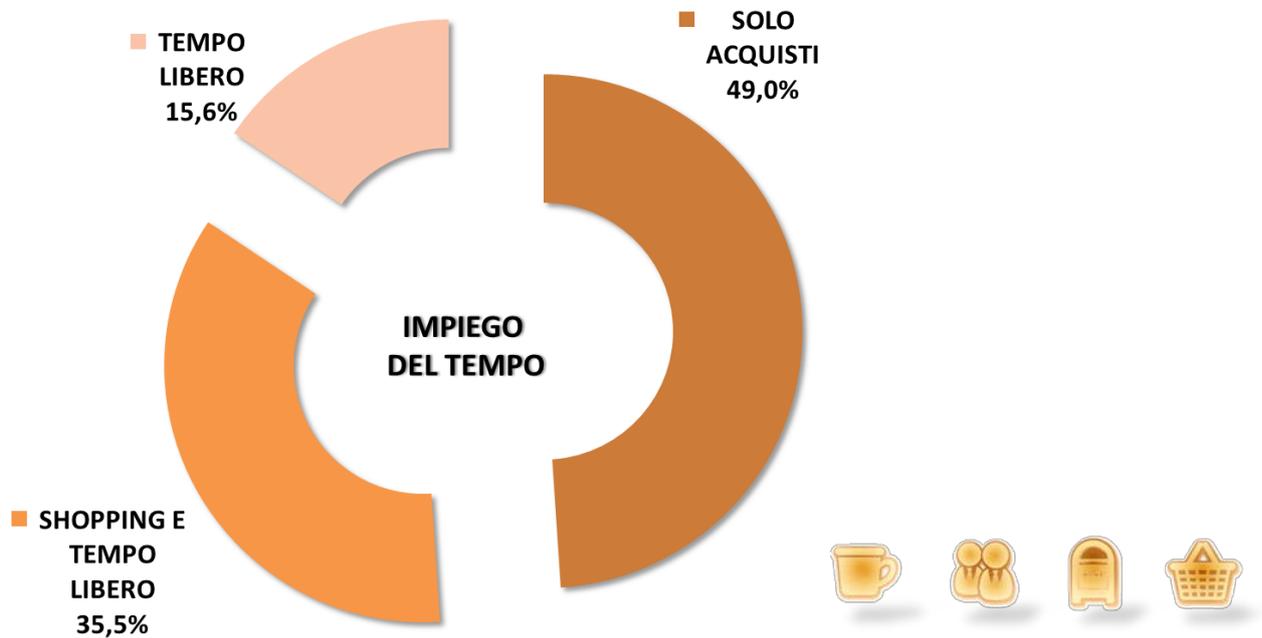
### 3.4 FREQUENZA DELLA VISITA AL CENTRO COMMERCIALE



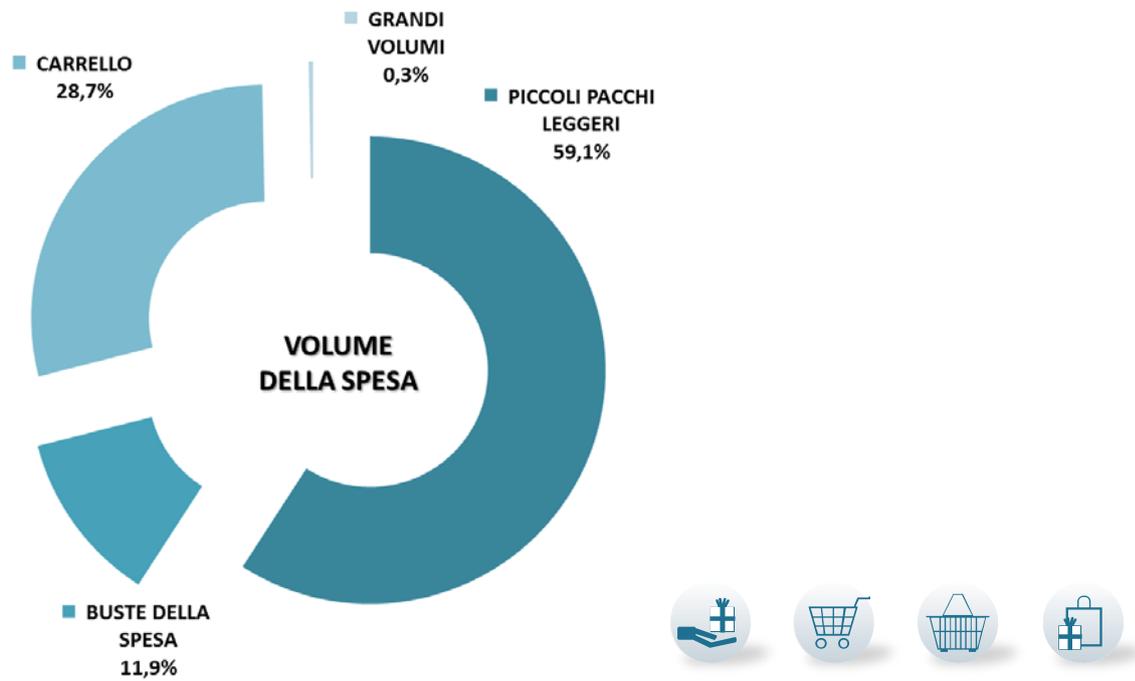
### 3.5 TEMPO DI PERMANENZA



### 3.6 IMPIEGO DEL TEMPO NEL CENTRO COMMERCIALE

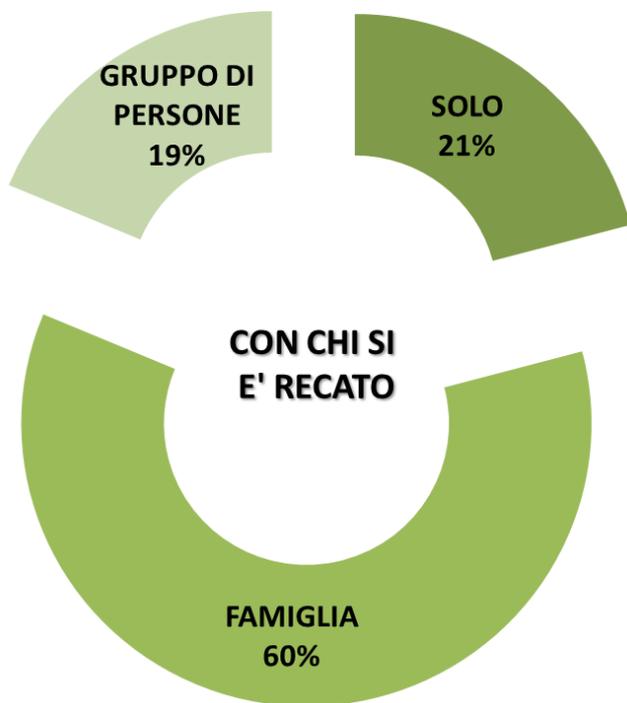


### 3.7 VOLUME DELLA SPESA





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



#### 4 IL BACINO DI UTENZA DEL CENTRO COMMERCIALE “EUROMA 2”

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 3.241 spostamenti originati presso il Centro Commerciale e 3.330 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 10 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 “Porta di Roma” 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 “EURoma2” **risulta pari a 940.283 residenti** e viene raffigurato nella figura di seguito riportata.

Torrino e Castel di Decima risultano essere le zone a maggior relazione con il polo commerciale, tali zone sono quelle a ridosso del Centro. Oltre tali zone, le classi di emissione maggiori si hanno per le zone meglio collegate da Sud-Ovest, ossia quelle attraversate dalla via Cristoforo Colombo, Pontina e via del Mare.



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

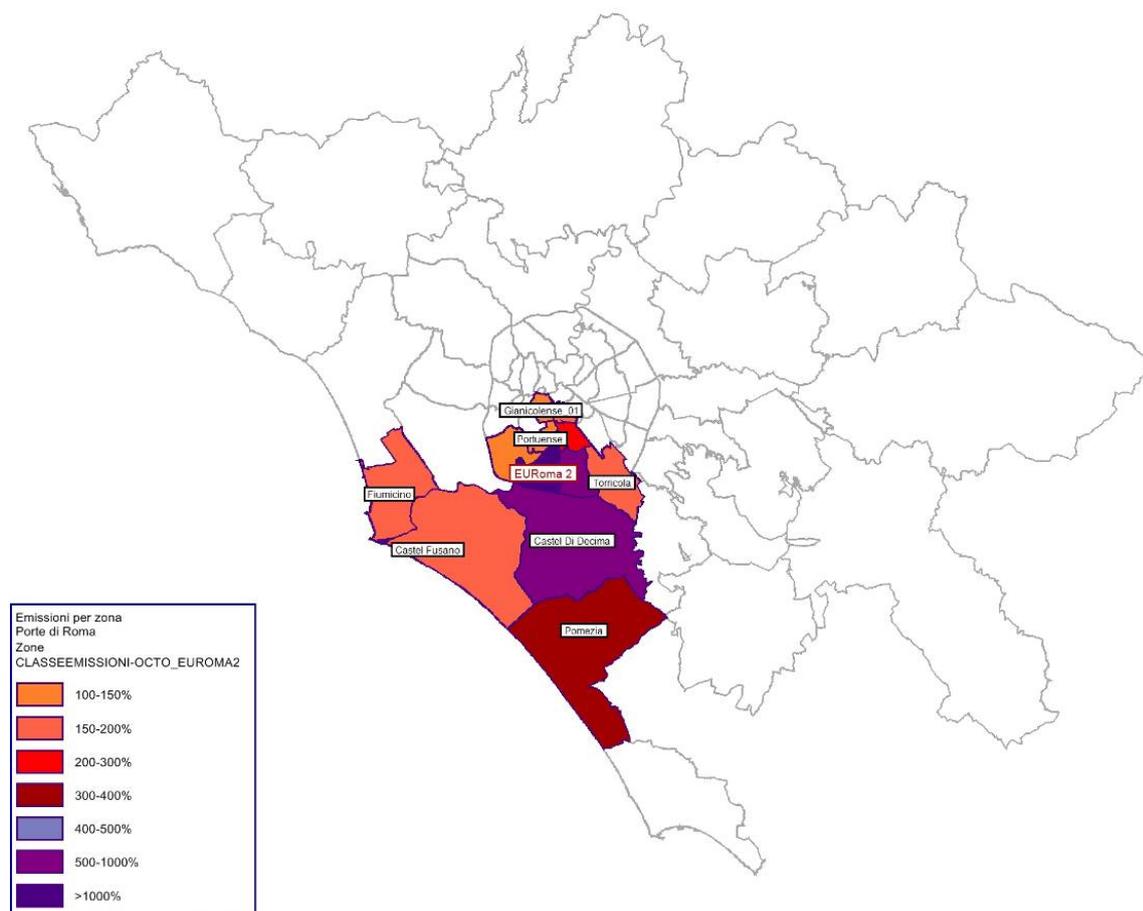


Figura 9. Zone del bacino di utenza del Centro Commerciale “EURoma 2”

ZONA DI PROVENIENZA	POPOLAZIONE ZONA	VALORE MEDIO DEL TASSO DI EMISSIONE (*)	CLASSE EMISSIONE
Torrino	73,676	12,49	> 10
Castel Di Decima	76,713	7,14	5-10
Giuliano Dalmata	60,258	5,86	5-10
Pomezia	102,120	3,84	3-4
Ostiense	92,152	2,94	2-3
S. Saba	26,244	1,87	1,5-2
Torricola	18,623	1,74	1,5-2
Castel Fusano	224,256	1,72	1,5-2
Fiumicino	44,107	1,53	1,5-2
Portuense	101,291	1,34	1-1,5
Magliana Vecchia	42,964	1,30	1-1,5
Gianicolense_01	77,879	1,13	1-1,5
	<b>940,283</b>		

Tabella 3. Zone del bacino di utenza del CC “EURoma 2” (\*) *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;

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 **92,4%** dell'utenza ha effettuato degli spostamenti **inferiori ai 30 km**. Inoltre per raggiungere il Centro Commerciale "EURoma2" il **91%** degli utenti ha impiegato un tempo inferiore ai **25'**.

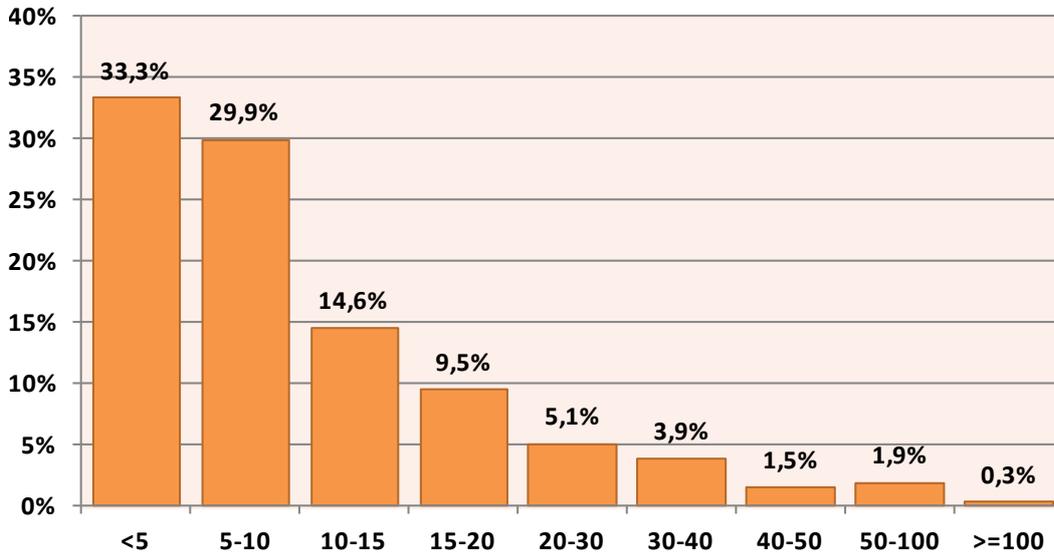


Figura 10. Analisi delle distanze (km) percorse dagli utenti per raggiungere il CC "EURoma 2".

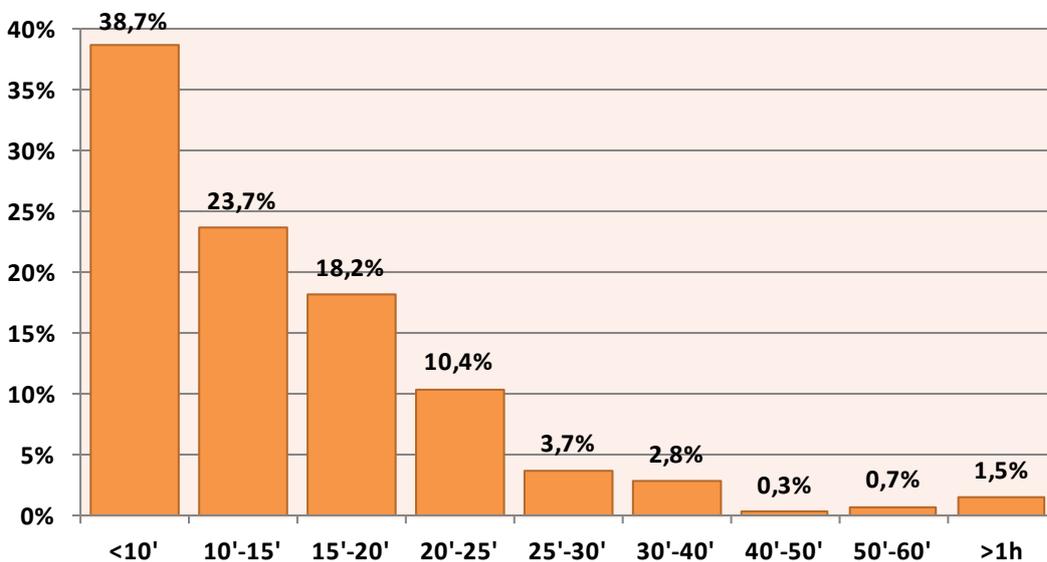


Figura 11. Analisi dei tempi impiegati (minuti) dagli utenti per raggiungere il CC "EURoma 2".