

# ANALISI DELLA MOBILITÀ PRESSO I PRINCIPALI CENTRI COMMERCIALI DI ROMA

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

**allegato 4. il polo commerciale “I GRANAI”**



ROMA



mobilità



ROMA CAPITALE

## **INDICE**

<b>1</b>	<b>IL CENTRO COMMERCIALE “I GRANAI”</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>3.1</b>	<b>IL CAMPIONE INTERVISTATO</b>	<b>10</b>
<b>4</b>	<b>IL BACINO DI UTENZA DEL CENTRO COMMERCIALE “I GRANAI”</b>	<b>11</b>



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

## 1 IL CENTRO COMMERCIALE “I GRANAI”

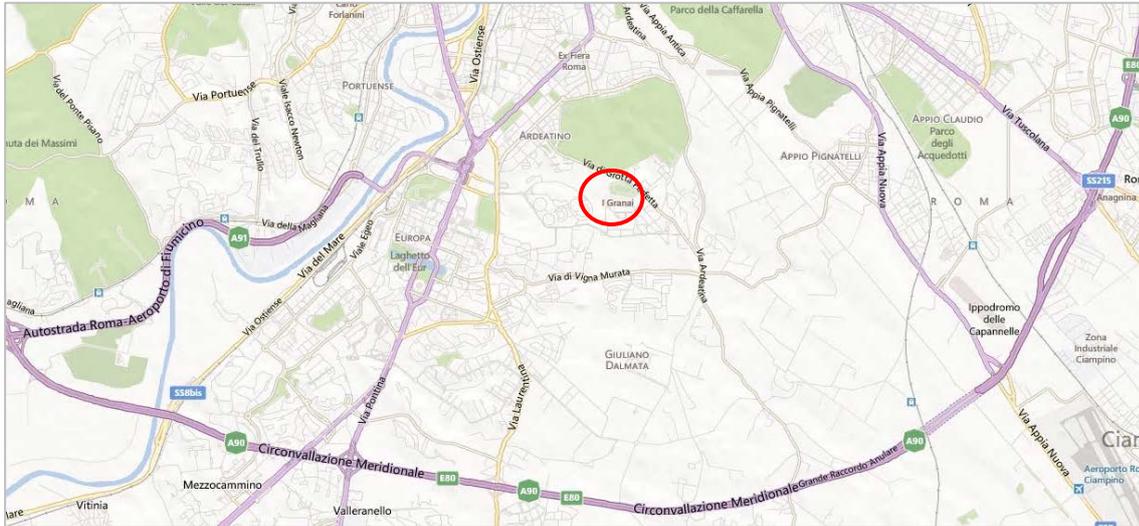


Figura 1. Inquadramento generale del Centro Commerciale

### Il quartiere e l'accessibilità

Il Centro Commerciale “I Granai” sorge all’interno del comprensorio “Roma 70”, che fa parte del quartiere Ardeatino, nel quadrante Sud/Est di Roma, in prossimità della Via Ardeatina. Tale area, nello specifico, è delimitata a Nord/Est da Via di Grotta Perfetta, a Sud da Viale del Tintoretto ed a Ovest da Via Laurentina e Via Attilio Ambrosini.

Il Polo Commerciale è sito in Via Mario Rigamonti n.100, a pochi km dal Raccordo Anulare. È raggiungibile dallo svincolo 24 del GRA attraversando la Via Ardeatina, dallo svincolo 25 attraversando la Via Laurentina.

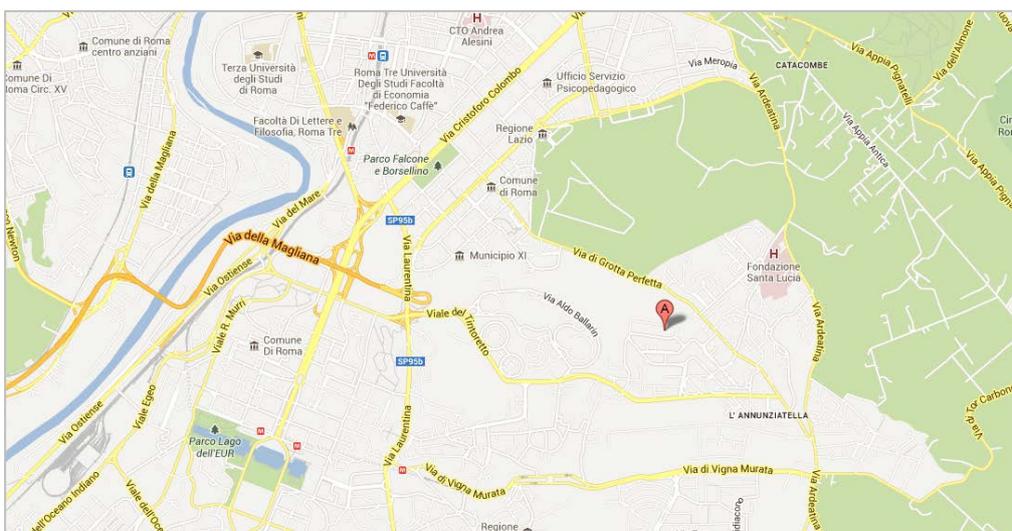


Figura 2. la viabilità principale per l'accesso al centro.



### L'offerta commerciale del polo "I GRANAI"

Il complesso commerciale si articola in un solo edificio, per una superficie complessiva di 23.100 mq di estensione per le aree commerciali.



Figura 3. Vista dell'ingresso principale del Centro Commerciale.

All'interno della Galleria sono presenti 118 negozi, un ipermercato Pam, 8 punti ristoro, un ufficio postale ed una banca. Inoltre è presente la postazione C.U.P. della ASL RMC. Si tratta di un importante servizio a servizio dei quartieri Montagnola, Ardeatina, Tintoretto e Grottaferretta, nei quali sono presenti poche attrezzature di carattere pubblico.



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

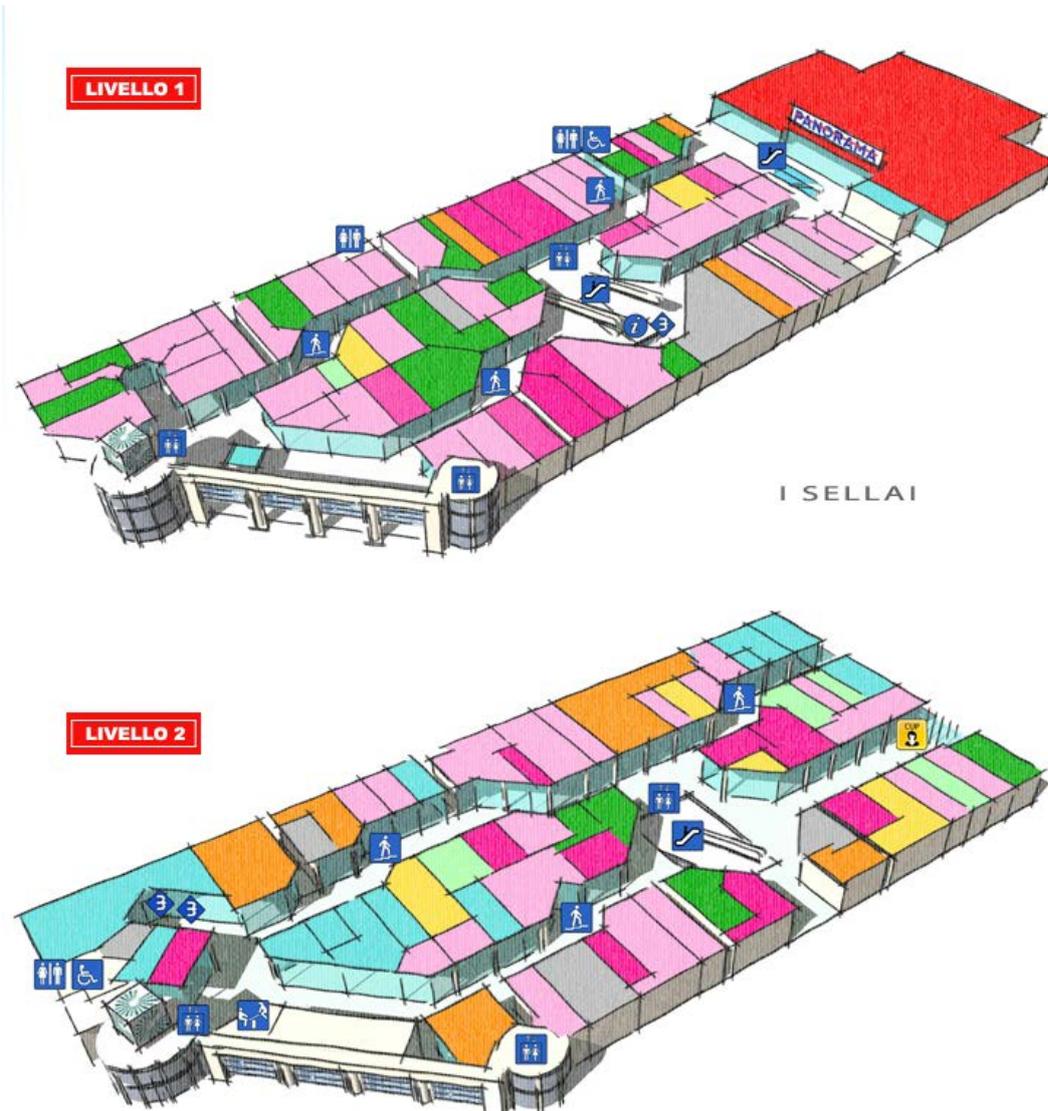


Figura 4. Pianta con la rappresentazione degli esercizi commerciali

IPERMERCATO
ABBIGLIAMENTO ED ACCESSORI
BENI PER LA PERSONA
RISTORAZIONE
BENI PER LA CASA
CALZATURE E PELLITTERIA
ELETTRONICA
SERVIZI



## 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.

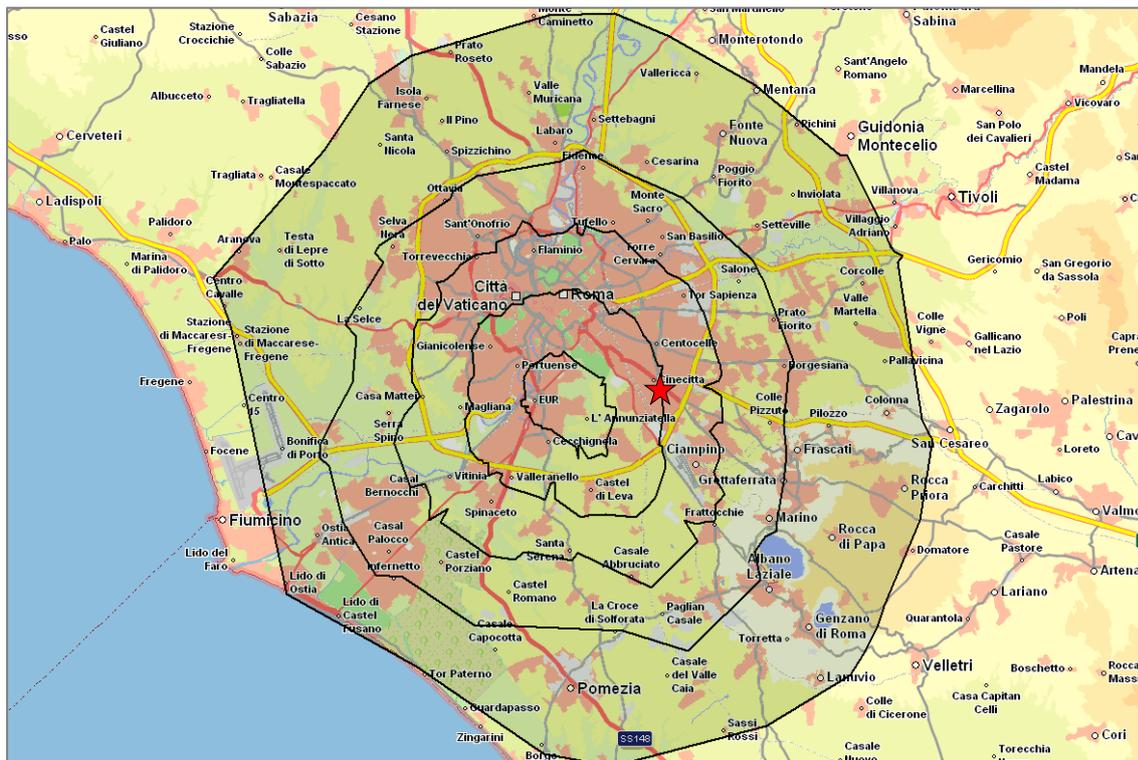


Figura 5. Isometriche delle classi di distanza seguenti: < 5 km, tra 5 e 10 km, tra 10 e 15 km, tra 15 e 20 km, tra 20 e 30 km

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 **2.500.000 residenti**, corrispondenti ad oltre il 63% 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	97.287	628.871	1.479.360	2.231.560	2.903.270	3.350.870	3.683.710	4.226.750	4.227.060

La stessa percentuale di bacino di utenza, analizzando il tempo di viaggio, si ha per spostamenti inferiori a **30 minuti**, a testimonianza di una elevata accessibilità dell'area commerciale.

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
popolazione	131.729	447.345	1.039.340	1.854.550	2.547.930	3.395.170	3.770.560	4.015.150	4.227.060

### 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 Giovedì 1/12/2011. Il conteggio dei visitatori in ingresso è stato svolto per l'intero orario di apertura del centro (08.00 – 21.00) 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).

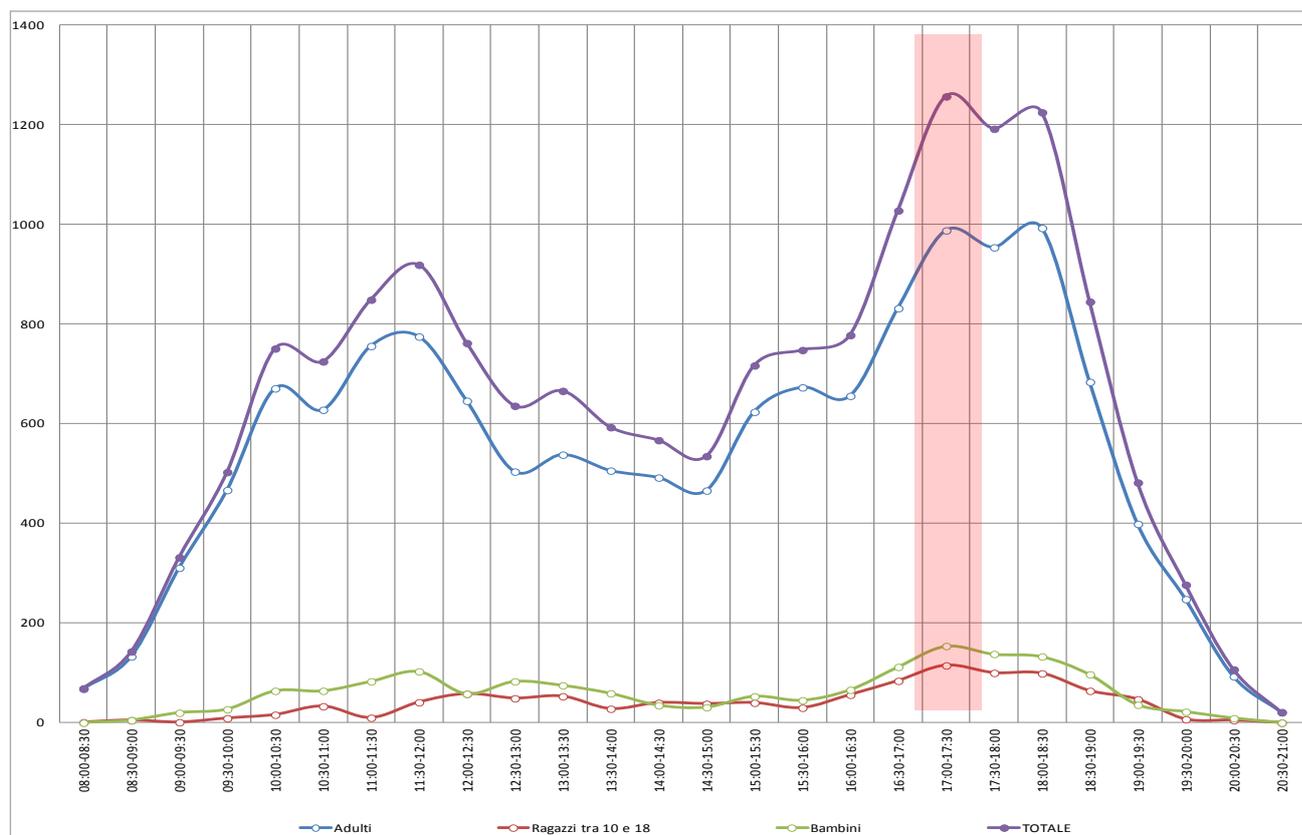


Figura 6. Andamento orario dei visitatori in ingresso per categoria di utenti

Complessivamente nella giornata di rilievo sono stati conteggiati **16.727 visitatori**, mentre **547 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 17:00 alle 17:30**, in cui sono stati registrati oltre 1.200 ingressi (pari ad oltre 40 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

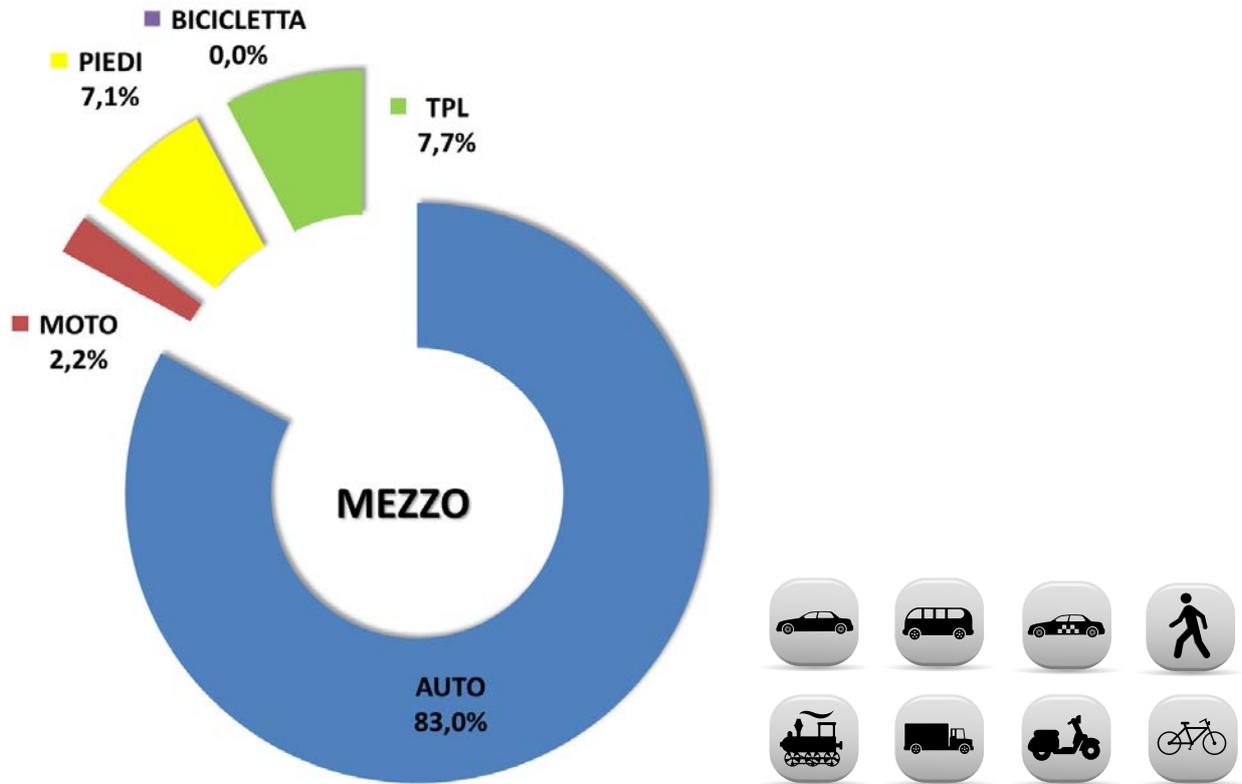


Figura 7. Mezzo di trasporto utilizzato per recarsi al Centro Commerciale

Per raggiungere il Polo Commerciale il mezzo di trasporto più utilizzato è l'**automobile** con ben l'**83%** delle preferenze. Risulta elevata anche la percentuale di utenti che raggiungono il Centro Commerciale **a piedi**, con il **7,1%**. Tale dato è motivato dal carattere urbano del centro, che risulta ben inserito nell'agglomerato edilizio circostante.

Il Centro è ben servito dalla rete del TPL: è collegato direttamente con la linea 766 alla fermata San Paolo e con la linea 767 alla fermata EUR Fermi. Di conseguenza il secondo mezzo di trasporto più utilizzato risulta essere il **Trasporto Pubblico Locale con il 7,7%**. Tra tutti i centri oggetto di indagine è risultato quello la cui utenza usa maggiormente il TPL.

Centro Commerciale	linee TPL	stazione più vicina
I Granai	764 / 766 / 767 / 769	Laurentina - 2,9 km



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

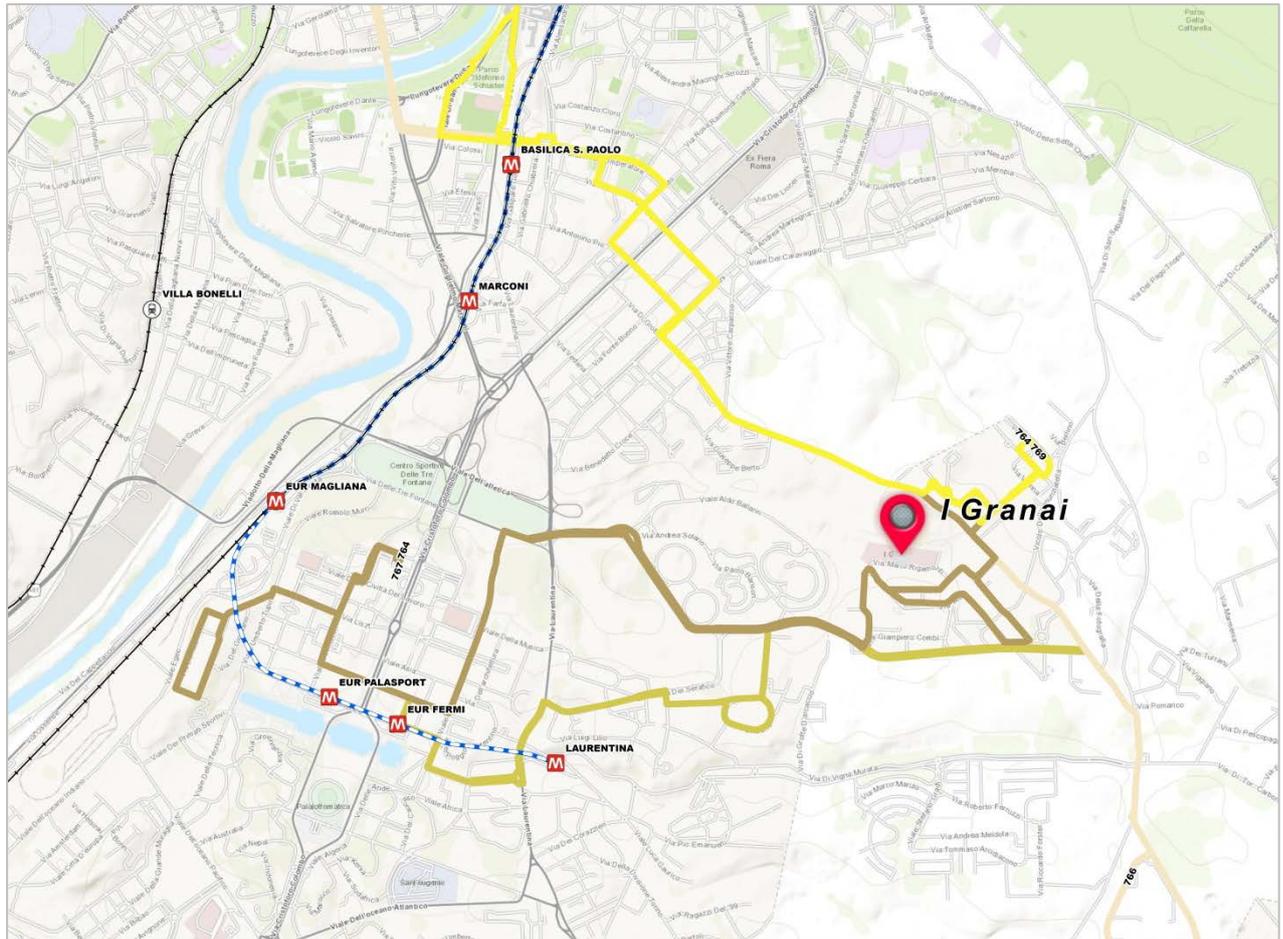
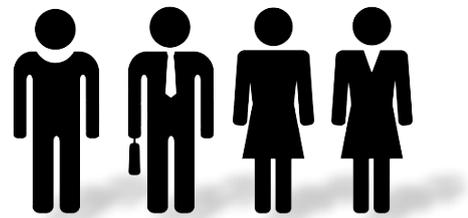
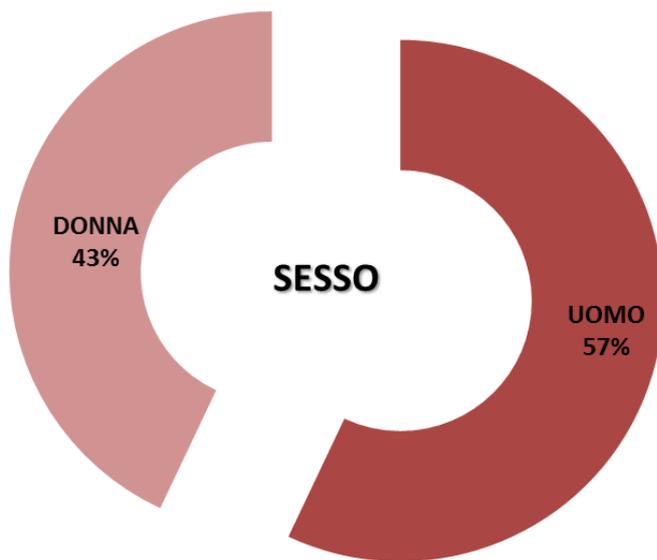
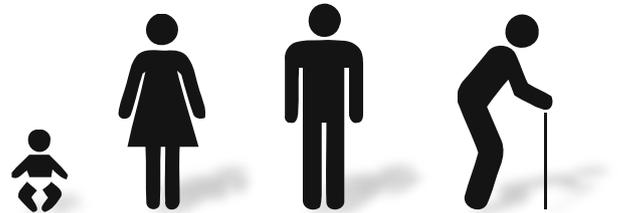
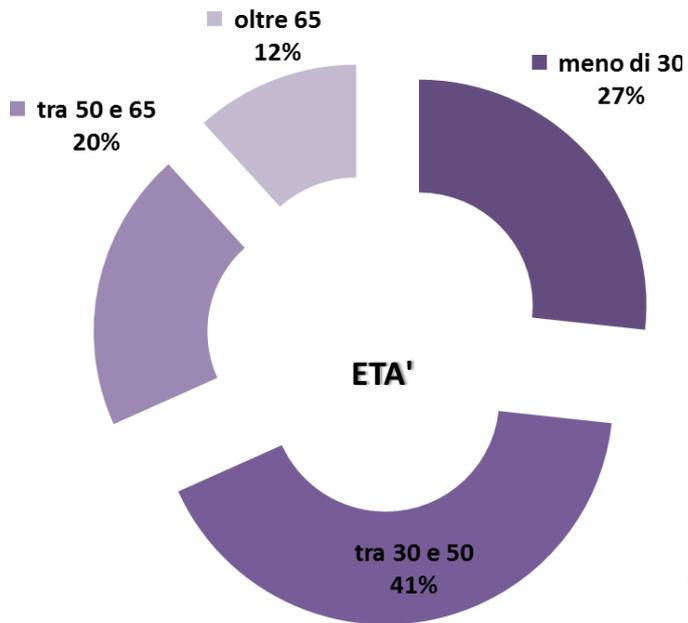


Figura 8. Inquadramento generale del Trasporto Pubblico locale nelle prossimità del Centro Commerciale "I Granai"



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

### 3.1 IL CAMPIONE INTERVISTATO



#### 4 IL BACINO DI UTENZA DEL CENTRO COMMERCIALE “I GRANAI”

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 150 spostamenti originati presso il Centro Commerciale e 1.446 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 3 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 “I GRANAI” 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 “I GRANAI” **risulta pari a 498.015 residenti** e viene raffigurato nella figura di seguito riportata. È il Centro Commerciale con il bacino di utenza più ristretto tra quelli indagati: la media delle distanze delle zone di emissione dal polo risulta pari a 16 km.





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 97% dell'utenza ha effettuato degli spostamenti non superiori ai 30 km e che il 95% dell'utenza lo raggiunge in un tempo inferiore ai 30'.

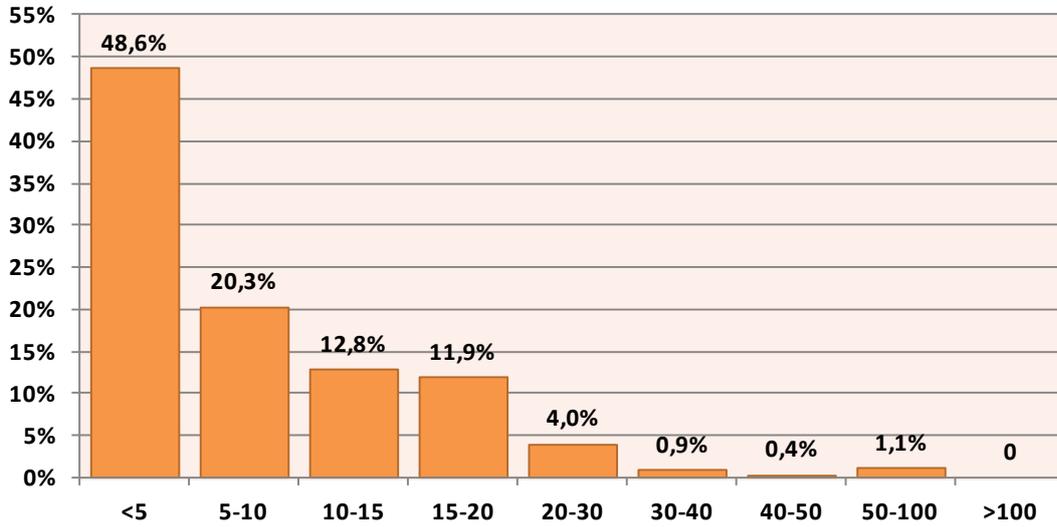


Figura 10. Analisi delle distanze (km) percorse dagli utenti per raggiungere il CC "I GRANAI".

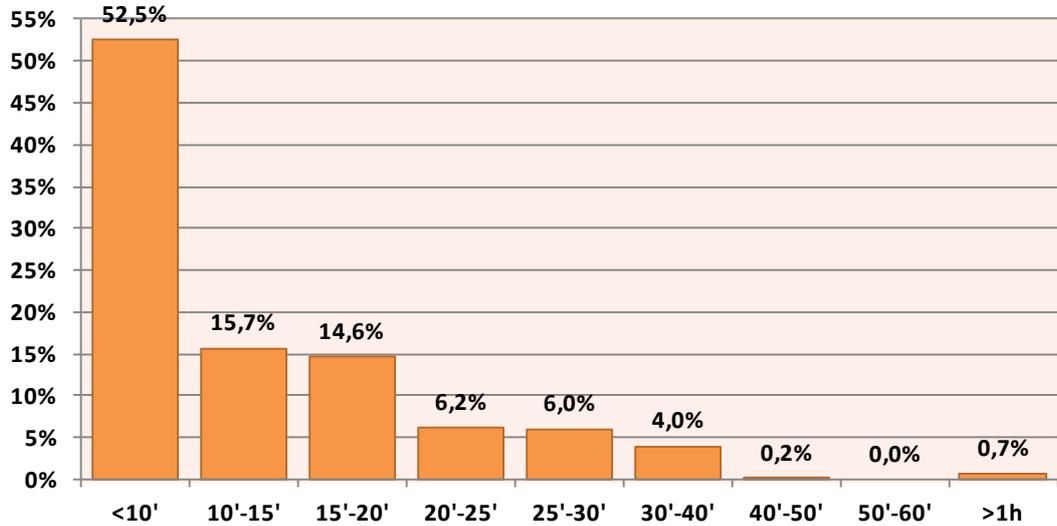


Figura 11. Analisi dei tempi impiegati (minuti) dagli utenti per raggiungere il CC "I GRANAI".