

ANALISI DELLA MOBILITÀ PRESSO I PRINCIPALI CENTRI COMMERCIALI DI ROMA

**INDAGINI CONOSCITIVE E MODELLO
PREVISIONALE DELL'IMPATTO SULLA MOBILITÀ**
allegato 1. il polo commerciale “PORTA DI ROMA”



ROMA



mobilità



ROMA CAPITALE

INDICE

1	IL CENTRO COMMERCIALE “PORTA DI ROMA”	2
2	L’ACCESSIBILITA’ DEL POLO COMMERCIALE	6
3	I RISULTATI DELLA CAMPAGNA DI INDAGINE	8
3.1	NUMERO DEI VISITATORI DEL POLO COMMERCIALE	8
3.2	MEZZO DI TRASPORTO UTILIZZATO PER RECARSÌ AL CENTRO COMMERCIALE	9
3.3	IL CAMPIONE INTERVISTATO	11
3.4	FREQUENZA DELLA VISITA AL CENTRO COMMERCIALE	12
3.5	TEMPO DI PERMANENZA	12
3.6	IMPIEGO DEL TEMPO NEL CENTRO COMMERCIALE	13
3.7	VOLUME DELLA SPESA	13
3.8	CON CHI CI SI RECA AL CENTRO COMMERCIALE	14
4	IL BACINO DI UTENZA DEL CENTRO COMMERCIALE “PORTA DI ROMA”	15



1 IL CENTRO COMMERCIALE “PORTA DI ROMA”

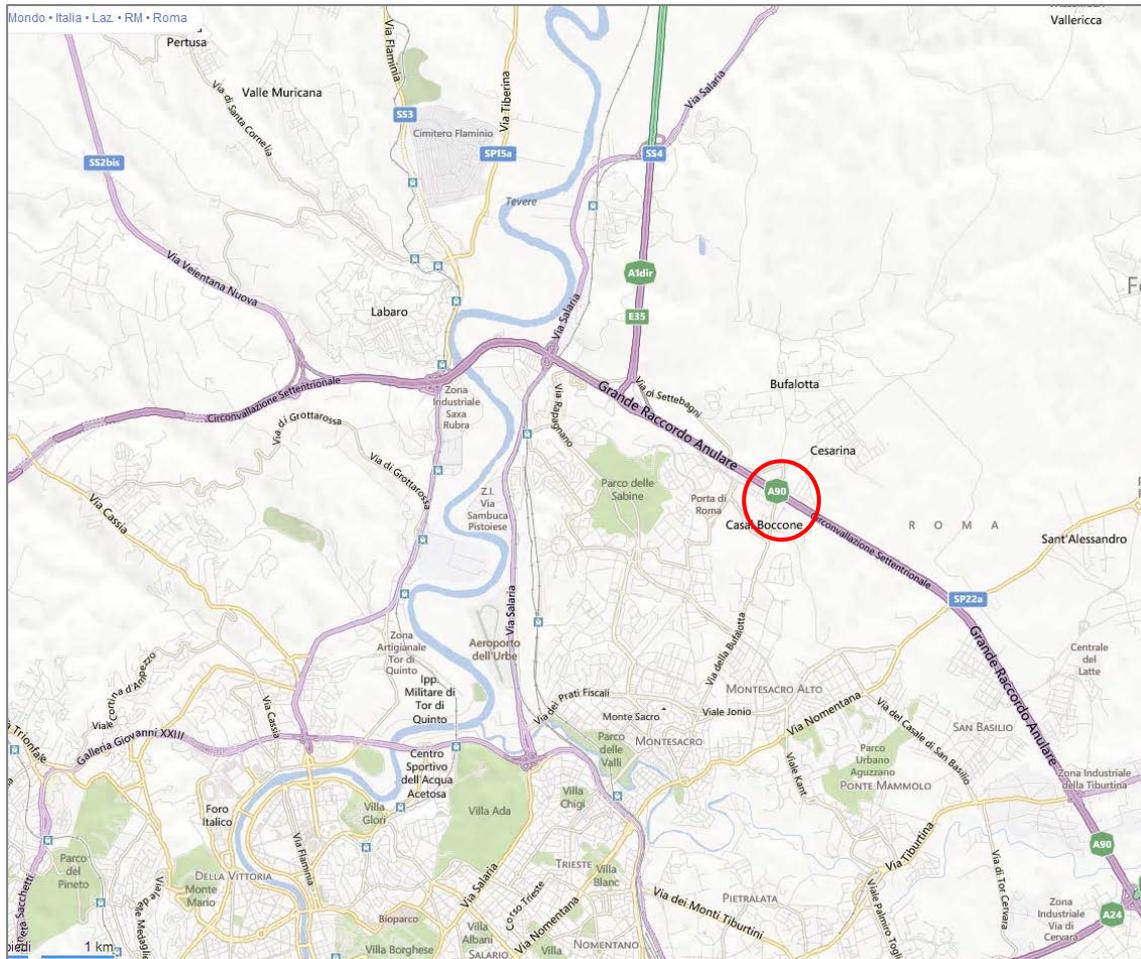


Figura 1. Inquadramento generale del Centro Commerciale

Il quartiere e l'accessibilità

Il Centro Commerciale “Porta di Roma” sorge all’interno del quartiere Bufalotta, a Nord Est di Roma.

Tale quartiere si è sviluppato a seguito dell’attuazione del “programma degli interventi per Roma Capitale” (legge 396/1990) quale iniziativa finalizzata al rinnovo urbano e alla riqualificazione della periferia nord-orientale della città.

Il progetto urbanistico Bufalotta rappresenta un nuovo insediamento urbano integrato, caratterizzato da un’elevata qualità ambientale, con una dotazione di servizi atti anche a compensare le carenze dell’edificato esistente.

Le infrastrutture e trasporti pubblici esistenti e realizzati a servizio del nuovo intervento sono i seguenti: svincoli di collegamento tra A1 (Roma-Firenze) e il grande raccordo anulare (Gra) con viabilità complanare,



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

il nuovo svincolo tra il Gra e via delle Vigne Nuove, via di Settebagni, via della Bufalotta, e il nuovo assetto della viabilità di quartiere.

La galleria commerciale è stata collocata su via Alberto Lionello, a ridosso del Grande Raccordo Anulare.

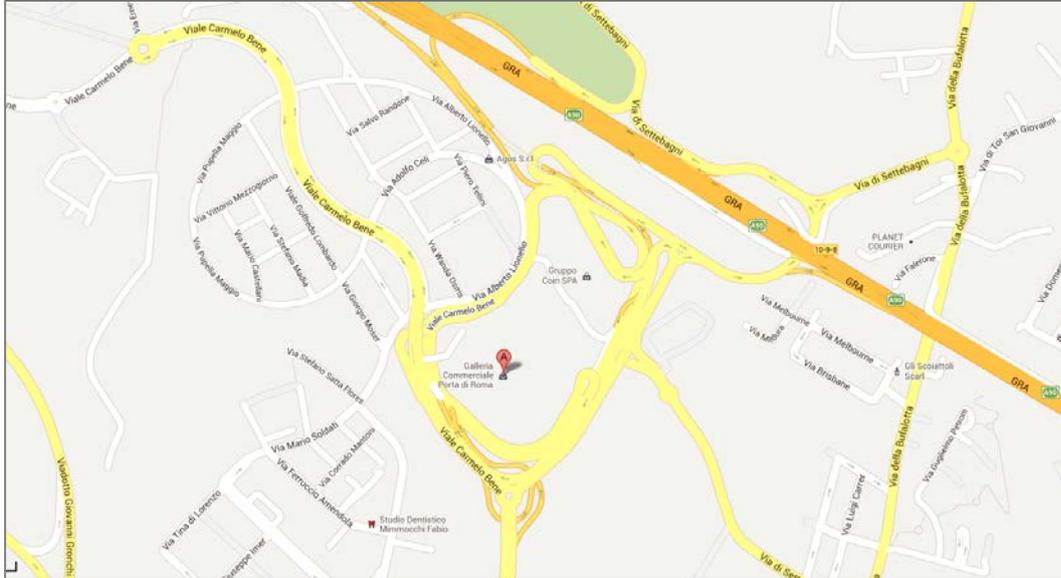


Figura 2. la viabilità principale per l'accesso al centro.

L'offerta commerciale del polo "Porta di Roma"

Il complesso commerciale si articola in tre edifici, quello della Galleria Commerciale, quello dell'Ikea e infine quello di Leroy-Merlin, per una superficie complessiva di 150.000 mq di estensione per le aree commerciali. Le tre unità sono state organizzate intorno a tre piazze poste a livelli di quota diversi, che rappresentano i punti di aggregazione e di orientamento per i visitatori.



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità



Figura 3. Vista aerea del Centro Commerciale: si evince la volumetria del sistema commerciale ed il rapporto tra essa, il Gra ed il tessuto urbano circostante.

All'interno della Galleria sono presenti 220 negozi, un cinema da 14 sale, un ipermercato Auchan, uffici con una superficie complessiva di 5.000 mq e un parcheggio su due piani per 7.000 posti auto per un totale di 230.000 mq.



Figura 4. Pianta con la rappresentazione degli esercizi commerciali



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità



Figura 5. 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 particolare ubicazione del polo commerciale, posizionato in prossimità del GRA, lo rende particolarmente accessibile in autovettura anche da lunghe distanze. 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.

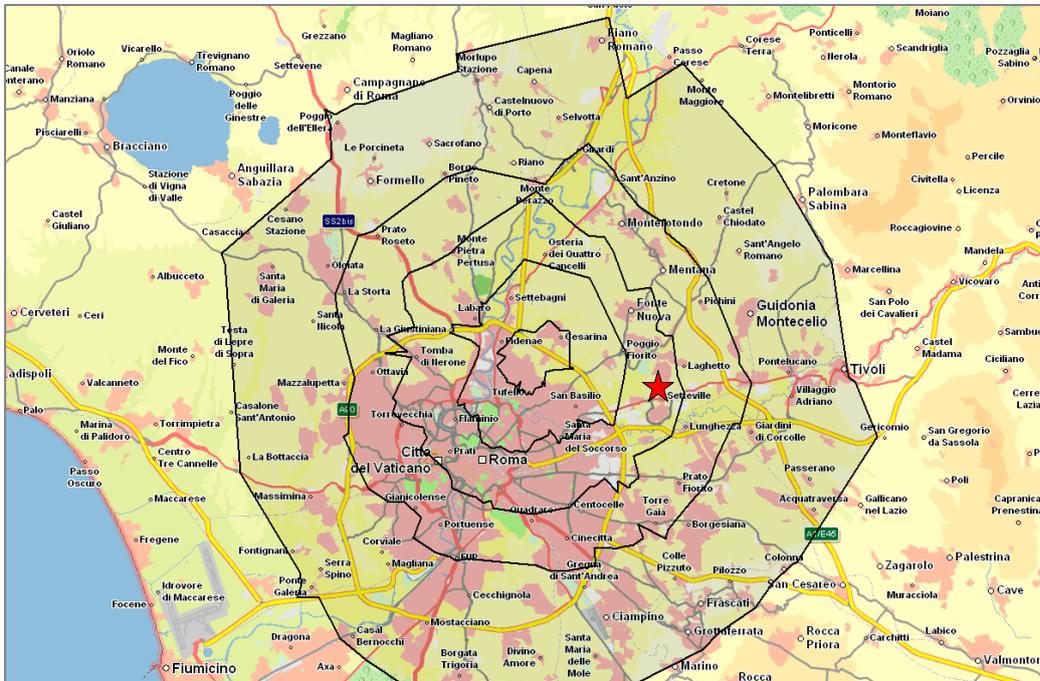


Figura 6. Isometriche delle classi di distanza seguenti: < 5 km, tra 5 e 10 km, tra 10 e 15 km, tra 15 e 20 km, tra 20 e 30 km

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	85.993	360.879	646.912	1.443.880	2.689.880	3.225.760	3.578.560	4.226.750	4.227.060

La stessa percentuale di bacino di utenza, analizzando il tempo di viaggio, si ha per spostamenti inferiori a **40 minuti**, a testimonianza di una elevata accessibilità dell'area commerciale con la modalità autovettura.

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	85.993	360.879	646.912	1.443.880	2.689.880	3.225.760	3.578.560	4.226.750	4.227.060

3 I RISULTATI DELLA CAMPAGNA DI INDAGINE

3.1 NUMERO DEI VISITATORI DEL POLO COMMERCIALE

Le analisi nel seguito descritte si basano su dati acquisiti nella campagna di indagine svoltasi nel giorno di sabato 10/11/2012. Il conteggio dei visitatori in ingresso è stato svolto per l'intero orario di apertura del centro (10.00 – 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 10 anni).

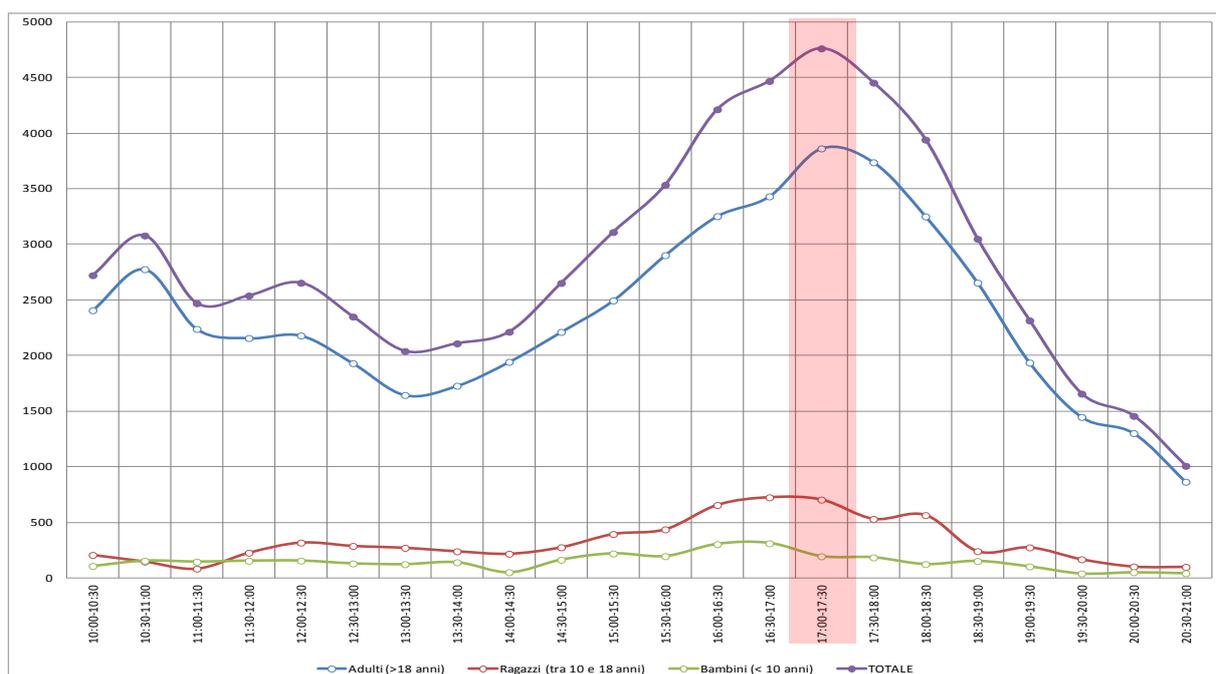
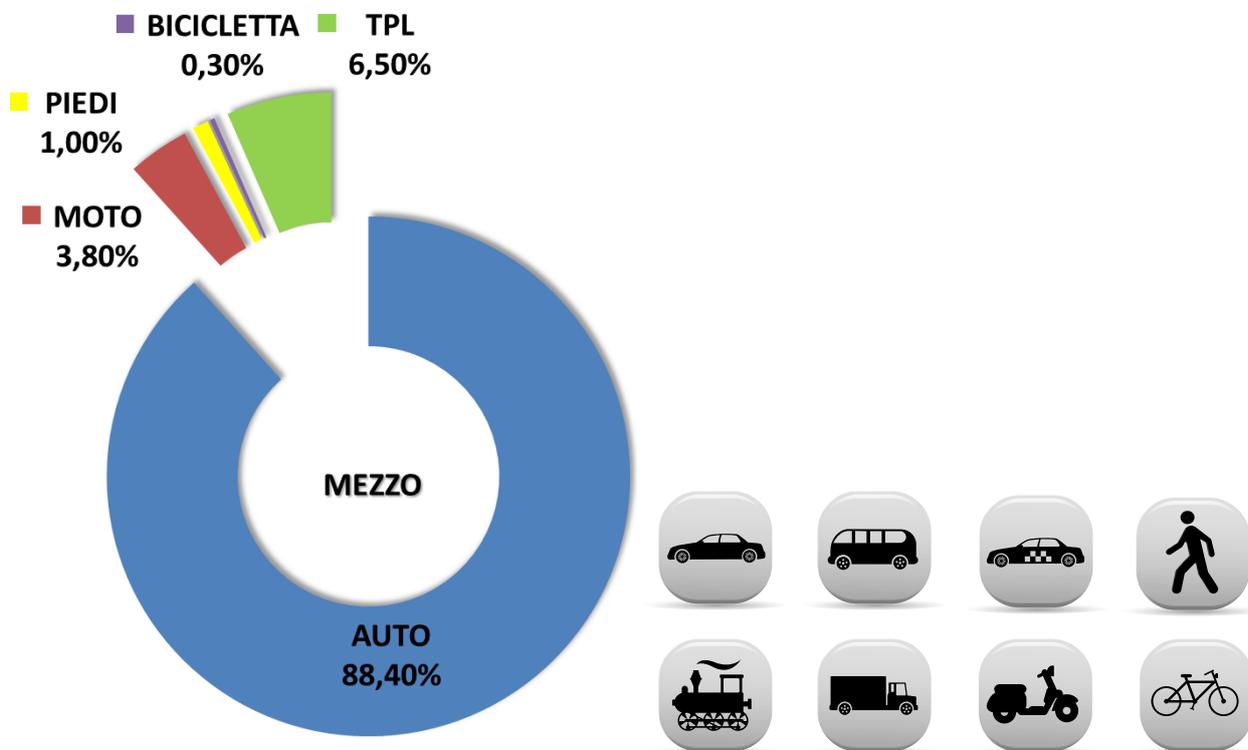


Figura 7. Andamento orario dei visitatori in ingresso per categoria di utenti

Complessivamente nella giornata di rilievo sono stati conteggiati **62.795 visitatori**, mentre **706 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 4.500 ingressi (pari ad oltre 150 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



Per raggiungere il Polo Commerciale il mezzo di trasporto più utilizzato è l'automobile con ben l'88,4% delle preferenze. "Porta di Roma" risulta servito da 5 linee di superficie, come riportato in tabella e nella figura seguenti, e seppure la stazione di Conca d'Oro risulta posizionata a circa 5 km, il **Trasporto Pubblico Locale** è la seconda modalità di trasporto utilizzata dagli utenti con una percentuale del 6,5%.

Centro Commerciale	linee TPL	stazione più vicina
Porta di Roma	38 / 341 / 435 / 80 / 338	Conca d'Oro - 4,8 km



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

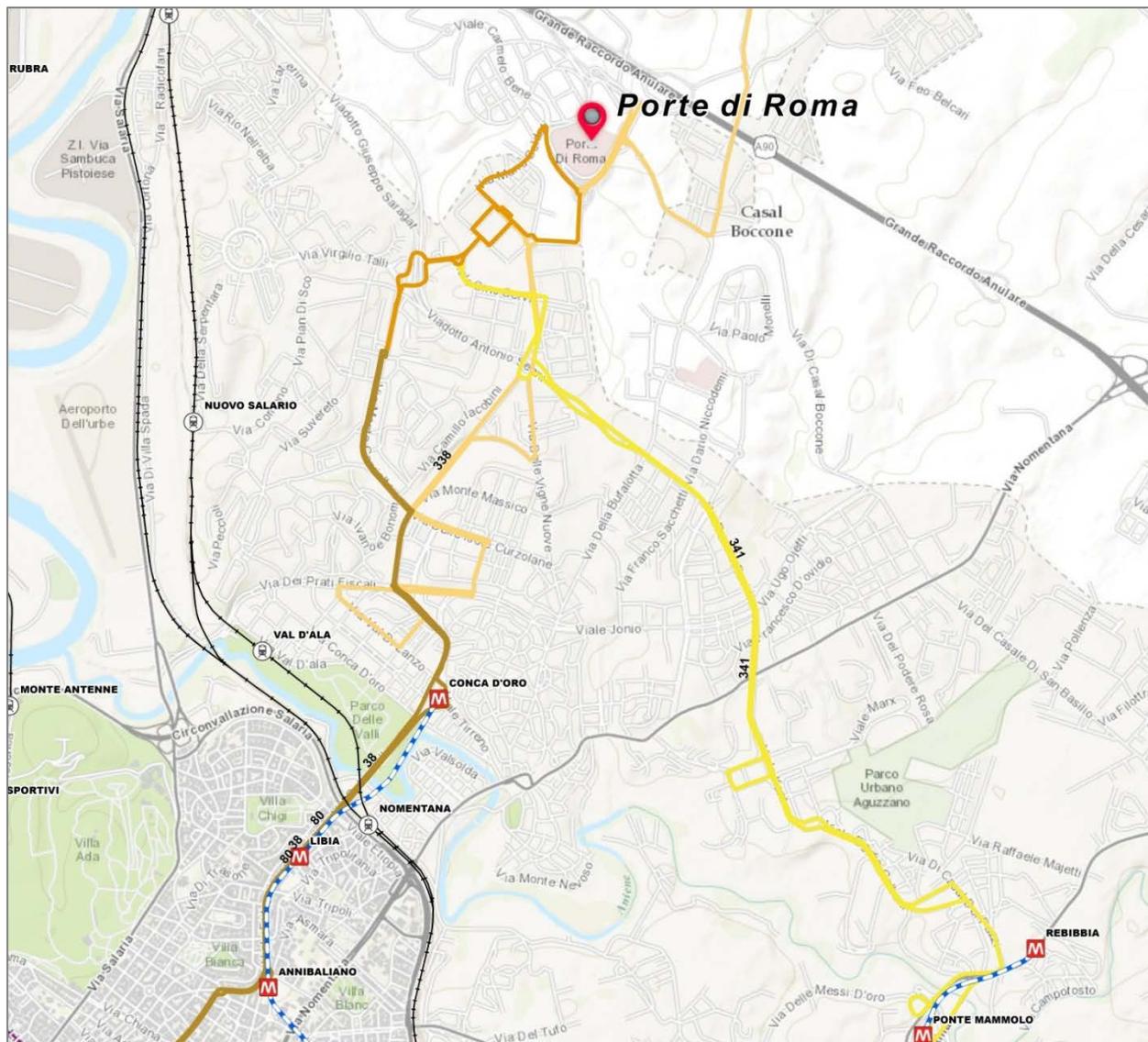
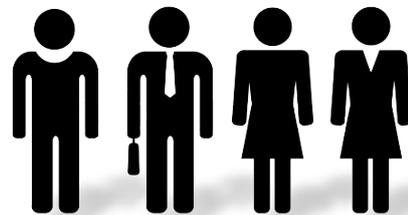
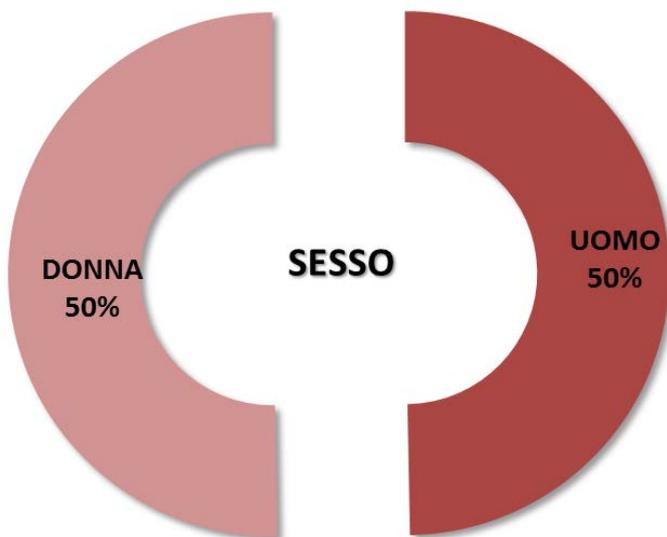
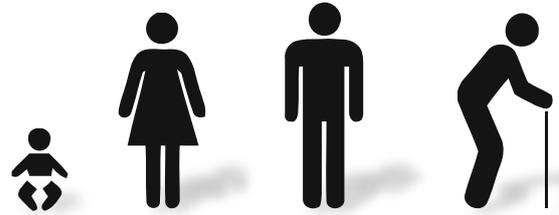
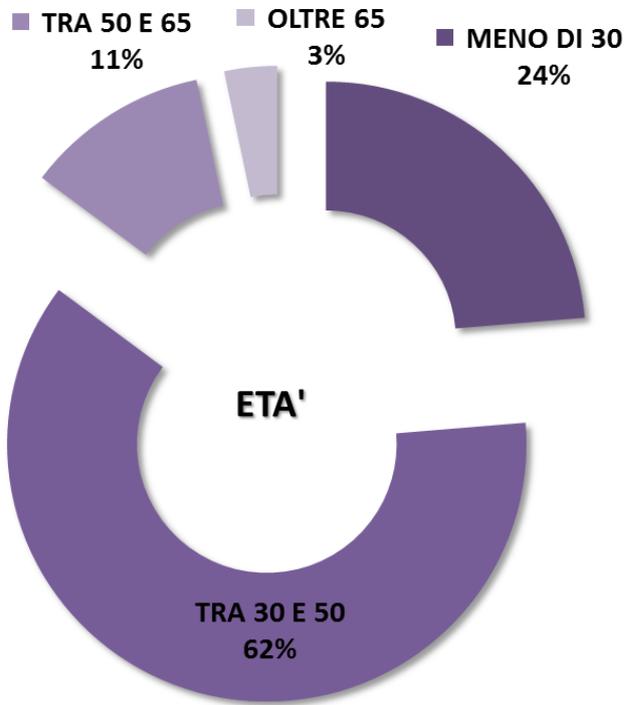


Figura 8. Inquadramento generale del Trasporto Pubblico locale in prossimità del Centro Commerciale "Porta di Roma"



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

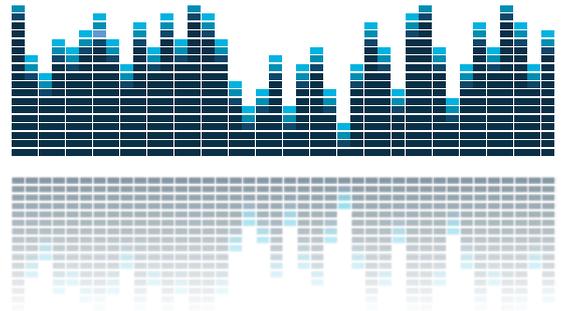
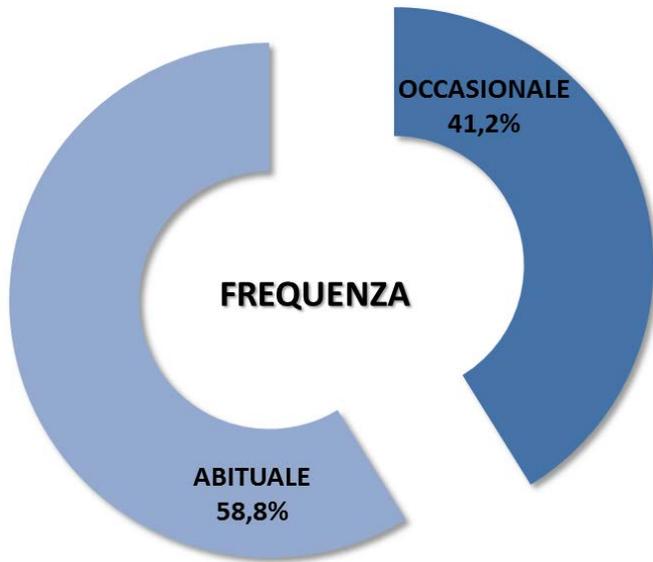
3.3 IL CAMPIONE INTERVISTATO



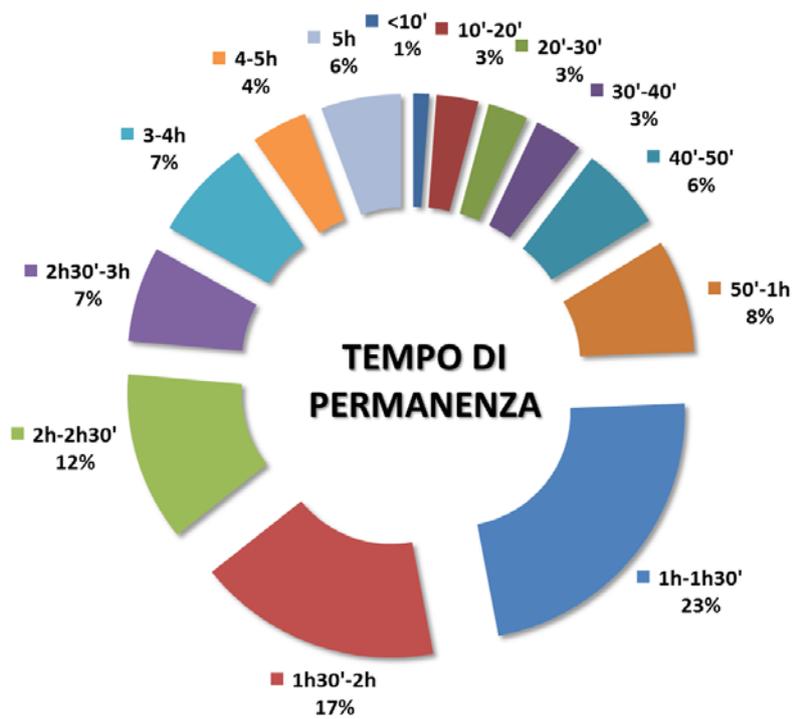


S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

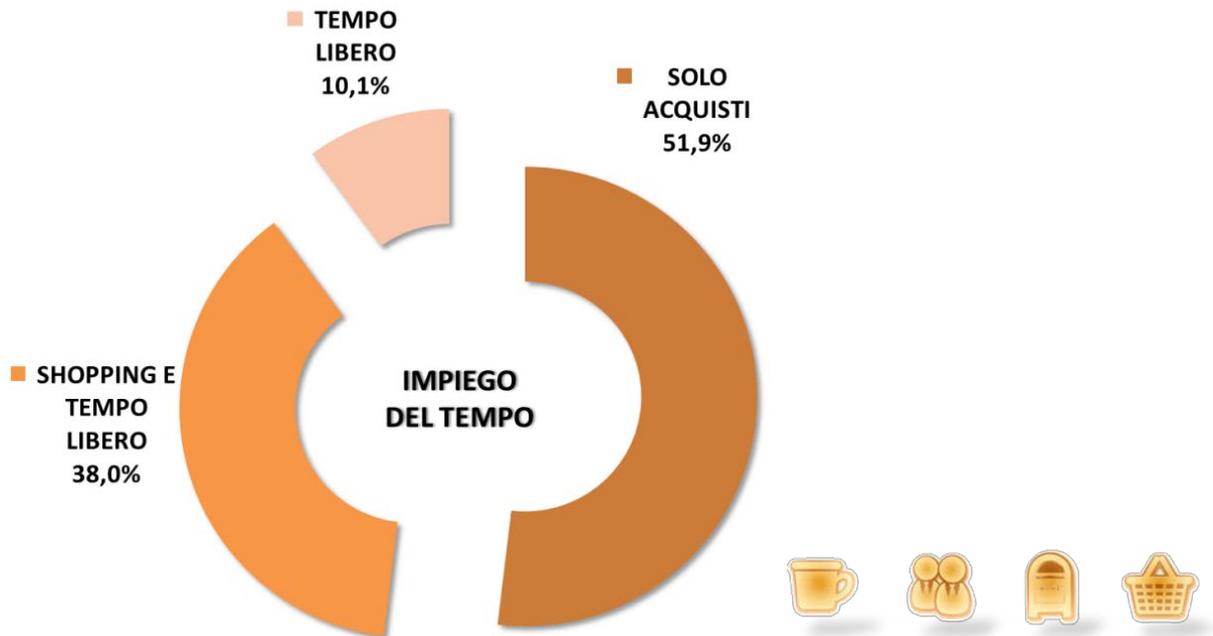
3.4 FREQUENZA DELLA VISITA AL CENTRO COMMERCIALE



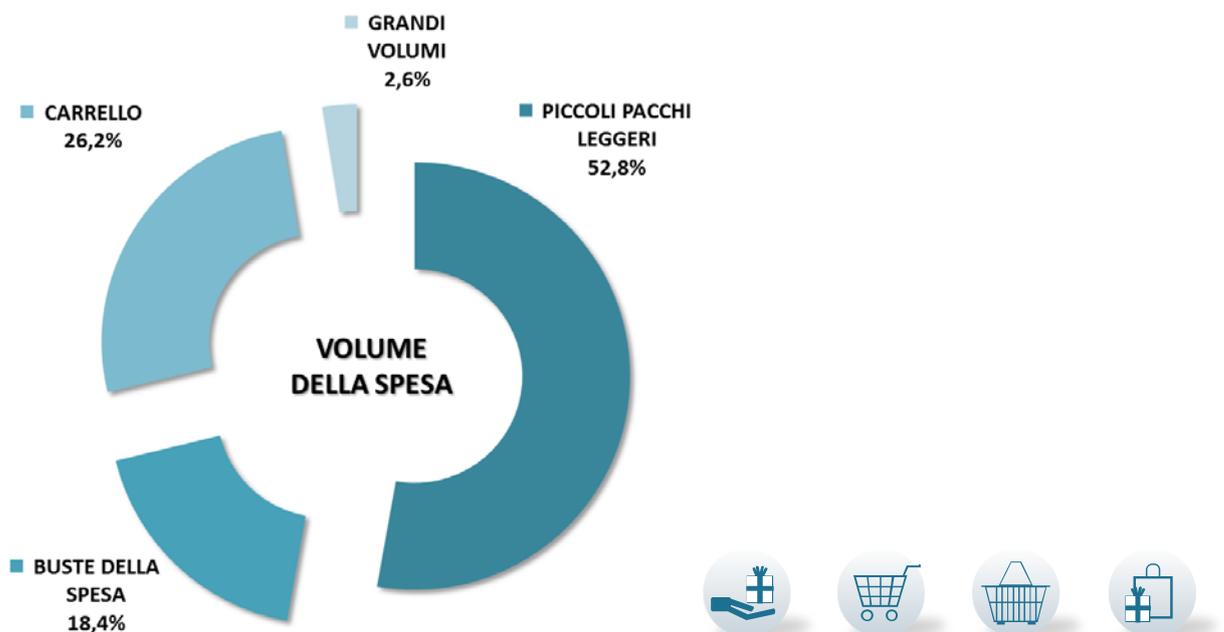
3.5 TEMPO DI PERMANENZA



3.6 IMPIEGO DEL TEMPO NEL CENTRO COMMERCIALE

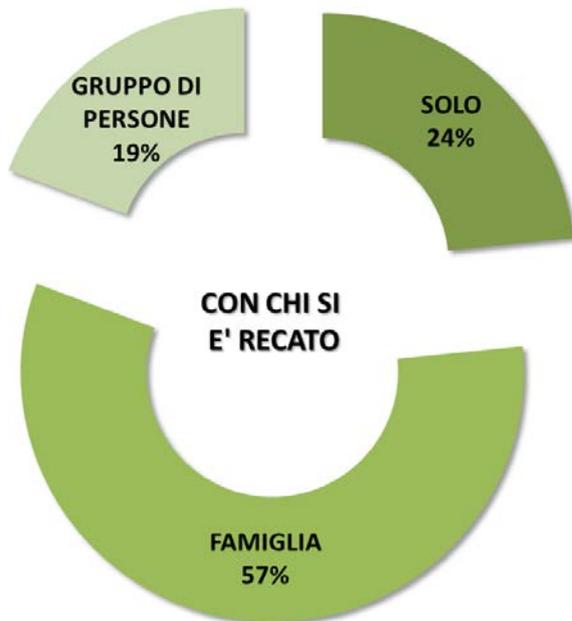


3.7 VOLUME DELLA SPESA





3.8 CON CHI CI SI RECA AL CENTRO COMMERCIALE



4 IL BACINO DI UTENZA DEL CENTRO COMMERCIALE “PORTA DI ROMA”

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 7.537 spostamenti originati presso il Centro Commerciale e 7.654 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 “Porta di Roma” **risulta pari a 1.188.784 residenti** e viene raffigurato nella figura di seguito riportata.

Le zone di Casal Boccone e Tor S. Giovanni risultano essere quelle a maggior relazione con il polo commerciale. Inoltre, oltre alle zone immediatamente a ridosso del centro, le classi di emissione maggiori si hanno per le zone meglio collegate da NORD e NORD-OVEST, ossia quelle attraversate dalla via Salaria, Nomentana e Flaminia e dalla diramazione dell’autostrada A1.



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

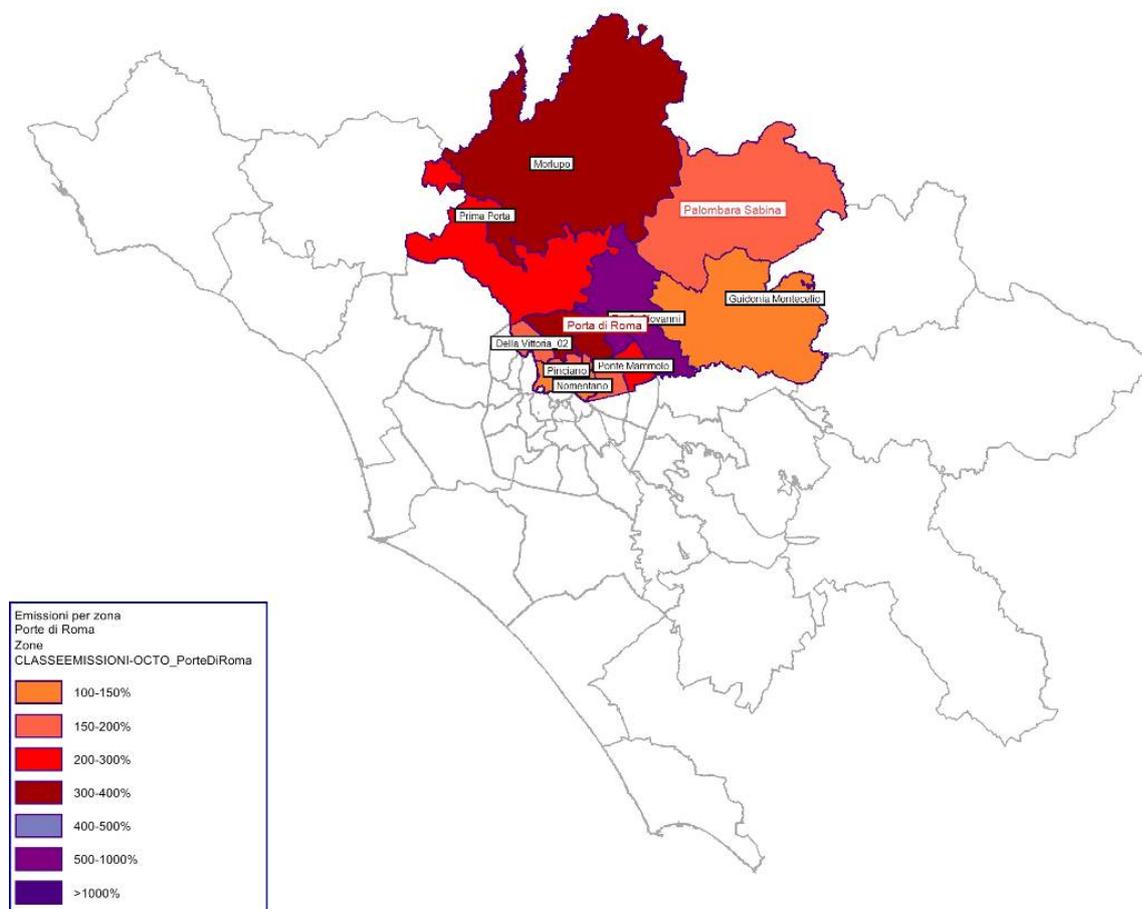


Figura 9. Rappresentazione del bacino di utenza del CC "Porta di Roma"

ZONA DI PROVENIENZA	POPOLAZIONE ZONA	VALORE MEDIO DEL TASSO DI EMISSIONE (*)	CLASSE EMISSIONE
Casal Boccone	47,122	7,95	5-10
Tor S. Giovanni	33,910	5,88	5-10
Val Melaina	140,523	3,84	3-4
Grottarossa	41,695	3,53	3-4
Morlupo	103,975	3,5	3-4
Ponte Mammolo	66,154	2,61	2-3
Prima Porta	75,309	2,84	2-3
Trieste	74,126	1,61	1,5-2
Pinciano	50,541	1,57	1,5-2
Palombara Sabina	85,909	1,7	1,5-2
Pietralata	96,904	1,63	1,5-2
Della Vittoria_02	63,819	1,81	1,5-2
Guidonia Montecelio	178,802	1,22	1-1,5
Della Vittoria_01	67,817	1,02	1-1,5
Nomentano	62,178	1,43	1-1,5
	1,188,784		

Tabella 3. Zone del bacino di utenza del CC "Porta di Roma" (*) *Tasso di emissione*: numero provenienze/popolazione zona; *Valore medio del tasso di emissione*: Media dei tassi di emissione di ciascuna zona.

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 90% dell'utenza ha effettuato degli spostamenti non superiori ai 40 km e che raggiunge il Centro Commerciale "Porta di Roma" in un tempo inferiore ai 40'.



S.O. Progetti, Pianificazione e Innovazione della Mobilità

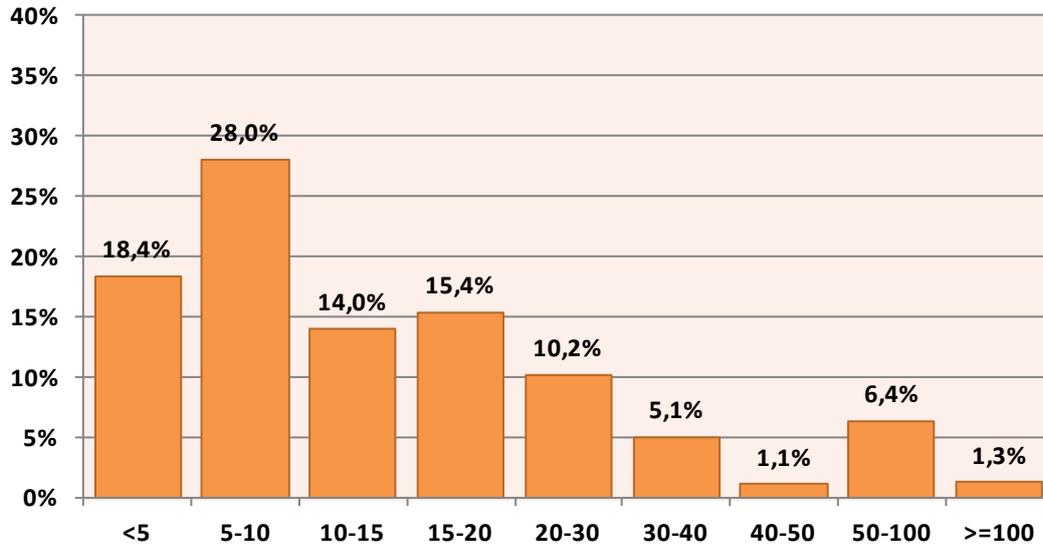


Figura 10. Analisi delle distanze (km) percorse dagli utenti per raggiungere il CC "Porta di Roma"

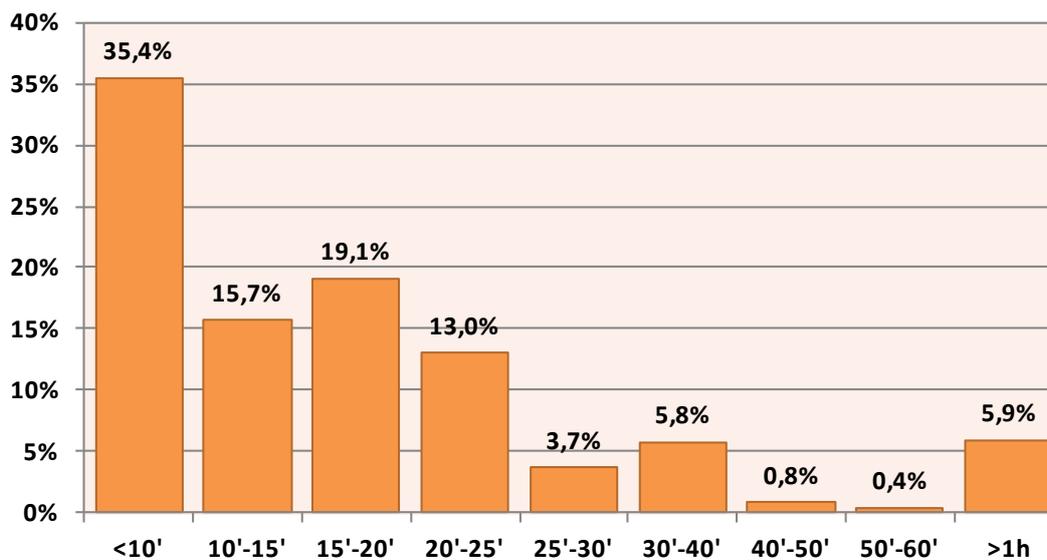


Figura 11. Analisi dei tempi impiegati (minuti) dagli utenti per raggiungere il CC "Porta di Roma"