



Abstract

Analisi di mercato Complesso commerciale in Via Monte Gentile, fronte Nomentana Fonte Nuova (RM)





1	VALUTAZIONE COMMERCIALE POSIZIONAMENTO IMMOBILI	PAG. 3
2	IPOTESI DI LAVORO	PAG. 4
3	TERRITORIO	PAG. 5
4	LOCALIZZAZIONE IMMOBILI	PAG. 6
5	DESCRIZIONE IMMOBILI	PAG. 11
6	ISOCRONE	PAG. 19
7	VIABILITA'	PAG. 20
8	CONCLUSIONI	PAG. 22
9	BIBLIOGRAFIA	PAG. 25



- Il sito è posto lungo una importante via di comunicazione, gode di una perfetta visibilità da tutte le direzioni con posizioni d'angolo che garantiscono un impatto visuale di forte richiamo.

- La disponibilità di un adeguato numero di posti auto e l'accessibilità diretta, rendono la struttura idonea per qualunque tipo di attività commerciale e di servizio.

- Gli immobili hanno tutti accesso dal piano stradale

The logo for CycleBand, featuring the brand name in a stylized, red, cursive font.

Le caratteristiche positive quali:

- posizionamento rispetto alla viabilità ed al bacino di utenza.
- visibilità ottimale.
- un consistente bacino di utenza di riferimento a 5/15 minuti auto
- assenza di marchi attrattivi nella ristorazione
- assenza di competitor commerciali di maggiore attrattività, unico degno di nota è un abbigliamento bambino a marchio Cycle Band.

Queste peculiarità fanno ritenere:

- Ø ideale posizionamento di un marchio food in grado di fornire un servizio completo per l'eterogenea varietà dei residenti in zona, (molte giovani coppie);
- Ø visto il già citato successo della scuola di danza la posizione si presta per attività orientata alla donna, (abbigliamento, estetica, parrucchiere, profumeria, intimo, abbigliamento specializzato nella danza, ecc.) senza escludere un'offerta orientata alla casa e al complemento d'arredo.
- Ø Attività legate alla bellezza e al tempo libero come beauty farm o fitness leggero.

Come precedentemente indicato la struttura può contare su un bacino primario di 5/15 minuti auto in un mercato di riferimento di 20/30 minuti

IL TERRITORIO

dati di sintesi

TERRITORIO	
Regione	Lazio
Provincia	Roma
Sigla Provincia	RM
Frazioni nel comune	5
Superficie (Kmq)	20,20
Densità Abitativa (Abitanti/Kmq)	1.555,0

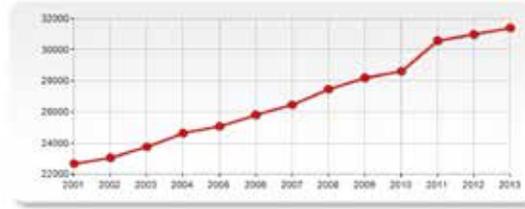
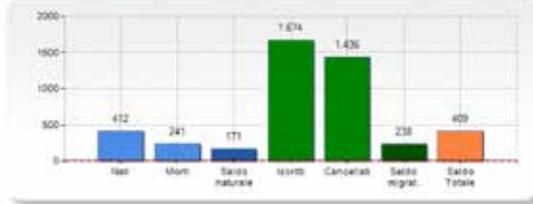
DATI DEMOGRAFICI (Anno 2013)	
Popolazione (N.)	31.411
Famiglie (N.)	11.977
Maschi (%)	49,4
Femmine (%)	50,6
Stranieri (%)	17,5
Età Media (Anni)	39,1
Variatione % Media Annua (2008/2013)	+2,71
Reddito Medio (2011)	9.300

STATO CIVILE (Anno 2013)		
Stato Civile	(n.)	%
Celibi	7.303	23,25
Nubili	6.338	20,18
Coniugati	7.490	23,85
Coniugate	7.726	24,60
Divorziati	221	0,70
Divorziate	367	1,17
Vedovi	270	0,86
Vedove	1.287	4,10
Tot. Residenti	31.002	98,70

TREND FAMIGLIE			
Anno	Famiglie (N.)	Variatione % su anno prec.	Componenti medi
2004	9.758	-	2,53
2005	10.043	+2,92	2,50
2006	10.424	+3,79	2,48
2007	10.717	+2,81	2,47
2008	11.171	+4,24	2,46
2009	11.460	+2,59	2,46
2010	11.696	+2,06	2,45
2011	11.944	+2,12	2,56
2012	12.184	+2,01	2,54
2013	11.977	-1,70	2,62

Variatione % Media Annua (2006/2012): **+2,63**
 Variatione % Media Annua (2009/2012): **+2,06**

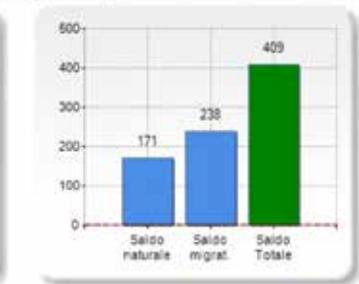
BILANCIO DEMOGRAFICO



INFLUENZA MASCHI, FEMMINE E STRANIERI (Anno 2013)



BILANCIO DEMOGRAFICO (Anno 2013)



Saldo naturale ⁽¹⁾, Saldo migrat, ⁽²⁾

POPOLAZIONE PER ETÀ (Anno 2013)						
Classi	Maschi		Femmine		Totale	
	(n.)	%	(n.)	%	(n.)	%
0 - 2 anni	606	3,96	552	3,51	1.158	3,74
3 - 5 anni	595	3,89	527	3,35	1.122	3,62
6 - 11 anni	1.008	6,60	992	6,31	2.000	6,45
12 - 17 anni	986	6,45	892	5,68	1.878	6,06
18 - 24 anni	1.199	7,84	1.137	7,23	2.336	7,53
25 - 34 anni	2.149	14,06	2.220	14,12	4.369	14,09
35 - 44 anni	2.819	18,44	2.804	17,84	5.623	18,14
45 - 54 anni	2.371	15,51	2.376	15,12	4.747	15,31
55 - 64 anni	1.604	10,49	1.771	11,27	3.375	10,89
65 - 74 anni	1.183	7,74	1.276	8,12	2.459	7,93
75 e più	764	5,00	1.171	7,45	1.935	6,24
Totale	15.284	100,00	15.718	100,00	31.002	100,00

CLASSI DI ETÀ (Anno 2013)

DATI DI SINTESI (Anno 2013)			
	(n.)	% su stranieri	% su popolaz.
Totale Stranieri	5.502	100,00	17,52
Stranieri maschi	2.751	50,00	8,76
Stranieri femmine	2.751	50,00	8,76

BILANCIO DEMOGRAFICO (Anno 2013)		
	(n.)	% su popolaz.
Stranieri al 1 gen.	5.309	16,90
Nati	110	0,35
Morti	12	0,04
Saldo naturale	+98	0,31
Iscritti	599	1,91
Cancellati	504	1,60
Saldo Migratorio	+95	0,30
Saldo Totale	+193	0,61
Stranieri al 31° dic.	5.502	17,52

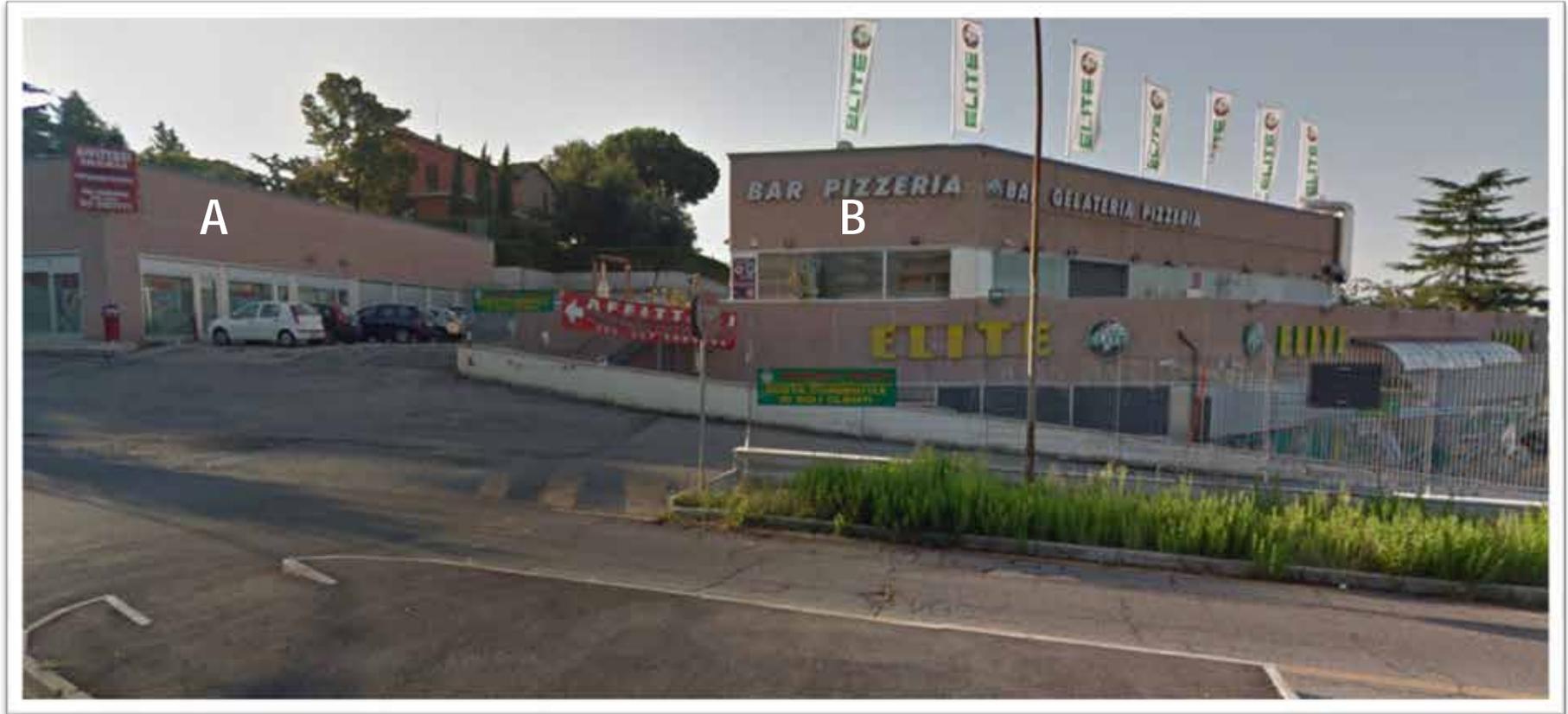
Dati: URBISTAT

Popolazione 2014: 32.117 Dato popolazione aggiornato al (30/09/2014) con la conferma della continua crescita

LOCALIZZAZIONE



locali "A e B"



punto di
accesso
veicolare



LOCALIZZAZIONE

Posizione:

- 30 minuti/20km da Roma
- 20 minuti/12,8 da Guidonia
- 18 minuti/8,7km da Monterotondo
- 11 minuti/5,1km da Santa Lucia
- 11 minuti/5,7km da Mentana

Accessibilità:

- SP22a, Via Nomentana
- SP Nomentana Bis



Mobilità urbana ed extraurbana

Il comune è servito dalle seguenti compagnie di trasporti:

- **ATAC** (linea 337, collega la stazione Conca d'Oro della nuova metro B1 con la frazione di Fonte Nuova Tor Lupara)
- **COTRAL** [linee Nomentana, (con partenze dalla stazione Tiburtina e da Monterotondo), Monterotondo FS-Fonte Nuova e Monterotondo FS-Santa Lucia e linea Palombara Sabina Roma, quest'ultima transitante per la frazione Santa Lucia
- **Corsi e Pampanelli** - Collega la frazioni Tor Lupara e Santa Lucia con Castelchiodato, Mentana e con Mezzaluna.



Immobilabile "A"

Il complesso commerciale è composto da 2 immobili, **A** e **B**
La planimetria dell'edificio **A** è così composta:

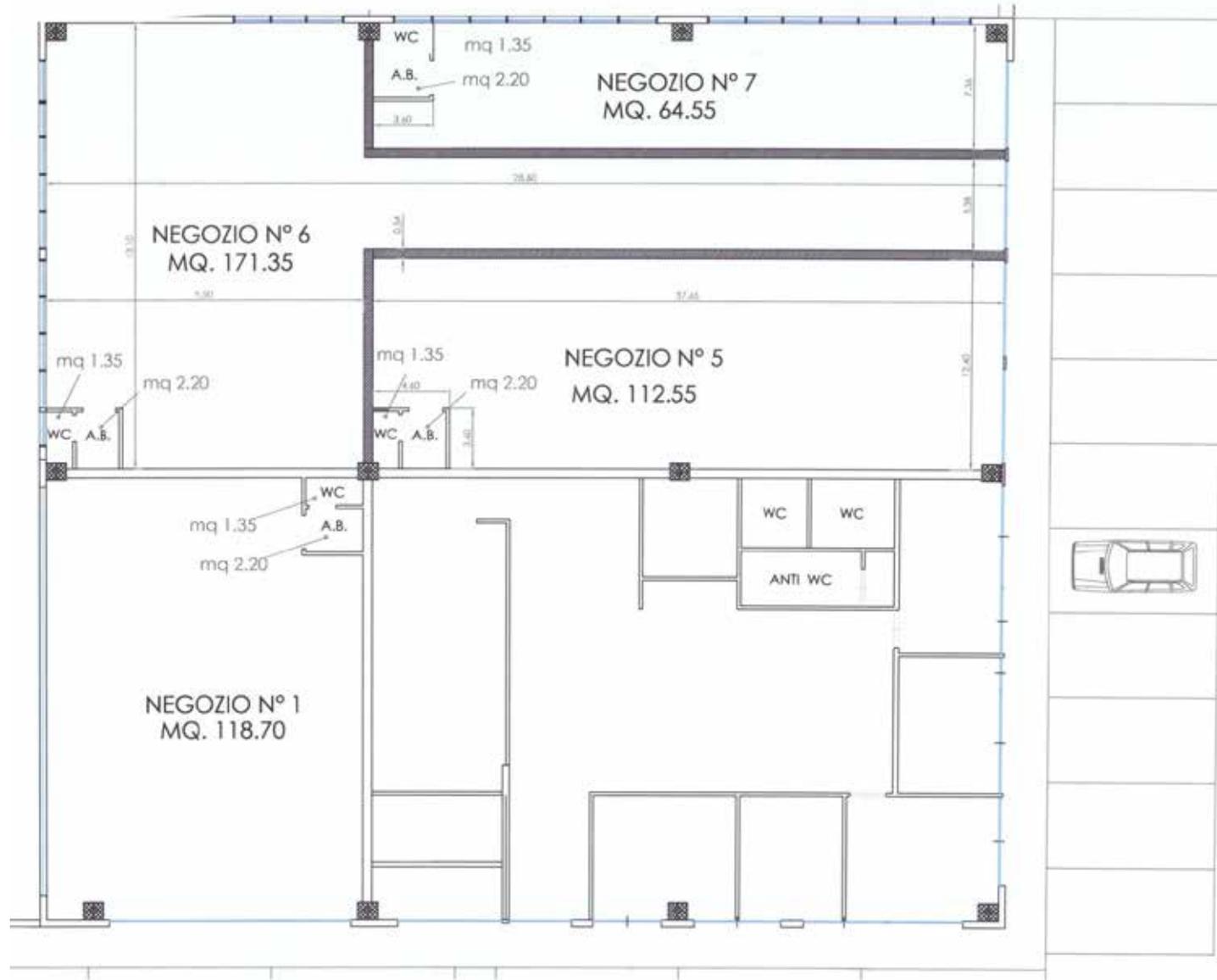
- Negozio n. 1 fronte via Nomentana, libero dal 31/05/15 (rivenditore autovetture)
- Negozio senza numero, libero, fronte Nomentana angolo via Monte Gentile, precedentemente occupato da agenzia Unicredit: a causa della nuova riclassificazione territoriale, con tagli orizzontali, è stata decisa la chiusura dell'agenzia in affitto ed accorpata con un'altra agenzia di loro proprietà sempre a Fonte Nuova.
- Negozio n. 5, libero mai affittato.
- Negozio n. 6, affittato recentemente ad una scuola di ballo, la quale ha richiesto un ampliamento
- Negozio n. 7, libero mai affittato.
- I negozi 5, 6 e 7 hanno l'entrata su via Monte Gentile.
- ***3 negozi potrebbero essere anche accorpati ottenendo una metratura complessiva di circa 500 MQ.***

DESCRIZIONE IMMOBILE "A"

localizzazione
Immobilie "A"



planimetria



immobile "A"



DESCRIZIONE IMMOBILE "B"

localizzazione
Immobilie "B"



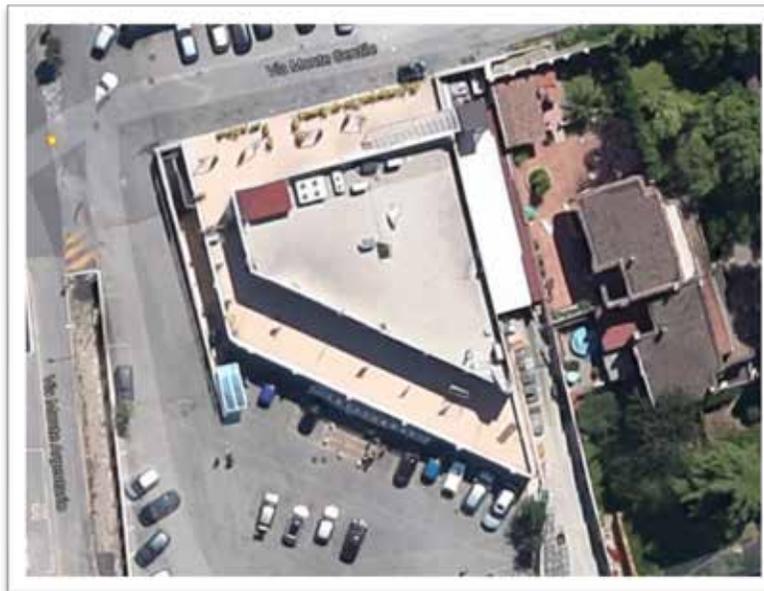
planimetria

La planimetria dell'edificio **B** è così composta:

- Il negozio, a forma di trapezio, ha una metratura di circa 260 mq. + una terrazza di 274 mq. ed una cubatura recentemente acquisita con piano casa, con idea di mettere copertura telescopica trasparente per poter sfruttare lo spazio esterno in periodi freddi (circa 100 coperti).
- La posizione è ideale per un'insegna della ristorazione nazionale di forte richiamo che attragga fino alle zone marginali del bacino di utenza.
- Entrata via Monte Gentile e accesso dal parcheggio sottostante di via Monte Argentario, dove è presente un supermercato **Super Elite** con una metratura di 695 mq. e 4 casse, (circa 800 scontrini al giorno per una media di 20€ ciascuno), ed un ampio parcheggio in utilizzo comune a tutti gli esercizi.

DESCRIZIONE IMMOBILE "B"

immobile "B"



Con riferimento all'incarico ricevuto di effettuare una ricerca di mercato sull'area avente coordinate Lat 12,6337672 Lon 42,0020586 a Fonte Nuova, Roma (RM).



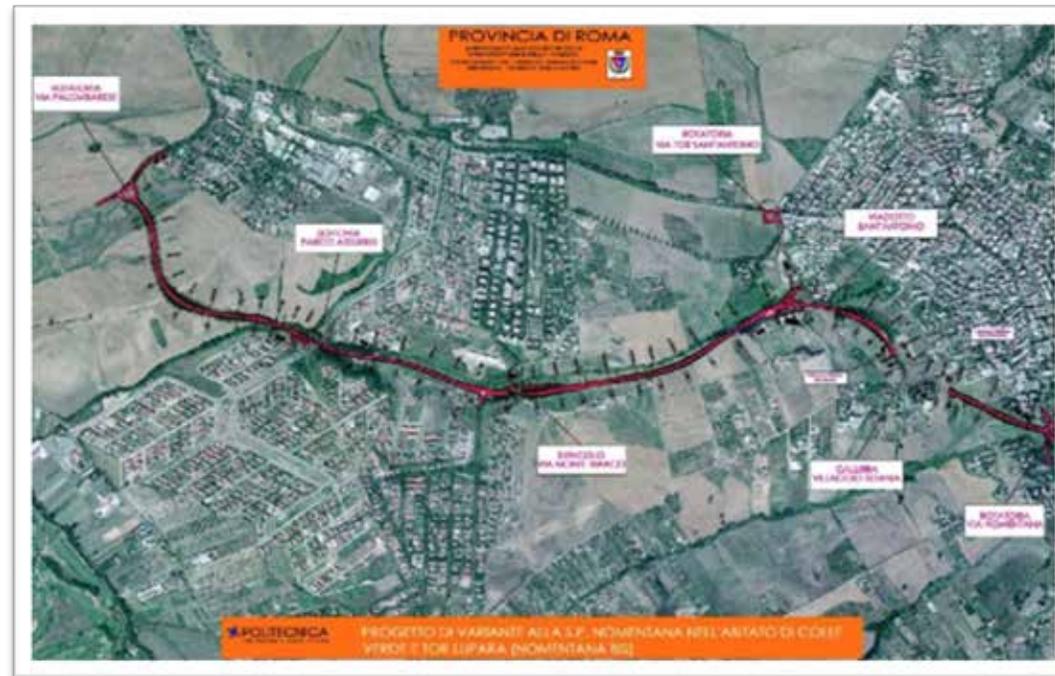
Abbiamo ritenuto opportuno strutturare il bacino di gravitazione dell'area di interesse, cioè l'area da cui si presume che la location in questione possa attingere in termini di attrattività in funzione di tre isocrone e in particolare:

- 5 minuti in auto
- 10 minuti in auto
- 15 minuti in auto

Nomentana Bis

La Nomentana bis si presenta come una moderna arteria, alternativa all'attuale tratto della Nomentana caratterizzato fino ad oggi da ingorghi quotidiani a tutte le ore del giorno, in particolare in prossimità dei centri abitati di Parco Azzurro, Colleverde e Tor Lupara.

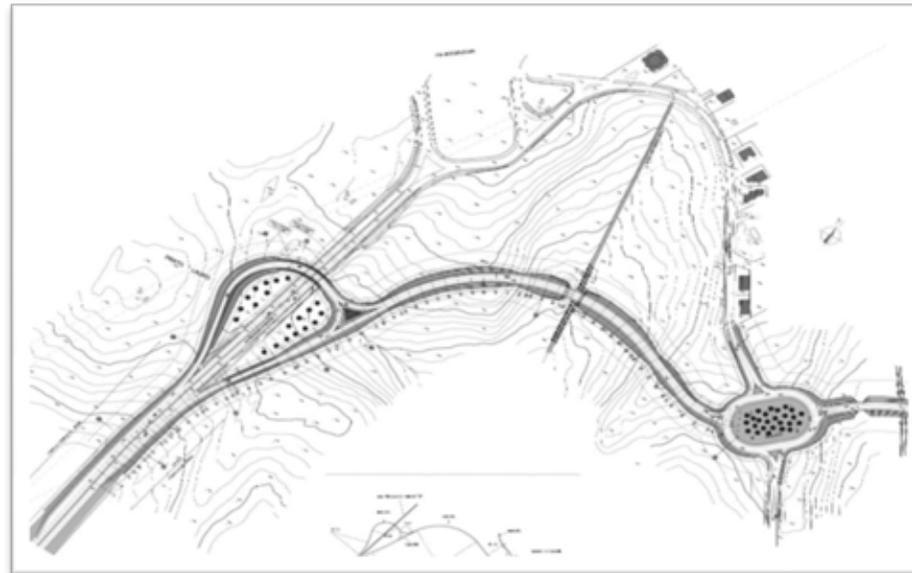
La nuova strada, quindi, libera questi quartieri dalla morsa del traffico - circa 20mila mezzi al giorno tra automobili e camion - che nelle ore di punta costringeva gli automobilisti a sopportare file estenuanti superiori anche a 40 minuti.



Nomentana Bis

Inoltre, la Nomentana bis dà un contributo determinante nel miglioramento dei collegamenti tra la Capitale e i residenti dell'area sabina, un bacino demografico cresciuto notevolmente negli ultimi anni fino a raggiungere circa 250 mila abitanti.

Larga 7 metri, 3,5 metri per ogni senso di marcia, l'arteria stradale ha due svincoli in corrispondenza di via Monte Bianco e di via Tor S. Antonio e attraversa la zona del Villaggio Betania in galleria (Colle Gentile) realizzata per ridurre l'occupazione dei terreni e attenuare i rumori in prossimità del centro abitato. Sono stati costruiti, inoltre, 3 viadotti, una galleria artificiale, 3 rotatorie, 3 sottopassi e 3 sottovia.





Data la prossima apertura del costruendo nuovo centro commerciale, che sicuramente impatterà in modo rilevante sull'attuale sistema distributivo alimentare, sarà necessario stabilire strategie commerciali difensive che garantiscano il corretto funzionamento della struttura oggetto di queste analisi.

Il primo punto da sviluppare è di formare per questa struttura un brand con attività gestite in modo unitario per rafforzare la sua attrattività sul territorio anche a mezzo di interventi di marketing comune volto a dare una precisa connotazione commerciale all'offerta.

In altre parole si rende necessario, da subito, porre in essere quel complesso di attività che hanno come finalità la definizione di progetti, programmi e strategie volte a garantire lo sviluppo ed una stabilità economica nel lungo periodo nonostante la futura concorrenza.

Sarà necessario il coinvolgimento degli operatori interessati per ottenere unità di intenti e poter attuare tutte le Iniziative di direct marketing (promotion), comunicazione ed animazione che avranno il compito di attuare le strategie individuate.

Di grande importanza sarà la “difesa” dell’attuale struttura alimentare presente, unico costante richiamo sul bacino di utenza.

Sarà anche importante ipotizzare l’inserimento di altre attività con forte attrazione, anche investendo sui canoni per i primi periodi di affitto o studiando sistemi legati all’andamento economico delle nuove attività.

Sarà inoltre opportuno studiare semplici interventi di riqualificazione strutturale per incrementare l’identità del complesso.

Elemento fondamentale sarà la futura commercializzazione degli spazi che dovrà essere studiata su di un lay out di forte impatto commerciale.

La visibilità ottimale dovrà essere incrementata e resa ancor più commerciale ed impattante di quella attuale.

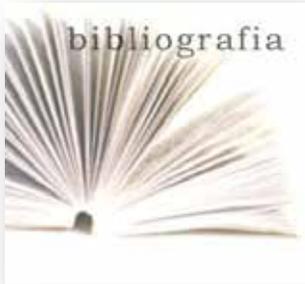
Le insegne delle attività dovranno essere rese ben visibili utilizzando sistemi e strutture adeguate.



In conclusione gli elementi attorno ai quali muovere la strategia commerciale sono:

- commercializzazione
- identità forte del complesso
- rafforzamento dell'impatto sul cliente potenziale
- marketing e comunicazione possibilmente con iniziative condivise con gli operatori
- grande attenzione al servizio del cliente ed alla sua accoglienza (indicazioni, wi-fi libero, pulizia costante, zone di sosta protette, attenzione ai bambini ecc.)
- "protezione" dell'attività del supermercato aderendo ad eventuali richieste di miglioramento delle condizioni di svolgimento della loro attività.

Creare i presupposti per un inserimento di un altro forte attrattore che sia commerciale o della ristorazione non fa grande differenza purchè il marchio sia davvero di forte richiamo.



Per realizzare l'analisi sono stati utilizzati dati interni BRD Consulting e le fonti sotto elencate:

- URBISTAT
- ISTAT
- PROVINCIA DI ROMA
- COMUNE DI FONTE NUOVA
- IMMAGINI GOOGLE MAPS

Fides Srl

Largo Spadoni - Rieti, 02100

Tel. 0746 218517 – Fax 0746 295872

info@brdconsulting.it

www.brdconsulting.it

www.geofranchising.it