

**STUDIO DI  
FATTIBILITA' PER  
BACINO DI UTENZA E  
CONCORRENZA A  
ORZINUOVI (BS)**

NOVEMBRE 2006

**CONSULENZA  
IN URBANISTICA COMMERCIALE**  
Ing. Tiziana BARDI



Sviluppo Intermediazione Immobiliare

**STUDIO DI FATTIBILITA' PER BACINO DI UTENZA E  
CONCORRENZA A ORZINUOVI (BS)**

<b>IL SITO</b>	<b>Pag.</b>	<b>3</b>
<b>1 - Le zone di attrazione</b>	<b>Pag.</b>	<b>5</b>
La catching area totale	Pag.	6
<b>2 - Caratteristiche del bacino di utenza</b>	<b>Pag.</b>	<b>8</b>
<b>3 - Viabilità e accessibilità</b>	<b>Pag.</b>	<b>13</b>
Accessibilità locale	Pag.	14
Strade provinciali e autostrade	Pag.	15
<b>4 - Concorrenza</b>	<b>Pag.</b>	<b>17</b>
Concorrenza locale	Pag.	18
I centri ed i parchi commerciali	Pag.	20
I cinema multisala	Pag.	22
Le medie e le grandi superfici	Pag.	25
<b>5 - Conclusioni</b>	<b>Pag.</b>	<b>26</b>

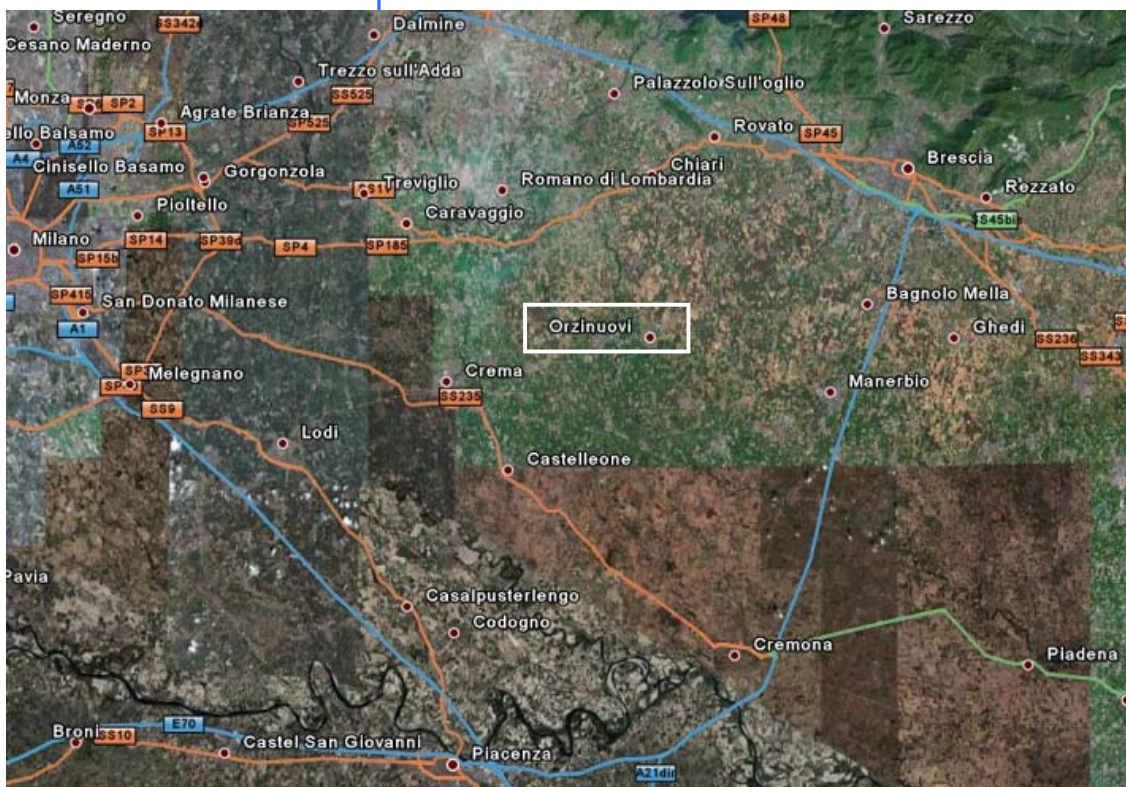
## IL SITO

Il sito di progetto per il futuro Parco Commerciale è localizzato nella zona nord est del comune di Orzinuovi, in un'area compresa fra la SP 235 e la Via Adua.

Zona agricola e artigianale di notevole importanza, questa parte del territorio è caratterizzata da una PMI diffusa: il target della popolazione è molto alto, con un reddito pro capite fra i più elevati della provincia.

L'ottima visibilità rispetto ad assi viari importanti (come la SP 235 e la SP 668) nonché l'importanza del comune di Orzinuovi a livello interprovinciale, danno al sito un notevole potenziale.

A conferma delle potenzialità della zona, Carrefour ha deciso di aprire la sua galleria commerciale nell'area limitrofa al progetto, dando così la possibilità di creare con il retail park un vero polo commerciale di rilievo.





L'idea che si sta sviluppando è di realizzare un Parco commerciale che possa utilizzare al massimo le caratteristiche del territorio.

Il progetto dovrà rispondere in primo luogo alle esigenze della popolazione locale e dell'hinterland ma con una capacità di attrazione intercomunale.

Il comune di Orzinuovi già attualmente registra due momenti di forte attrattiva durante l'anno: in occasione della Fiera Agricola (fine agosto) e nel periodo natalizio.

Il progetto sarà studiato in modo tale da svolgere un'attrazione costante, sempre garantendo una accessibilità ed una qualità di rilievo.

## **1- LE ZONE DI ATTRAZIONE**

## LA CATCHING AREA TOTALE

**Un bacino di  
utenza di rilievo:  
464.240 abitanti  
nei 30 minuti**

Il sito di Orzinuovi può beneficiare di una zona di attrazione globale molto vasta, grazie al territorio densamente popolato ed alle infrastrutture viarie che ne garantiscono una rapida accessibilità.

zona di attrazione	popolazione residente
0-10 min	55.100
10-20 min	136.190
20-30 min	273.950
<b>Totale</b>	<b>464.240</b>

### **Zona 1 (0-10'):**

è il territorio che comprende il comune di Orzinuovi ed i comuni limitrofi al sito di progetto, raggiungibili in breve tempo grazie all'ottima accessibilità lungo gli assi della SP 235 e della SP668.

### **Zona 2 (10' - 20'):**

è la zona che si estende lungo il territorio delimitato:

- a est dalla provinciale 45 bis per Brescia
- a nord dalla ferrovia e dalla strada Chiari - Travagliato
- a ovest dal fiume Serio
- a sud dalla ferrovia e dalla 45 bis

### **Zona 3 (20' - 30'):**

La zona di attrazione a 30 minuti è caratterizzata dalla presenza di comuni di 3 province: Brescia, Bergamo e Cremona.

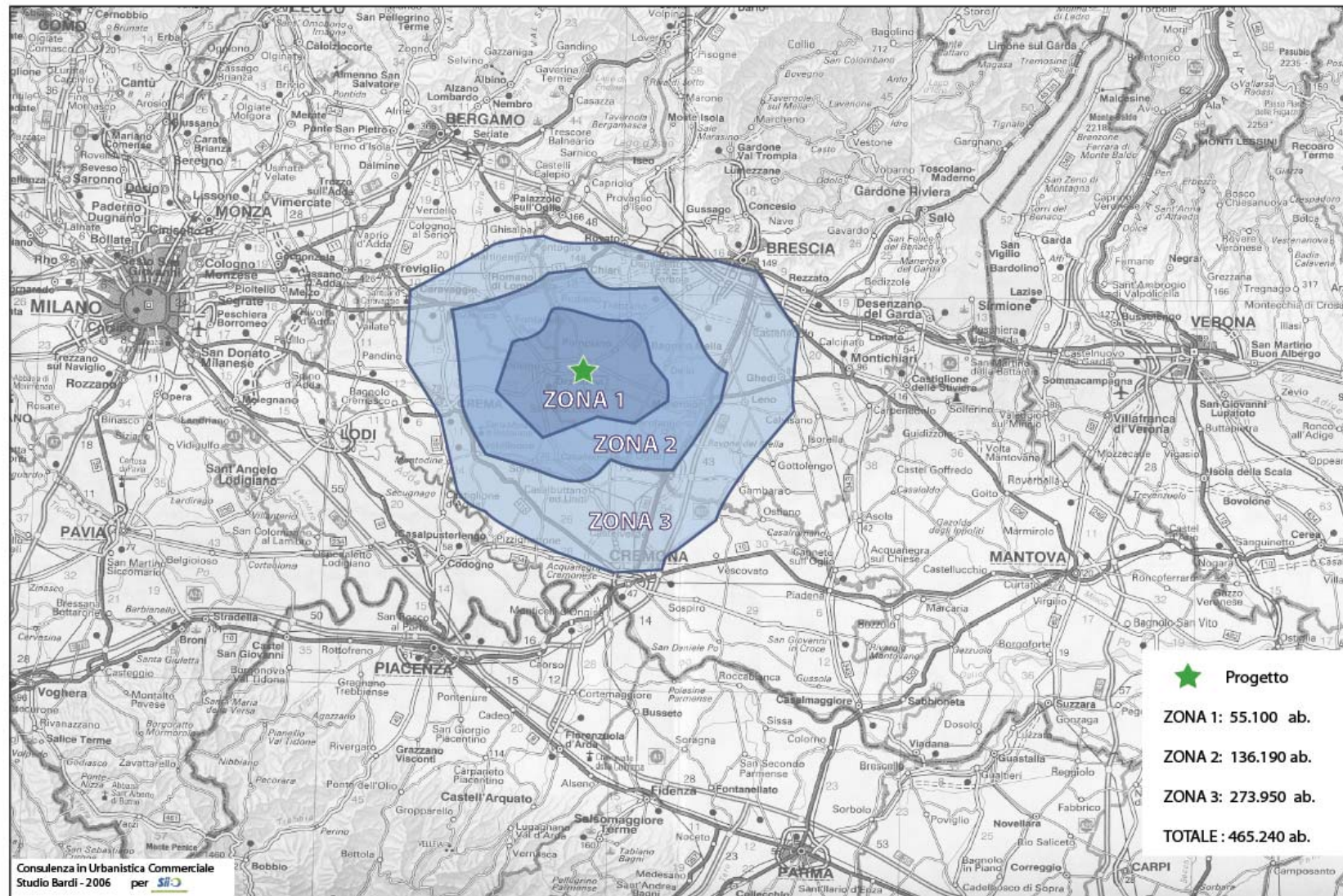
Per motivi di coerenza con i calcoli delle precedenti zone, nonostante le infrastrutture della zona lo permettessero, ci si è fermati al limite delle città di Brescia e di Cremona, tenendo conto delle difficoltà di attraversamento delle stesse e dei tempi di percorrenza delle strade cittadine. È stato inserito solo il 50% degli abitanti di Crema, sempre per le stesse ragioni.

La zona 3 è così caratterizzata:

- a nord è delimitata dalla provinciale 11
- a ovest dalla ferrovia e dalla SP 591
- a sud dal comune di Cremona
- a est dai comuni di Ghedi - Castenedolo

# ORZINUOVI

TOTAL CATCHING AREAS: 465.240 ab.



## **2 – CARATTERISTICHE DEL BACINO D'UTENZA**



Il bacino di utenza è stato suddiviso in sottozone, al fine di comprendere in maniera più approfondita le caratteristiche di ogni sua parte.

Le sottozone sono state così ripartite:

**ZONA 1:**

<b>zona B1</b>	<b>42.288</b>	di cui:
Orzinuovi	11.175	
ambito 8	15.401	
ambito 6	12.552	
ambito 7	3.160	
<b>zona C1</b>		
	<b>11.749</b>	
<b>zona BG1</b>		
	<b>1.063</b>	
<b>TOTALE</b>	<b>55.100</b>	

La B1 è costituita dal territorio della provincia di Brescia, caratterizzata dalla presenza del comune di Orzinuovi che nei 5' rappresenta più di un quarto della popolazione.

La zona C1 è il territorio della provincia di Cremona, dove il comune di maggior rilievo è Soncino.

La zona BG1 è la meno estesa e rappresenta il territorio della provincia di Bergamo, caratterizzato in questa parte da vaste zone agricole.

**ZONA 2:**

<b>zona B2</b>	<b>91.548</b>	di cui:
zona nord	38.449	
zona est	18.119	
zona sud	34.980	
<b>zona C2</b>		
	<b>24.367</b>	di cui:
zona sud	14.425	
zona ovest	9.942	
<b>zona BG2</b>		
	<b>20.275</b>	
<b>TOTALE</b>	<b>136.190</b>	

Per quanto riguarda la zona 2 è importante sottolineare l'importanza dei distretti industriali ad essa legati, che fanno di questa area uno dei poli più importanti della PMI. Più nel dettaglio possiamo vedere come la zona B2 rappresenti in popolazione il territorio maggiormente abitato, con due poli di riferimento importanti quali Manerbio e Chiari.

La zona C2 trova nel comune di Soresina il polo di maggiore densità abitativa ed il restante territorio è in prevalenza agricolo.

La zona BG2 è meno vasta di quella precedentemente analizzata, ma grazie alla presenza di alcuni comuni (come Mozzanica, Antegnate, etc.) raggiunge una popolazione pari a quelli della zona C2.

### ZONA 3:

<b>zona B3</b>	<b>159.198</b>	di cui:
zona nord	92.298	
zona est	66.900	
<b>zona C3:</b>		
	<b>68.863</b>	di cui:
zona sud	29.242	
zona ovest	23.121	
50% Crema	16.500	
<b>zona BG3</b>		
	<b>45.889</b>	
<b>TOTALE</b>	<b>273.950</b>	

La zona 3, come anticipato in precedenza, è fortemente caratterizzata dalla vicinanza di grandi capoluoghi di provincia, quali Cremona e Brescia, che attirano insediamenti abitativi di notevole importanza.

Possiamo riassumere le caratteristiche come segue:

- zona B3: è una parte del territorio molto vasta, caratterizzata dalla presenza dell'autostrada Milano-Brescia e Brescia- Cremona. Da sola copre più della metà degli abitanti di tutta la zona 3.

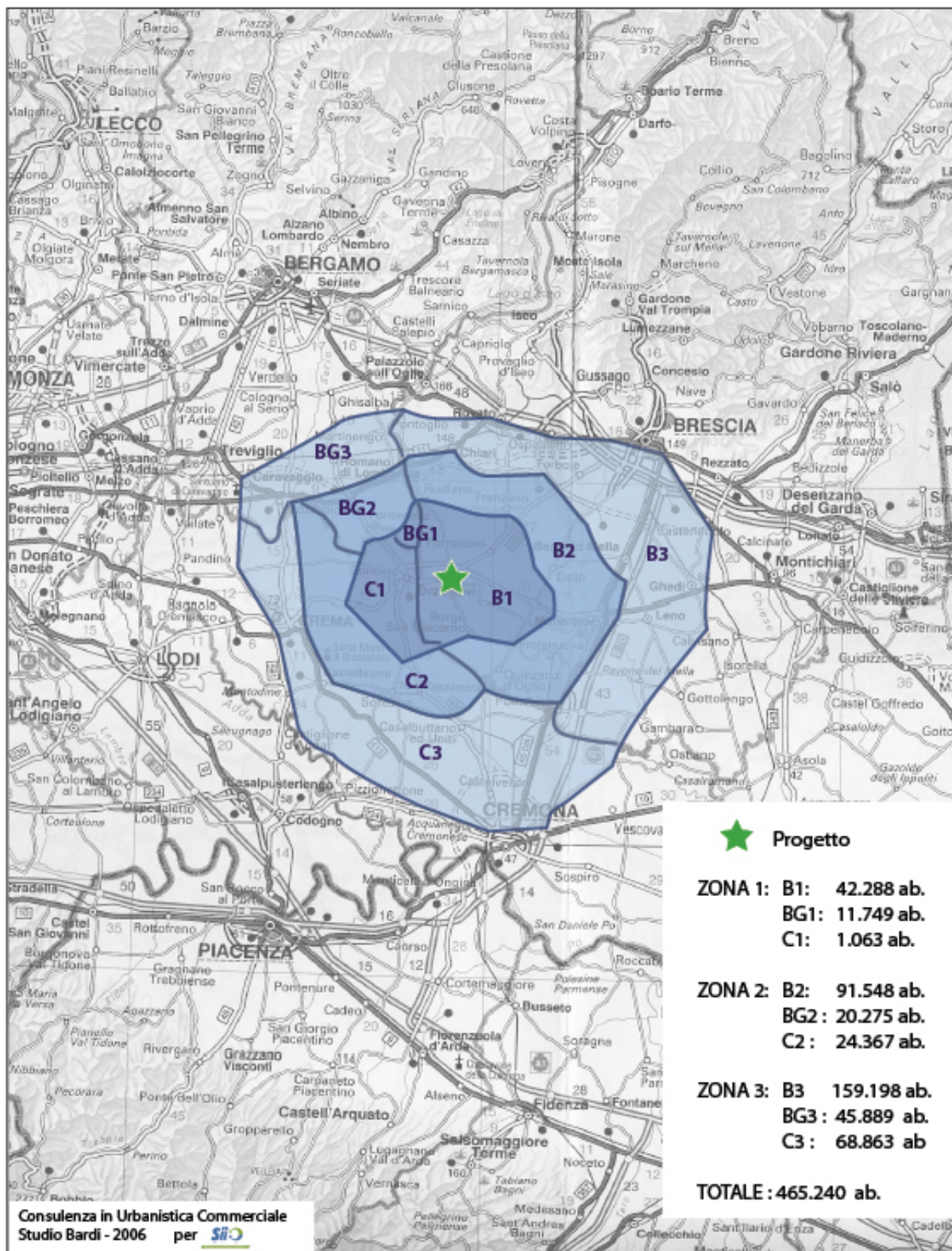
- zona C3: è la zona servita dalla SP 415 e limitrofa al comune di Cremona. Un terzo del bacino di utenza è rappresentato dalla popolazione della città di Crema
- zona BG3: è una piccola parte del territorio bergamasco, ma come evidenziato dalla tabella, è una zona densamente popolata. Il comune di riferimento è Romano di Lombardia.

### **CONCLUSIONI**

Il bacino di utenza del sito è di **forte rilievo**: circa 465.000 abitanti nei 30' minuti rappresenta un punto importante per lo sviluppo di progetti commerciali di una certa dimensione.

# ORZINUOVI

TOTAL CATCHING AREAS: 465.240 ab.



### **3 – VIABILITA' E ACCESSIBILITA'**

## Accessibilità locale

L'accessibilità all'area è garantita dalla via Adua che collega direttamente l'uscita "Orzinuovi Nord" della strada provinciale 235 (una corsia ma con traffico a scorrimento veloce) con il centro cittadino (circa 1 km).

Inoltre la Via Adua incrocia, proprio nei pressi della piazza del Castello di Ozinuovi (l'anticamera del centro paese), la Via Francesca, che incanala il flusso di traffico proveniente dallo svincolo "Orzinuovi Centro" sempre della SP 235.



- Via Adua -

La via Adua è una direttrice ad una sola corsia, ma priva di incroci regolati da semafori.

Il traffico risulta scorrevole, anche grazie a due rotatorie che permettono l'accesso a dei controviali dove è possibile accedere alle aree commerciali esistenti.

L'accessibilità al cuore del sito è garantita da Via Lombardia.



-via Lombardia -

## Strade provinciali e autostrade

Tre sono gli assi viari principali a livello intercomunale:

- strada "**Cassanese**": seguendo l'asse ovest-est questa strada collega Milano a Brescia (con una biforcazione verso Bergamo)
- strada "**Rivoltana**": sempre lungo l'asse ovest- est collega Milano a Brescia, incontrando la Cassanese a livello di Mozzanica
- strada "**Paullese**" : direttrice ovest- sud, collega Milano a Cremona

E' da questi tre assi che si diramano le strade provinciali che servono il sito, nel dettaglio:

- **SP 235**, Mozzanica - Brescia
- **SP 668**, in direzione Manerbio
- **SP 498**, in direzione Cremona

Le prime due provinciali (ovvero la sp 235 e la sp 498) contornano il sito a nord e a est.

Per quanto riguarda la rete autostradale il sito si trova al centro del quadrilatero Milano - Bergamo - Brescia - Cremona.

Due i caselli di più facile accesso:

- Manerbio
- Brescia ovest

### CONCLUSIONI

Il sito è dotato di un'ottima accessibilità locale e provinciale: grazie ad un sistema di strade provinciali e di arterie comunali si può raggiungere il terreno del progetto in tempi ridotti .

I caselli autostradali di Manerbio e di Brescia Ovest completano l'offerta infrastrutturale garantendo al sito l'accessibilità dalle autostrade A4 e A21.

### IMPORTANTE:

La via Adua è la principale direttrice dallo svincolo della SP 235 al sito: questa strada serve già le MS che sorgono ai suoi lati, il c.c. di Metalmark - Carrefour ed il centro cittadino: sarebbe auspicabile alleggerire i flussi presenti su questo asse **creando una nuova uscita** che serva direttamente via Lombardia, in modo tale da distribuire il traffico su più arterie.

# SITE ACCESSIBILITY





## 4 – CONCORRENZA

## Concorrenza a livello comunale

Nelle immediate vicinanze dell'area si trovano due centri commerciali: uno di medio/grandi dimensioni Metalmark (circa 8.000 mq) e uno di piccole dimensioni, Italmark, dove accorpato si ha anche un negozio di elettrodomestici, Hi-Fi ed elettronica, una piccola aggregazione di attività commerciali nel punto di incontro tra la Via Adua e la Via Francesca, un'attività commerciale specializzata (Supermercato del dolce), un'enoteca e un negozio di scampoli.

A completare l'offerta locale vi sono alcuni supermercati o discount, come il D più in viale Piave, il Lidl in fondo a viale Adua verso il centro ed il Famila in Via Raffaello Sanzio.

## Nuove aperture a livello locale

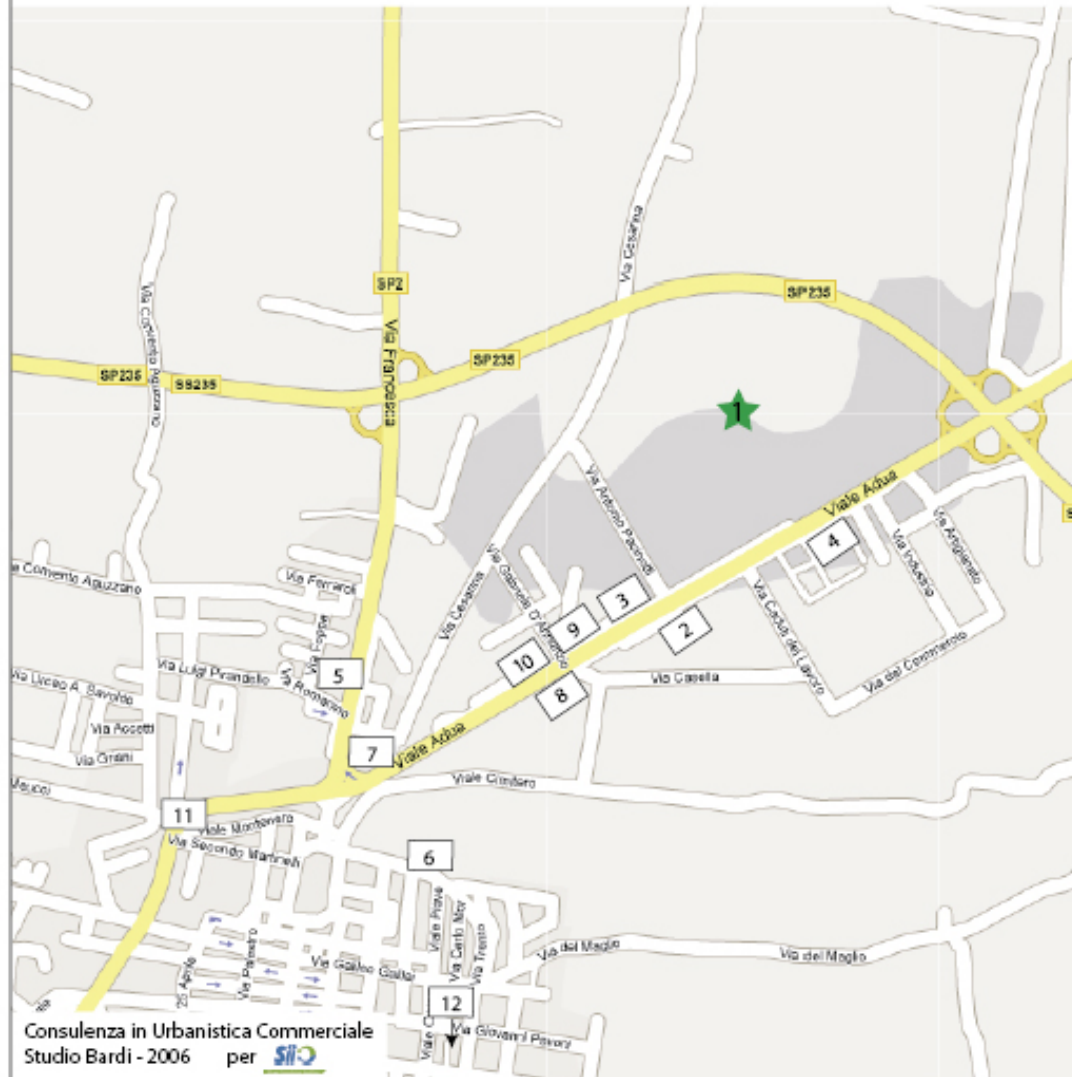
Nell'area dove sorge il centro Metalmark si sta insediando una nuova **galleria Carrefour**, caratterizzata da:

- un ipermercato Carrefour di 5.000 mq di vendita
- una galleria commerciale di 65 negozi
- 4 MS di vendita

Questo nuovo insediamento sarà raggiungibile da Via Caduti del Lavoro e da Via Casella, con un parcheggio localizzato proprio sulla Via Casella. Al momento non è ancora stato previsto alcun legame con il nuovo sito in progetto del Retail Park, ma in futuro non è da escludere questa ipotesi.

La creazione di questo centro sull'area di Orzinuovi non può che rinforzare l'area e rappresenta un buon veicolo pubblicitario per far conoscere la zona anche a livello internazionale. Per quanto riguarda il Retail Park, che non prevede grandi superfici di vendita alimentari, questa realtà rappresenta il completamento dell'offerta, più che un reale competitor.

## SITE LOCATION



### SUPERFICI COMMERCIALI DEL TERRITORIO COMUNALE

- 1 Progetto Retail Park
- 2 Metalmark/ nuova apertura C.C. Carrefour  
(via Adua 36), nel dettaglio:  
45.000 mq di SLP  
65 negozi - 4 MS  
5000 mq superfici di vendita - Carrefour
- 3 Lekkerland - Sereni dolciaria
- 4 Prandelli enoteca
- 5 SMA (via Francesca 4)
- 6 D Più discount (viale Piave 19)
- 7 Attività commerciali - Leon Market
- 8 Enoteca
- 9 Scampoli
- 10 Italmark + Supermedia (via Adua 35)
- 11 Lidl (via Adua 9/11)
- 12 Famila (via Raffaello Sanzio)

## I CENTRI ED I PARCHI COMMERCIALI ESISTENTI

La zona in analisi vede numerose presenze di centri commerciali, parchi retail e Multisala, proprio in relazione alla densità di popolazione del territorio e del target medio-alto presente.

Vediamo nel dettaglio la situazione attuale per quanto riguarda i centri ed i parchi commerciali:

- **c.c. Bennet di Cadignano di Verolanuova**

Nuova apertura, con un Bennet e una galleria di ipermercato

- **c.c. retail Park Campogrande**

È un centro prossimo alla città di Brescia, caratterizzato da 8 MS, fra cui Leroy Merlin e Trony. Ha sofferto negli ultimi anni di una difficile accessibilità a causa della mancanza di uno svincolo ad esso dedicato

- **c.c. Le Rondinelle**

Legato ad una galleria di ipermercato Auchan offre 65 negozi e 6 MS. Il target è medio.

- **c.c. Cortefranca**

un ipermercato Famila, 3 MS e 60 negozi. Questo centro commerciale soffre della presenza del vicino c.c. le Portefranche.

- **c.c. Le Porte Franche**

Questo centro commerciale offre un ipermercato il Gigante, 8 MS e 96 negozi. È caratterizzato da un buon allestimento e da un'offerta di qualità

- **c.c. Le Acciaierie**

Ipermercato Bennet, 170 negozi questo centro ha un'architettura curata nei dettagli, è ampio, il layout è ben studiato. Si rimane fiduciosi per la realizzazione della bretella BreBeMi, che farà incrementare ulteriormente le buone presenze già esistenti ed il fatturato.

- **c.c. Gran Rondò**

un Ipercoop ed una galleria d'ipermercato completano l'offerta di questo centro che ha una buona attrazione locale.

## I PROGETTI

Di rilievo i progetti presenti nel territorio analizzato, sia per taglia che per localizzazione. Nel dettaglio:

### in zona 2

- c.c. Antegnate

localizzato all'entrata di Antegnate in provenienza da Milano lungo la Rivoltana, il progetto presenta al suo interno un ipermercato di 12.000 mq (sembra essere un Carrefour, che però è in diretta concorrenza con quello vicino a Metalmark) e 110 negozi. Questo centro darà sicuramente fastidio alle "Acciaierie", sarà meno in concorrenza con il sito di progetto proprio per la tipologia di offerta presente.

### In zona 3:

- **c.c. Stadium**

è concepito come un centro polifunzionale, dove saranno presenti attività leisure, un ipermercato di 12.000 mq, 200 negozi, ristoranti, teatri. Il suo diretto concorrente è Freccia Rossa o lo stesso centro città di Brescia

- **c.c. Freccia Rossa**

è una riqualificazione di quartiere che prevede la creazione di un centro commerciale dotato di una media superficie alimentare Pam, 4 MS e un centinaio di negozi, più una multisala ed una palestra.

- **c.c. Porta Nova**

è un nuovo quartiere semicentrale con un ipermercato Famila, 1 MS ed una quarantina di negozi

- **c.c. Cremona**

è un progetto che prevede un Ipercoop di 9000 mq ed una galleria commerciale

- **Retail Park Roncadelle**

## I CINEMA MULTISALA ESISTENTI

Sono molti i multisala individuati nella terza zona del bacino di utenza, ma NESSUN multisala esistente è stato riscontrato in zona 1 e 2 .

Procediamo ora con il dettaglio:

- **Multisala Porta Nova**

5, sale, di recente apertura, si localizza nel tessuto cittadino di Crema

- **Multisala il Borgo**

6 sale, si trova a Romano di Lombardia

- **Multisala Le Porte Franche**

6 sale, è parte integrante del centro commerciale

- **Multisala Nexus**

8 sale, è parte del centro commerciale Le Torbiere - Cortefranca

- **Multisala Oz**

10 sale, si trova in centro a Brescia

## I CINEMA MULTISALA IN PROGETTO

Ai multisala esistenti se ne affiancano altri due in progetto :

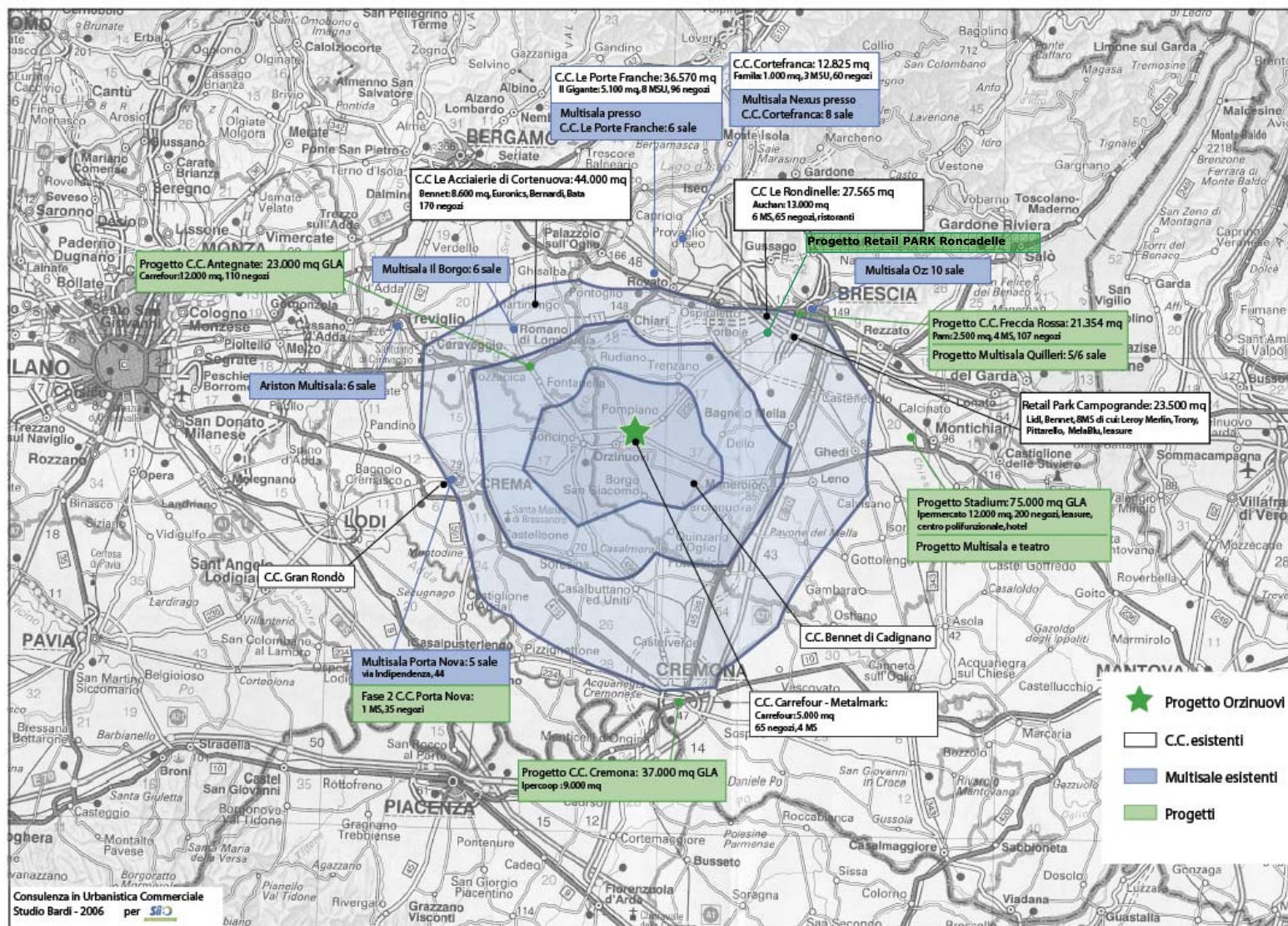
- **Progetto Multisala Quilleri**

5/6 sale, all'interno del progetto del c.c. di Freccia Rossa, in centro città di Brescia

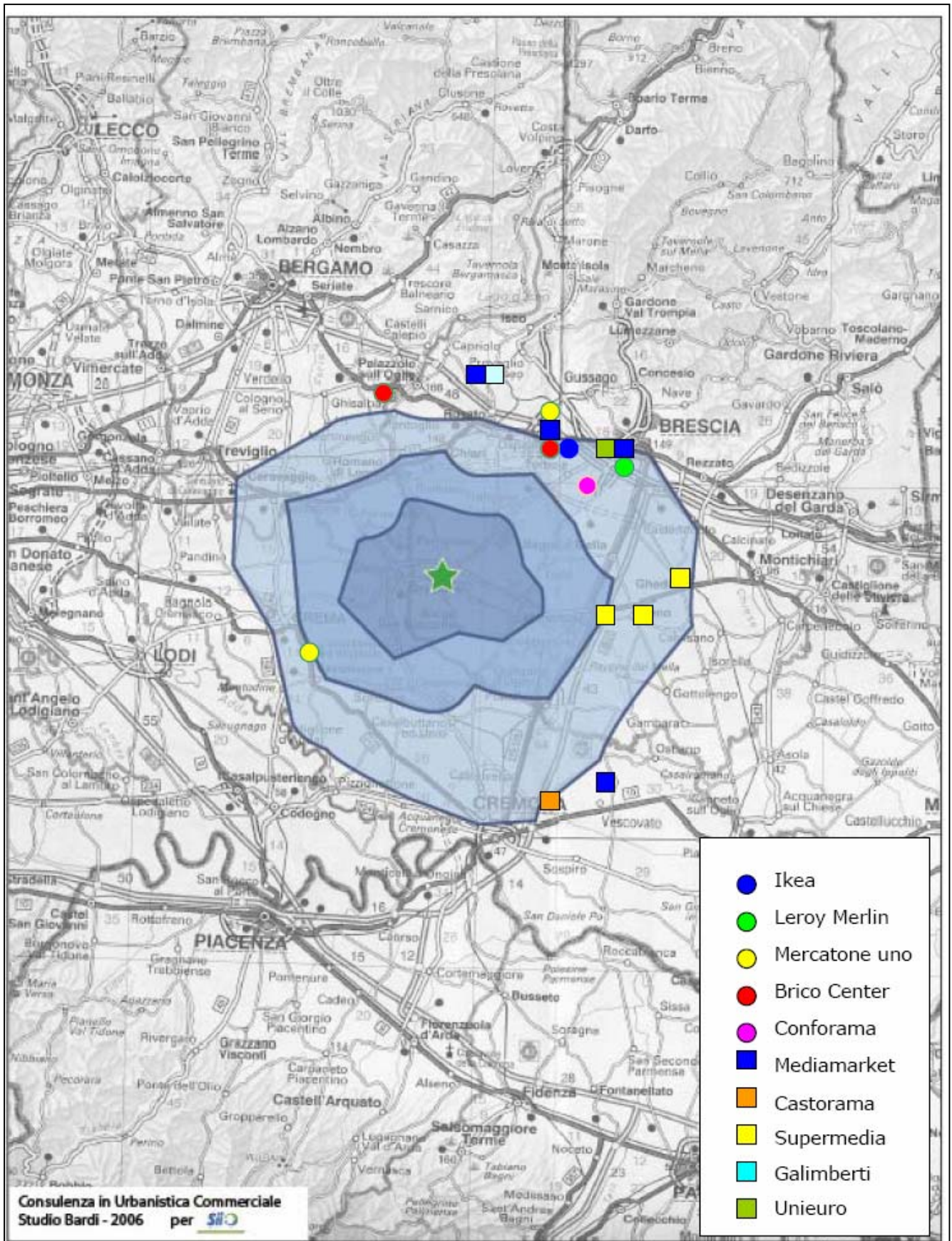
- **progetto Stadium**

multisala inserito nel progetto di centro multifunzionale con teatro, stadio, campi sportivi, centro commerciale che sorgerà nella zona di Brescia est , fra la SP 19 e l'aeroporto

## MAIN COMPETITORS



# MEDIE E GRANDI SUPERFICI





## MEDIE E GRANDI SUPERFICI

Ampia la presenza di medie e grandi superfici nell'area in analisi, in particolar modo nella zona 3 nella provincia di Brescia.

Dalla cartina qui riportata si può notare come nel comune di Brescia e limitrofi si concentrino la maggior parte delle medie e grandi superfici.

Nel dettaglio possiamo notare alcune grandi superfici di vendita, come:

- **Ikea**, nella zona sud - ovest del territorio di Brescia
- **Leroy Merlin**, sempre nella zona sud, lungo l'autostrada
- **Conforama**, sempre a sud di Brescia, ma un po' più distaccato dagli altri
- **Mercatone Uno**, al limite della zona 2-3 a sud- est di Crema
- **Castorama**, a Cremona

Sono state rilevate poi alcune medie superfici (dai 1000 ai 2500 mq di vendita) nel campo del bricolage, hi-fi, elettrodomestici, come:

- **Brico Center**, presente con due punti nella provincia di Brescia
- **Unieuro**, con un punto vendita nella zona sud di Brescia
- **Supermedia**, presente con più punti all'est della provincia
- **Mediamark**, presente in particolar modo nell'area intorno a Brescia

## **5 – CONCLUSIONI**

## QUALCHE RIFLESSIONE SINTETICA

Dopo un'approfondita e dettagliata analisi dello studio di fattibilità per il bacino di utenza e concorrenza nel Comune di Orzinuovi e dei comuni limitrofi, ben identificati nelle zone 1 - 2 e 3, si possono trarre le seguenti conclusioni:

- a) ampio bacino di utenza supportato da ottimi ed abbondanti assi viari con un'eccellente visibilità ed una buona accessibilità, che si migliorerà in tempi brevissimi con delle rotatorie e comunque prima dell'apertura del Parco Polifunzionale.  
Tale Parco vuole essere fortemente caratterizzato da un'impronta ludico-ricreativa, con l'inserimento di attività di ristorazione, sale giochi, bowling e multisala completamente assenti in zona 1 e 2 creando così un polo d'attrazione all'interno del Parco Polifunzionale.
- b) la posizione baricentrica alle tre città (Brescia - Crema - Cremona) fa sì che Orzinuovi sia proiettata a crescite importanti, orientandosi in una direzione più completa che integra una vena ludico - ricreativa - commerciale - alberghiera - terziaria, sempre mantenendo le sue caratteristiche di richiamo per agricoltori e produttori (fiera d'Agosto, animata da trattative con rituali tradizionali ancora piacevolmente perpetrati).

### **IN CONCLUSIONE:**

Vista l'analisi di concorrenza si ritiene possibile realizzare un Parco Polifunzionale che si ipotizza possa comprendere una molteplicità di attività, qui di seguito elencate:

#### ➤ ***ludico-ricreativa:***

- multisala: con primario operatore che possa garantire un ottimo livello gestionale e di servizio, equipaggiato dalle migliori attrezzature audio-video, con 7 sale, per 1.300 posti a sedere;
- bowling, con la previsione di 10 piste ben assistite;
- sala giochi, con un *lay out* interno arricchito da un'offerta polivalente di giochi ad alta tecnologia orientati a soddisfare tutte le fasce di età: dal bimbo all'adulto.

- Ristorazione, con un'ampia scelta di locali sia di cucina regionale, nazionale che multietniche ( sushi, messicano, argentino...), nonché un *fast food* a presenza mondiale.

➤ **commerciale:**

- nr. **6 medie strutture di vendita**  
Dall'analisi del bacino di utenza si evince che vi è la possibilità di inserire delle M.S. che completino il servizio all'utente, senza entrare in concorrenza con le realtà limitrofe, ma incrementando in modo intelligente il polo commerciale che vede già la presenza di due realtà esistenti (Carrefour, Italmark).

- **Piccole superfici di vendita**

E' prevista una porzione immobiliare da adibire ad una **quarantina di negozi** di varie categorie merceologiche, con retail di importanza nazionale e di indipendenti che possano offrire prodotti tipici locali.

➤ **terziario:**

- palazzine di uffici per tutte le attività di servizio tecnico-amministrativo e finanziario, nonché medico, di cura ed attenzione alla persona (dentisti, medici associati...), **serviti** da un istituto di credito primario.

➤ **alberghiero:**

motel / hotel che possa soddisfare tutte le richieste del territorio, con stipulazione di convenzioni e/o quanto altro utile al buon esito della gestione.

Per quanto riguarda la parte commerciale



nostra partner, seguirà la promozione, grazie agli innumerevoli contratti esistenti e sottoscritti con i vari Franchisor che propongono le soluzioni più innovative permettendo soprattutto ai giovani ed alle famiglie residenti nel Comune di Orzinuovi e/o nel territorio limitrofo, di diventare imprenditori.

Basandosi su una struttura organizzativa di produzione e commerciale che garantisce un sicuro successo gestionale con un minimo rischio,



è in grado di supportare la gestione del centro con una serenità operativa costante e programmata, cadenzata da eventi costanti di attrazione al Parco.

E' chiaro che anche queste realtà saranno assortite e diversificate in uno spirito sia di non concorrenzialità che di gamma di scelte offerte al pubblico.

## **ANNESSO**

Caratteristiche della popolazione delle zone di attrazione

**Ripartizione per classi d'età**

## Zona 1

La composizione demografica della zona di attrazione può essere definita nel dettaglio come segue:

La zona 1 è fortemente caratterizzata dalla sottozona B1, identificata con il **distretto di Orzinuovi** ed i suoi comuni limitrofi. Dato importante di questa zona è **l'elevata percentuale di giovani** (15-29 anni) presente nella zona, pari ad un **21%** sul totale della popolazione.

A questo dato si deve abbinare una percentuale poco elevata di popolazione dall'età superiore ai 64 anni ( 9 e 7%), che rende questa zona fra le più giovani ed attive di tutta l'area di attrazione (basti confrontare le cifre con i dati della provincia (11% per i residenti di più di 65 anni, 15% per la popolazione fra i 15 ed i 29- dati Istat e provincia di Brescia).

Per quanto riguarda la zona BG1 e C1 (rispettivamente nella provincia di Bergamo e Cremona) si può rilevare una certa coerenza nella ripartizione demografica, con una maggiore presenza di attivi (40-64 anni) rispetto alla zona B1. Dai dati demografici emerge anche una percentuale di riguardo di ultrasessantenni, ma essendo la popolazione delle zone BG1 e C1 meno di un terzo della popolazione della zona B1 incide in maniera minima sulla tendenza globale della zona 1 totale.

Zona 1	0-4	5-14	15-29	30-39	40-49	50-64	65-74	+ 75	totale
B1(Orzinuovi e limitrofi)	5	9	21	17	14	18	9	7	100 %
BG1	4	6	16	15	16	19	12	12	100 %
C1	4	7	15	15	15	20	12	12	100 %

### Conclusioni per la zona 1:

per quanto riguarda la zona primaria si ha un bacino di utenza caratterizzato da una popolazione giovane ed attiva di forte presenza (21% e 49% del totale).

Questo dato, da un punto di vista statistico, rappresenta un fattore molto positivo per l'area in analisi, che potrà vedere sviluppati fra le sue attività esercizi legati ad un target giovane proprio della zona dei 10 minuti.

## Zona 2

Per quanto riguarda la zona 2 abbiamo due zone dalla tendenza simile, la zona B2 e la zona C2: le due zone rispecchiano la tendenza della zona B1, con una notevole presenza di giovani e attivi.

La zona BG2, nella provincia di Bergamo, ha invece una tendenza differente, caratterizzata da una forte presenza di ultrasessantenni (25% ), come peraltro già riscontrato nella prima zona per la stessa area provinciale.

Anche in questo caso però la popolazione presente sulla zona BG2 rappresenta un quinto della popolazione della zona secondaria, influenzando di poco la tendenza generale dell'area.

Zona 2	0-4	5-14	15-29	30-39	40-49	50-64	65-74	+ 75	totale
B2	5	9	19	18	14	19	10	6	100 %
BG2	4	7	15	15	16	19	13	12	100 %
C2	5	9	16	17	15	20	10	8	100 %

### Conclusioni per la zona 2:

la zona 2 segue la tendenza della zona 1, con una popolazione giovane ed attiva di rilievo rispetto al totale dei residenti.

È da evidenziare come la tendenza ad avere la zona in provincia di Bergamo come l'area caratterizzata da un target meno giovane si ripresenti anche in zona 2: questo può già dare una prima spiegazione del perché le attività commerciali presenti in questa zona abbiano scelto animazioni quali il ballo e l'intrattenimento musicale il sabato e la domenica (vedi Centro commerciale le Acciaierie).

Se si vuole captare questa parte di popolazione si dovrà pensare quindi, all'interno del progetto, ad attività dedicate a questa tipologia di utenza.



### Zona 3

La zona terziaria raggruppa le aree delle tre province più caratterizzate dalla presenza dei capoluoghi (Brescia e Cremona in particolar modo).

Nonostante questa distanza geografica fra le varie aree, si può rilevare una tendenza simile nelle zone B3 e C3, con qualche differenza:

ad esempio, si riscontra una percentuale del **21%** di popolazione **fra i 50 ed i 64 anni** nella provincia di Cremona (concentrati perlopiù nel comune di Crema) bilanciata da un **18% di giovani** compresi fra i 15 ed i 29 anni, o l'aumento della popolazione ultrasessantenne nella zona di Brescia (21% su una percentuale fino ad ora del 16%).

La zona di Bergamo segue la tendenza fino ad ora percepita, mantenendo un 25% di popolazione ultrasessantenne su valori medi di popolazione attiva.

Zona 3	0-4	5-14	15-29	30-39	40-49	50-64	65-74	+ 75	totale
B3	5	8	15	17	15	19	11	10	100 %
BG3	4	7	15	15	14	20	13	12	100 %
C3	4	9	18	17	15	21	10	6	100 %

#### Conclusioni per la zona 3:

La zona 3 è rappresentata da tre sottozone abbastanza omogenee nella ripartizione per classi d'età, con una buona presenza di giovani ed attivi nelle aree del territorio provinciale di Brescia e Cremona.

Questo dato è leggermente inferiore alle precedenti zone, ma si deve tener conto del fatto che ci si avvicina al capoluogo di provincia, con la normale concentrazione di popolazione più anziana residente.

**NOTA:** i dati riportati in questo capitolo sono elaborazioni delle cifre fornite da Istat (censimento 2001, aggiornamento 2004), provincia di Brescia, Bergamo, Cremona (dati 2005, aggiornamenti 2006), Asl ed altre fonti online.