

**Autostrada Pedemontana Lombarda**  
**L'opera e il territorio**

**14/7/25**

**PALAZZO  
LOMBARDIA  
SALA BIAGI**

**Abstract**  
**Ricerca Analytics Arts**

**Autostrada  
Pedemontana  
Lombarda  
tra territorio e utenti**



Analytics  
Arts

In collaborazione con



Regione  
Lombardia



Autostrada  
Pedemontana  
Lombarda



**Autostrada  
Pedemontana  
Lombarda**

**Abstract ricerca Consorzio Analytics Arts**

# **Autostrada Pedemontana Lombarda tra territorio e utenti**

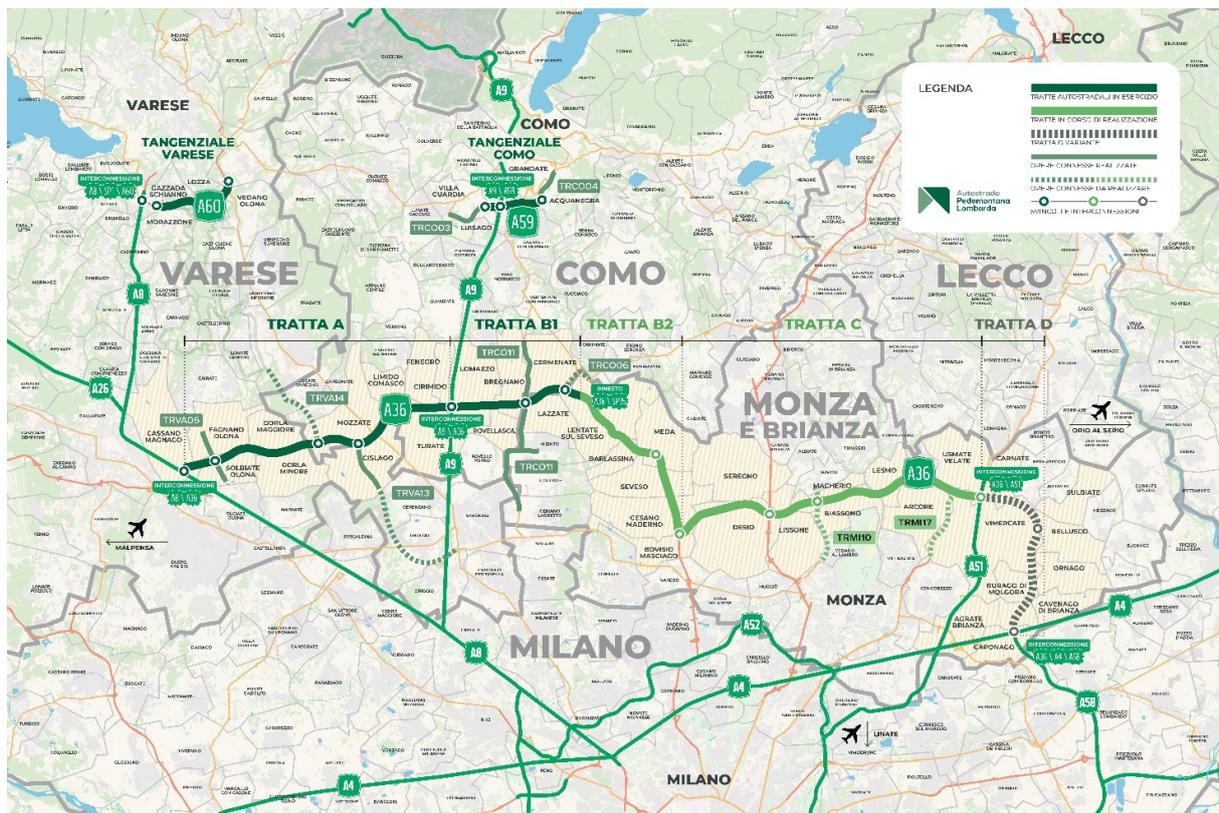
## **Come è nata l'idea di una ricerca sul territorio**

A dieci anni dall'apertura delle prime due tratte dell'A36 Autostrada Pedemontana Lombarda e alla vigilia dell'inizio dei lavori delle nuove tratte, da Lentate sul Seveso a Vimercate, in provincia di Monza e Brianza, è parso necessario un lavoro di analisi sugli impatti dell'infrastruttura sul territorio. Questo sia per capire **i cambiamenti portati nei luoghi toccati dalle tratte in esercizio**, sia anche per capire quale sia **la percezione dell'infrastruttura** e come sia cambiata nel tempo da chi abita e opera sul territorio e da chi utilizza l'infrastruttura per lavoro o per altri spostamenti.

Le diverse fasi della ricerca, condotte dall'Istituto Analytics Arts di Milano tra il 2023 e il 2024, hanno esplorato il territorio immediatamente adiacente all'infrastruttura in esercizio e in un'estensione più ampia, per comprendere **le opinioni e le sensazioni da parte di chi la utilizza e da chi non ne fa uso frequente, gli indicatori economici e sociali che possono indicare un impulso allo sviluppo, le opinioni dirette e quelle indirette**, espresse da diversi media.

I ricercatori hanno analizzato **le voci del territorio ora interessato dalla realizzazione delle nuove tratte** dell'A36 Autostrada Pedemontana Lombarda, che per la loro collocazione, nel cuore della Brianza, rappresentano un passaggio strategico per il potenziamento infrastrutturale del Nord della Lombardia, servendo un'area tra le più densamente abitate, urbanizzate e industrializzate d'Italia e d'Europa.

In questo contesto altamente complesso, si è quindi scelto di procedere con una triangolazione di ricerche - **analisi desk e analisi del sentiment; indagine qualitativa e analisi quantitativa** - per avere un primo quadro della situazione, mai indagata finora da questo nostro punto di vista, con l'obiettivo *in primis* di ascoltare, conoscere meglio, raccogliere idee, punti critici, indicatori da monitorare nel tempo, e successivamente di mettere in campo azioni mirate.



## Metodologia

Il progetto di ricerca si è articolato in **tre fasi integrate**, per offrire una visione completa del percepito e delle aspettative della popolazione e degli stakeholder locali nei confronti di Autostrada Pedemontana Lombarda. Il periodo in cui sono state condotte l'analisi desk e sentiment va da settembre a novembre 2023. La ricerca qualitativa è stata condotta da dicembre 2023 ad aprile 2024, e infine quella quantitativa da settembre a novembre 2024.

**FASE 1: Analisi desk e sentiment analysis.** La prima fase ha previsto una **ricognizione desk finalizzata a raccogliere dati socioeconomici e imprenditoriali nei comuni coinvolti**. È stato creato un dataset con tutte le società di capitali presenti sul territorio. I dati utilizzati per questa ricerca vanno dal 2012 al 2020. Parallelamente, è stata condotta una *sentiment analysis* su fonti online (*Google* e *TrustPilot*), per ottenere una fotografia dell'opinione pubblica sull'infrastruttura nel recente passato. I dati utilizzati fanno riferimento al periodo di tempo che va dal 2018 al 2023.

**FASE 2: Ricerca qualitativa.** La seconda fase ha incluso **interviste in profondità a un campione mirato di cittadini e stakeholder locali**: residenti, imprenditori, dipendenti di aziende manifatturiere, società di servizi ed esercizi commerciali. L'obiettivo era esplorare il vissuto, le aspettative e le criticità percepite in relazione all'infrastruttura, offrendo insight qualitativi sui diversi punti di vista.

**FASE 3: Ricerca quantitativa.** La terza fase è stata **una rilevazione quantitativa mediante questionari telefonici** (metodologia CATI - Computer Assisted Telephone Interviewing) rivolti a un campione rappresentativo della popolazione residente nelle aree interessate dalle tratte in esercizio dell'A36 e da quelle in realizzazione. L'indagine ha permesso di stimare la diffusione di percezioni, benefici attesi e reazioni potenziali all'estensione dell'autostrada.

## ANALISI DESK: L'IMPATTO DELL'A36 SU UN TERRITORIO IN CONTINUO CAMBIAMENTO

Attraversare un territorio fortemente industrializzato e densamente popolato con una grande infrastruttura di collegamento significa cambiarlo. Vi sono **impatti che vanno oltre alla trasformazione "fisica" del territorio** – impatti sociali ed economici, per esempio – che questa fase di ricerca ha analizzato, adottando **un approccio quantitativo basato su dati ufficiali**. L'obiettivo principale era **comprendere le implicazioni economiche per le imprese locali, le variazioni nel reddito medio dei cittadini e gli effetti sulla struttura commerciale e demografica delle comunità poste sulle aree direttamente interessate dall'A36**, in esercizio e futura. Attraverso un'analisi desk, sono stati messi a confronto i comuni direttamente attraversati dall'autostrada con un campione di controllo, selezionato per affinità socioeconomiche ma non toccato dall'autostrada in modo da isolare l'effetto della nuova infrastruttura da altre variabili economiche e sociali.

Le fonti utilizzate sono tra le più significative per i temi d'indagine: il *database AIDA di Bureau van Dijk* per i bilanci aziendali, il *Ministero dell'Economia e delle Finanze* per i dati sul reddito medio, l'*I-STAT* per le informazioni demografiche e territoriali, e *OpenStreetMap* per la mappatura dei servizi pubblici.

### Imprese e lavoro: segnali di vitalità

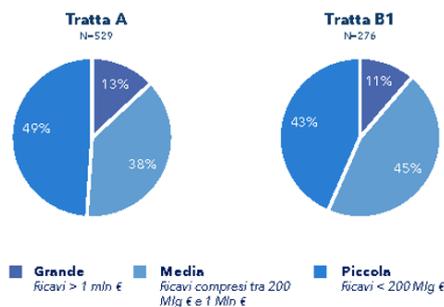
Uno dei primi segnali di cambiamento si osserva nel mondo delle imprese. L'analisi dei dati 2020 (ultimo anno ritenuto affidabile per considerare i dati di *AIDA*) mostra che le aziende situate lungo le tratte esistenti dell'autostrada registrano **ricavi medi compresi tra i 400 e i 600 mila euro**.

**Dal 2015** – anno di apertura delle prime tratte A e B1 – si nota **una tendenza positiva negli utili aziendali**, sia nei comuni già attraversati che in quelli interessati dalle prossime aperture. Un dato che suggerisce un effetto propulsivo dell'infrastruttura sul tessuto economico locale.

## Dinamica demografica aziende tratte A e B1: dimensione

Nel periodo **successivo** all'apertura della **Pedemontana**, circa la **metà** delle nuove imprese ha registrato **ricavi superiori a 200.000 euro**, poco più del **10%** supera il **milione di euro**

Distribuzione della dimensione delle nuove aziende nate nel periodo 2015-2021



Fonte: AIDA

Top 10 Imprese per ricavi fondate dopo il 2015 nelle tratte A e B1

| Impresa               | Ricavi in milioni € (mediana 2015-2021) | Comune        | Tratta Pedemontana | Anno costituzione |
|-----------------------|---|---------------|--------------------|-------------------|
| Tekni-Plex            | 69,6                                    | Tradate       | A                  | 2015              |
| TMC TRANSFORMERS      | 36,8                                    | Busto Arsizio | A                  | 2017              |
| Weg Automation        | 29,5                                    | Gerenzano     | A                  | 2018              |
| Hupac Intermodal      | 21,5                                    | Busto Arsizio | A                  | 2015              |
| ORSA                  | 17,4                                    | Gorla Minore  | A                  | 2015              |
| Battaglia             | 16,6                                    | Misinto       | B1                 | 2018              |
| Busto Motor Company   | 16,1                                    | Busto Arsizio | A                  | 2015              |
| EXERGY INTERNATIONAL  | 10,7                                    | Olgiate Olona | A                  | 2019              |
| GUFFANTI RESIDENZIALE | 9,6                                     | Guanzate      | A                  | 2015              |
| Techno                | 8,9                                     | Guanzate      | A                  | 2015              |

Fonte: AIDA



## Commercio e servizi: risposte al cambiamento

Nel settore del commercio al dettaglio, si registra **un aumento del numero di negozi per 1.000 abitanti**, in particolare lungo la tratta B1: un fenomeno che sembra anticipare una domanda crescente.

## Ambiente e società: effetti a lungo termine da monitorare

Sul fronte socio-ambientale, l'analisi non rileva variazioni significative nella densità abitativa o nell'estensione delle aree verdi pubbliche. Un dato che suggerisce come **alcuni effetti dell'infrastruttura possano emergere solo monitorando l'evoluzione nel medio-lungo periodo**.

## LA PRIMA FOTOGRAFIA DEGLI IMPATTI DELL'A36 SUL TERRITORIO

Autostrada Pedemontana Lombarda A36 è un'opera capace di generare impatti positivi, particolarmente in termini di **accessibilità, crescita economica e vitalità imprenditoriale**.

### SENTIMENT ANALYSIS: RITRATTO DI UN PASSATO GIÀ SUPERATO

La ricerca di sentiment analysis rappresenta uno strumento per comprendere il vissuto degli utenti e restituire una fotografia delle criticità percepite. È però importante sottolineare che l'analisi si riferisce a un periodo in cui Autostrada Pedemontana Lombarda non aveva ancora avviato un piano strutturato di comunicazione istituzionale e territoriale.

A partire dal 2023, la Società ha intrapreso **un percorso concreto e misurabile per stabilire un dialogo con il territorio e con i propri utenti**, consapevole che un'infrastruttura moderna non possa limitarsi a essere transito da punto a punto, ma debba essere vissuta come un servizio efficiente, trasparente e vicino alle persone.

I primi risultati di questo impegno sono già visibili. È stata **migliorata la segnaletica di ingresso nelle tratte**, rispondendo a una delle criticità più ricorrenti emerse dalle recensioni. **L'app e il sito web sono stati, e continuano a essere, oggetto di un profondo rinnovamento**, non solo nell'aspetto grafico ma soprattutto nei contenuti, con **l'obiettivo di semplificare** e rendere accessibili le informazioni più richieste dagli utenti. Anche **il servizio di assistenza è stato potenziato** per garantire maggiore chiarezza e tempestività. In parallelo, **sono state introdotte agevolazioni tariffarie per gli utilizzatori frequenti**, a dimostrazione di una volontà concreta di venire incontro alle esigenze di chi utilizza quotidianamente l'autostrada.

L'analisi ha preso in esame **oltre 1.800 recensioni** pubblicate prevalentemente su Google, Trustpilot e sugli store digitali dell'*app Pedemontana Lombarda*.

I risultati portati dalla ricerca, al di là del tipo di bias negativo che riguarda questo tipo di comunicazione, hanno evidenziato come le aree più critiche individuate dagli utenti coincidono con quelle su cui Autostrada Pedemontana Lombarda ha iniziato a lavorare negli ultimi anni con **l'obiettivo di migliorare il customer journey**.

Questo percorso evolutivo è parte di una strategia più ampia e coerente, che **fa tesoro dei feedback ricevuti e li trasforma in azioni tangibili**.

## RICERCA QUALITATIVA: VOCI DAL TERRITORIO SU AUTOSTRADA PEDEMONTANA LOMBARDA

Dopo aver tracciato il quadro oggettivo con l'analisi desk, i ricercatori **hanno ascoltato le persone**, perché **dietro ogni progetto ci sono storie, percezioni, aspettative**.

È da questa consapevolezza che nasce la seconda fase della ricerca: un'indagine qualitativa basata su **24 interviste in profondità**, pensate per cogliere le sfumature emotive e valoriali che i numeri da soli non possono raccontare.

Le interviste, condotte da remoto e della durata di circa 45 minuti ciascuna, hanno coinvolto in egual misura: **residenti e pendolari** (target B2C) e **imprese locali** attive nei settori della produzione, dei servizi, della ristorazione e dell'artigianato (target B2B). Il campione è stato selezionato nelle **aree attualmente attraversate dall'Autostrada Pedemontana Lombarda** e in quelle interessate dalle tratte ora in corso di realizzazione.

L'obiettivo? Comprendere **come l'infrastruttura viene vissuta**, quali **benefici e criticità** sono **percepiti**, e quali sono **le aspettative per il futuro**.

Le interviste hanno seguito **una traccia semi strutturata articolata in diverse sezioni**, toccando temi come il rapporto con il territorio, l'uso dell'autostrada, la percezione dei costi e dei servizi, la conoscenza delle tratte future e anche l'idea di "autostrada ideale". Quello che ne è emerso è un mosaico, che restituisce una visione sfaccettata dell'esperienza.

### Mobilità e preferenze di viaggio

L'**automobile è il mezzo preferito degli intervistati**, sia per motivi personali che professionali. I cittadini ne apprezzano la **comodità**, mentre le imprese la considerano un vero e proprio "*ufficio mobile*". Le autostrade sono la scelta prioritaria in caso di urgenze, mentre per il tempo libero si prediligono strade locali più panoramiche. Il costo è percepito come elevato, ma accettabile se il servizio è efficiente.

### Reputazione delle autostrade

Tra le infrastrutture più citate spiccano l'Autostrada Pedemontana Lombarda, la BreBeMi e la A4. La Pedemontana è apprezzata per **modernità e sicurezza**, ma il pedaggio elevato resta una criticità. La A4, più economica, è invece penalizzata da traffico e condizioni strutturali. **L'assenza di caselli** e la tecnologia **Free Flow®** rendono la Pedemontana meno impattante e più fluida.

### Percezioni e suggerimenti

Le parole più associate alla Pedemontana? *Comodità, innovazione, pagamento, infinita*. Quest'ultima riflette la percezione di un'opera ancora in divenire. **Il servizio clienti è valutato positivamente**, così come il sistema di pagamento, anche se chi non dispone di apparato per il pagamento a bordo del veicolo teme dimenticanze e sanzioni. Il sito e l'app sono considerati utili, ma non sempre accessibili per chi ha poca dimestichezza con il digitale. È utile però considerare che il digital divide, particolarmente negli anni della pandemia, è stato parzialmente colmato dalla situazione contingente.

### Impatto sul territorio

Autostrada Pedemontana Lombarda è vista come **un'infrastruttura strategica, capace di migliorare la viabilità e alleggerire il traffico urbano**. I residenti segnalano un **aumento del valore immobiliare**, mentre le imprese evidenziano **vantaggi operativi e maggiore accessibilità**. Anche le abitudini di spostamento stanno cambiando, insieme con la flessibilità del lavoro e dello smart working.

## I suggerimenti degli intervistati: cinque aree di intervento per il futuro

Dalle interviste emergono **cinque ambiti chiave su cui intervenire** per migliorare l'esperienza degli utenti, come il **metodo di pagamento**, per cui viene suggerito di introdurre sistemi automatici legati alla targa, per semplificare e fidelizzare. Al **pedaggio** sono legate anche le proposte relative ai costi, perché possano essere resi più accessibili per residenti e per utenti abituali tramite sconti o carnet a tariffa agevolata. Un altro punto emerso dalle interviste è la necessità di rafforzare la **segnalica**, aumentando la chiarezza e l'accessibilità da parte degli utenti stranieri. Inoltre, si propone una semplificazione della comunicazione relativa ai sistemi di pagamento. Tra le proposte dagli intervistati c'è l'idea di dotare l'A36 di **aree di sosta e servizio**, possibilmente con accesso a punti di ricarica dedicati alle auto elettriche. Questo desiderio è legato anche all'aumento dell'estensione dell'Autostrada Pedemontana Lombarda, un argomento che interessa gli intervistati e per cui vorrebbero avere più informazioni soprattutto a livello locale.

## ANALISI QUANTITATIVA: ASCOLTARE PER MIGLIORARE, UN'INDAGINE CHE DÀ VOCE AGLI UTENTI

Tra settembre e ottobre 2024, Autostrada Pedemontana Lombarda ha promosso un'indagine quantitativa, ultima tranche della ricerca, per comprendere **in profondità la percezione e l'utilizzo dell'A36 da parte di utenti privati (B2C) e professionisti (B2B)**. La ricerca, che ha utilizzato la metodologia CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), ha coinvolto **un campione rappresentativo** di 2.000 persone, garantendo un'equa distribuzione per genere, età e tratte percorse.

### Generazioni in movimento: come cambia l'uso dell'autostrada

L'**analisi intergenerazionale** ha rivelato un dato interessante: **i giovani sono i principali utilizzatori dell'Autostrada Pedemontana Lombarda A36**. Il 40,5% dei Millennials (nati tra il 1981 e il 1996) e il 34,3% della Gen Z (nati tra il 1997 e il 2012<sup>1</sup>) la percorrono almeno una volta a settimana, contro il 29,1% della Gen X (nati tra il 1965 e il 1980) e solo il 20,4% dei Boomers (nati tra il 1945 e il 1964). Tuttavia, **le generazioni più adulte mostrano una fedeltà regolare**: il 39,1% della Gen X e il 36,5% dei Boomers la utilizzano mensilmente.

**Rispetto a un utilizzo perlopiù settimanale delle autostrade in generale per tutte le generazioni, APL ha un utilizzo settimanale più alto dei giovani (Millennials e GenZ), ma meno frequente (mensile) da GenX e Boomers**

| Autostrade in generale             |               |               |               |              | Autostrada Pedemontana Lombarda |               |               |              |              |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------------------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
|                                    | Gen Z         | Millennials   | Gen X         | Boomer       |                                 | Gen Z         | Millennials   | Gen X        | Boomer       |
| Almeno una volta al giorno         | 18.0%*        | 20.0%*        | 16.4%*        | 5.0%         | Almeno una volta al giorno      | 17.9%*        | 20.9%*        | 13.9%*       | 3.6%         |
| Circa una volta a settimana        | <b>28.0%*</b> | <b>35.5%*</b> | <b>29.4%*</b> | <b>13.4%</b> | Circa una volta a settimana     | <b>34.3%*</b> | <b>40.5%*</b> | 29.1%*       | 20.4%        |
| Circa una volta ogni due settimane | 16.0%         | 14.0%         | 15.9%         | <b>13.4%</b> | Circa una volta al mese         | 32.8%         | 30.7%         | <b>39.1%</b> | <b>36.5%</b> |
| Circa una volta al mese            | 23.0%         | 20.5%         | 20.9%         | 29.9%*       | Circa una volta ogni 6 mesi     | 8.9%          | 7.19%*        | 12.6%        | 19.7%*       |
| Tra 6 mesi e un anno               | 15.0%         | 10.0%         | 17.4%         | 38.3%*       | Una volta negli ultimi 12 mesi  | 6.0%          | 1.0%          | 5.3%         | 19.7%*       |

A6. Con che frequenza ha utilizzato Autostrada Pedemontana Lombarda negli ultimi 12 mesi? B1. Con che frequenza utilizza le autostrade per i suoi spostamenti? N B2C=802  
\* = differenze significative al 5%

1. In riferimento alla Gen Z sono stati intervistati solo i maggiorenni con patente e che avessero percorso l'A36 almeno una volta negli ultimi 12 mesi (domanda di screening)

Questi dati raccontano **una mobilità che si adatta agli stili di vita**: più intensa e frequente tra i giovani, più costante e pianificata tra gli adulti. **Autostrada Pedemontana Lombarda si dimostra così un'infrastruttura trasversale**, capace di rispondere a esigenze diverse lungo l'arco generazionale.

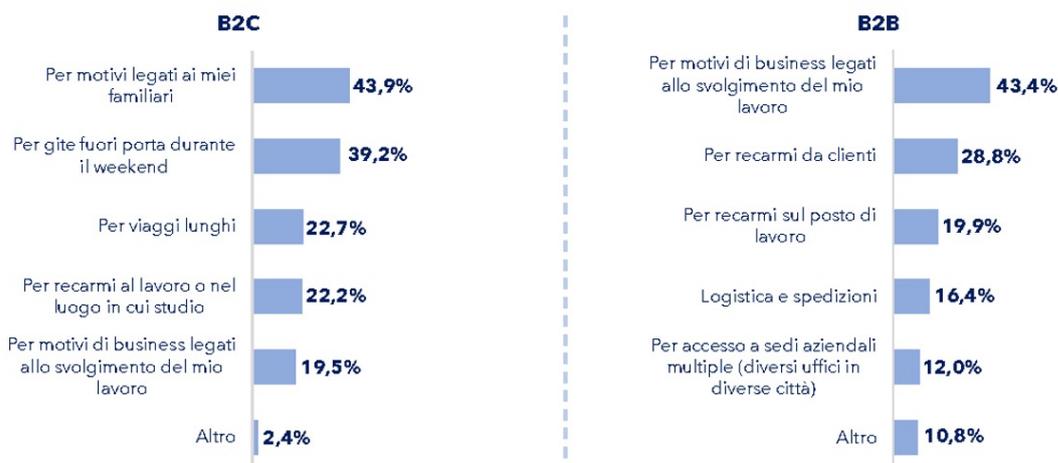
### Una scelta quotidiana: frequenza d'uso tra vita privata e professionale

L'autostrada A36 viene vissuta in modo differente a seconda del contesto d'uso. **Tra gli utenti business, il 21,6% percorre Autostrada Pedemontana Lombarda ogni giorno**, contro il 14,3% dei privati. Il 41,9% dei professionisti la utilizza settimanalmente, mentre tra i privati prevale un uso mensile (34,8%) o settimanale (31,3%).

**Chi lavora, quindi, vive una mobilità più strutturata e regolare** mentre chi viaggia per motivi personali ha un'esperienza più occasionale ma significativa: Autostrada Pedemontana Lombarda, come infrastruttura strategica, risponde però a entrambe le esigenze dei propri utenti.

### Le motivazioni più comuni di utilizzo delle autostrade sono famiglia e viaggi brevi leisure (target B2C) e sviluppo del business (target B2B)

**B2B & B2C**



B2. Per quali occasioni le capita di utilizzare l'autostrada per i suoi spostamenti? N B2C=802, N B2B=1200  
\* = differenze significative al 5%

### La fiducia che conta: il valore del Net Promoter Score

Il **Net Promoter Score (NPS)** è un indicatore chiave per valutare la propensione degli utenti a consigliare un servizio. Autostrada Pedemontana Lombarda è **l'unica tra le principali tratte del Nord Italia a registrare un NPS positivo nel target B2C (+0,87)**, con un equilibrio tra promotori (18,8%) e detrattori (17,9%). Anche nel segmento B2B, Autostrada Pedemontana Lombarda si distingue con un NPS di -2,4, il migliore tra le autostrade analizzate.

Questo risultato riflette **un alto livello di soddisfazione**, trainato da tre driver principali: risparmio di tempo, fluidità del traffico e sicurezza.

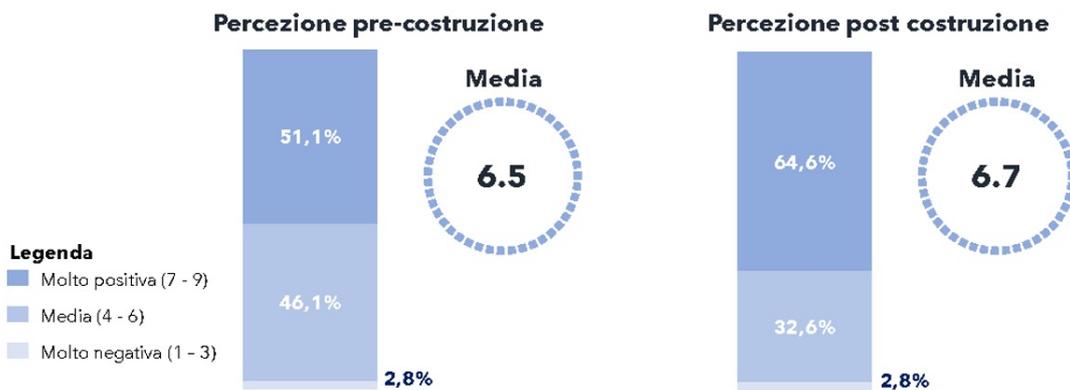
## Una risorsa per il territorio: percezione e impatto locale

La percezione di Autostrada Pedemontana Lombarda è migliorata sensibilmente dopo la sua realizzazione. Nelle tratte A e B1, le valutazioni positive sono passate dal **51,1% al 64,6%**. L'80% degli utenti ha migliorato la propria opinione grazie alla **riduzione del traffico locale** e alla **maggiore accessibilità**.

I residenti lungo le tratte in esercizio apprezzano i **collegamenti con Malpensa**, mentre quelli lungo le tratte in fase di realizzazione ne riconoscono il **potenziale per lo sviluppo economico**. Le critiche, espresse dal 20% del campione, si concentrano sui costi del pedaggio e sullo scetticismo verso l'utilità dell'opera, soprattutto tra coloro che la utilizzano molto raramente.

## Più della metà del campione aveva già una percezione positiva di APL pre-costruzione, che è aumentata dopo la sua realizzazione

In particolar modo è **aumentata la percentuale** di individui che hanno valutato la propria percezione **tra l'8 e il 9**. La percentuale di rispondenti che aveva una valutazione negativa è rimasta invariata



C1. Le prime tratte di Autostrada Pedemontana Lombarda sono state aperte nel 2015. Si ricorda come valutava Autostrada Pedemontana Lombarda PRIMA della sua costruzione? Indichi la sua risposta con una valutazione su una scala da 1 a 9 C2. Come ritiene sia cambiata la sua percezione di Autostrada Pedemontana Lombarda dopo la sua realizzazione? Valuti su una scala da 1 a 9 N: 2002

## Una mobilità che unisce: versatilità e funzione sociale

Autostrada Pedemontana Lombarda è **un'infrastruttura polifunzionale**: il 43,9% degli utenti privati la utilizza per motivi familiari, il 39,2% per il tempo libero. Tra i professionisti, il 43,4% la impiega per attività lavorative, il 28,8% per raggiungere i clienti e il 19,9% per recarsi al lavoro.

Questa doppia anima – personale e professionale – rende **l'A36 un asse per la mobilità sostenibile e integrata del territorio lombardo**.

## UN'INFRASTRUTTURA CHE ASCOLTA, CONNETTE E TRASFORMA

Conoscere a fondo il territorio in cui operiamo – sia nella gestione della rete esistente che nella progettazione delle nuove tratte – è stato il primo passo per comprendere davvero il valore percepito di Autostrada Pedemontana Lombarda. Un valore che non si misura solo in chilometri percorsi, ma nella **capacità di generare impatti concreti sulla vita delle persone e sull'economia locale**.

Il primo concetto che emerge con forza dalle analisi condotte insieme ai ricercatori di Analytics Arts è quello di **accessibilità**. Tra il 2015 e il 2020, le aree in prossimità degli svincoli hanno registrato un tasso più elevato di nascita di nuove imprese. È il segnale che **il tessuto economico risponde rapidamente alla presenza di un'infrastruttura moderna ed efficiente**. In territori già fortemente industrializzati come la Brianza, la Pedemontana non ha necessariamente generato un boom di nuove attività, ma **ha contribuito a ridisegnare gli equilibri economici**, rinnovando le dinamiche imprenditoriali e favorendo una crescita più distribuita. Un dato su tutti: il reddito medio pro-capite cresce in modo più marcato nei comuni più vicini all'autostrada rispetto a quelli più distanti.

Il secondo concetto chiave è quello di **efficienza operativa**. Per le imprese, **il tempo è un valore economico**. E la Pedemontana, per gli imprenditori del territorio, è uno strumento di lavoro: il 43% degli operatori B2B la utilizza per attività professionali, il 28% per raggiungere clienti e fornitori. Solo il 19% la impiega per il tragitto casa-lavoro. Questo dato racconta una verità importante: **l'autostrada non è solo una via di transito, ma un motore di sviluppo economico**, che abilita nuove opportunità e migliora la competitività delle imprese. Ma il tempo non è solo quello del lavoro: è anche una parte della vita, sempre più preziosa.

Tra i privati cittadini infatti, l'utilizzo dell'infrastruttura è legato a bisogni concreti: il 43% la sceglie per motivi familiari, il 39% per gite e spostamenti nel tempo libero. Un impatto che si riflette anche sul **turismo di prossimità** e sulla vitalità del commercio locale.

Il terzo concetto è quello di **rapidità**, strettamente connesso alla **qualità del servizio**. Il sistema Free Flow®, l'assenza di caselli e la fluidità del traffico si traducono in **un risparmio di tempo tangibile, in una viabilità più scorrevole e in una semplificazione della mobilità quotidiana**. Non solo: la presenza dell'autostrada stimola la realizzazione di opere complementari, che rafforzano l'integrazione dell'infrastruttura nel territorio e ne amplificano i benefici.

Infine, un dato che racconta il cambiamento nella percezione collettiva: prima dell'apertura delle prime tratte dell'A36, solo il 51% degli intervistati esprimeva un'opinione positiva sull'opera. Oggi, quella percentuale è salita al 65%. Un segnale chiaro: **quando un'infrastruttura funziona, le persone la riconoscono, la apprezzano e la utilizzano**.



