



REGIONE SICILIA

COMUNE DI SCIACCA
(Libero consorzio comunale di Agrigento)
3° Settore

PROGETTO DI FATTIBILITÀ TECNICO ECONOMICA E MATRICE DEI RISCHI
PIANO ECONOMICO FINANZIARIO

INERENTE L’AFFIDAMENTO
IN CONCESSIONE DEL SERVIZIO DI ORGANIZZAZIONE, REALIZZAZIONE, GESTIONE E PROMOZIONE DELLA
MANIFESTAZIONE CARNEVALE DI SCIACCA ANNI 2025-2026.

INTRODUZIONE

Lo scopo del presente documento è quello di dimostrare la fattibilità tecnico economica della realizzazione della manifestazione Carnevale di Sciacca anni 2025-2026.

Risulta importante specificare che l’area individuata per l’allestimento del servizio è nel Comune di Sciacca (Ag), nel quartiere della Perriera lungo la via Allende.

L’Amministrazione, di concerto con il concessionario, in caso di condizioni meteo avverse o per cause di forza maggiore, si riserva la facoltà di spostare uno o più corsi mascherati in altra data e/o altro sito.

La manifestazione dovrà comprendere 5 giornate annuali di manifestazione, le cui date verranno comunicate dalla stazione appaltante al concessionario entro e non oltre il mese di Dicembre di ciascun anno. Per l'anno 2025 la manifestazione si svolgerà nelle seguenti date:

- Sabato 22 Febbraio 2025
- Domenica 23 Febbraio 2025
- Venerdì 28 Febbraio 2025
- Sabato 1 Marzo 2025
- Domenica 2 Marzo 2025

SERVIZI MINIMI DA GARANTIRE

a) ALLESTIMENTO PALCO MODULARE PER ESIBIZIONE GRUPPI MASCHERATI

Il concessionario dovrà:

- Provvedere all'allestimento di un palco modulare di dimensioni non inferiori a mq 200. Il palcoscenico deve essere idoneo per sostenere l'esibizione dei gruppi mascherati danzanti composti da massimo 90 persone. Il palcoscenico (inclusa messa a terra) dovrà essere dotato di parapetti laterali, n. 2 scale di uscita conformi alle prescrizioni di sicurezza per l'uscita degli artisti, anche in caso di emergenza; n. 1 scivolo d'ingresso al palcoscenico da realizzare posteriormente ed almeno n. 3 camerini delle dimensioni rispettivamente mt. 3x3 da collocare nella parte retrostante il fondale.
- Il palcoscenico dovrà essere corredato da una copertura idonea e da n° 2 torri Lahyer per la collocazione in sospensione dell'impianto audio.
- Il palcoscenico e le strutture dovranno essere rivestite da una scenografia.
- L'allestimento tecnico deve comprendere impianto audio, luci, ledwall, regie, personale tecnico per il montaggio, smontaggio, e per le serate di spettacolo.

b) ALLESTIMENTO PERCORSO SFILATA E COLLOCAZIONE SULLO STESSO DEI CARRI ALLEGORICI

Il concessionario dovrà:

- Curare l'allestimento del percorso destinato alla manifestazione, provvedendo alla rimozione degli ingombri per mezzo di gru condotta da personale specializzato ed alla successiva ricollocazione a fine manifestazione;
- Fornire la ditta specializzata con gru idonee al montaggio e allo smontaggio dei carri allegorici in concorso ed alla collocazione del carro allegorico "Peppe Nappa" per il rogo;
- Dotarsi di un carro attrezzi per rimozione veicoli nel percorso della sfilata disponibile nei giorni della manifestazione.

c) ORGANIZZAZIONE E GESTIONE ACCESSI ALLA MANIFESTAZIONE

Il concessionario dovrà:

- Attivare il pagamento del ticket di ingresso al Carnevale di Sciacca il cui importo massimo dovrà essere: BIGLIETTO GIORNALIERO € 7,00 + eventuali diritti di prevendita e ABBONAMENTO € 22,00 + eventuali diritti di prevendita –

(Biglietti da mettere in vendita).

- Dovranno essere esenti dal pagamento del ticket di ingresso i residenti all'interno del circuito, per i diversamente abili e i loro accompagnatori, i professionisti, titolari di attività e loro dipendenti insistenti all'interno del circuito unitamente ai bambini con un'altezza non superiore a m. 1.20 ed agli accompagnatori dei diversamente abili;
- Il concessionario dovrà organizzare e gestire l'accesso al Carnevale di Sciacca strutturando e presentando un progetto dettagliato di chiusura del percorso nei giorni di sfilata, compatibile con le disposizioni in materia di pubblica sicurezza, provvedendo all'organizzazione del personale per le casse, per i varchi, per la sicurezza con personale specializzato;

d) RIPARTIZIONE INCASSI

Il concessionario dovrà:

- riconoscere al Comune di Sciacca una quota degli incassi, certificati da c1 SIAE, al netto dei diritti di prevendita, iva, SIAE, come segue: una percentuale minima del 40,00 % (quaranta per cento) che potrà essere solo migliorata in rialzo, somme che dovranno essere accreditate nelle casse comunali entro e non oltre 60 giorni dalla fine della manifestazione;

e) SERVIZIO DI SICUREZZA ANTINCENDIO

Il concessionario dovrà garantire:

- Il servizio fornito dai Vigili del Fuoco come previsto da piano di sicurezza.

f) COORDINAMENTO ED ORGANIZZAZIONE SFILATA DEI CARRI ALLEGORICI E DEI GRUPPI MASCHERATI ED ESIBIZIONI SUL PALCO

Il concessionario dovrà:

- Redigere, di concerto con il Comune di Sciacca, un regolamento del corso mascherato e un regolamento di palcoscenico, utile a garantire una programmazione dei tempi della manifestazione e la modalità di svolgimento delle esibizioni.
- Mettere a disposizione un adeguato numero di personale addetto a monitorare la sfilata dei Carri Allegorici al fine di garantire il rispetto dei tempi di marcia come da regolamento del corso mascherato.
- Coordinare le esibizioni dei gruppi mascherati sul palcoscenico.
- Strutturare la scaletta delle esibizioni del corso mascherato e del palcoscenico.
- Gestire gli spostamenti dei Carri Allegorici durante i giorni della manifestazione, attraverso un'attività di coordinamento degli addetti alla guida dei trattori che trainano i carri allegorici; l'addetto al coordinamento indicato, dotato di comprovata esperienza, dovrà sovrintendere, per conto dell'organizzazione, alle manovre dei Carri Allegorici.

g) PRESENTAZIONE DELLA MANIFESTAZIONE

- Il concessionario dovrà garantire il servizio dei presentatori dello spettacolo sul palcoscenico durante tutta la manifestazione con presentatori, anche locali, di comprovata esperienza.

h) ATTIVITÀ PROMOZIONALE DELLA MANIFESTAZIONE

Il concessionario dovrà:

- Realizzare, di concerto con l'Amministrazione comunale, il Logo del Carnevale di Sciacca;
 - Realizzare una campagna pubblicitaria e promozionale attraverso avvisi pubblicitari su testate giornalistiche regionali, su testate televisive regionali, su emittenti radiofoniche regionali e siti di informazione;
 - Realizzare contenuti video con riguardo al Carnevale di Sciacca che interessino sia la fase di costruzione dei carri allegorici che le sfilate dei carri allegorici;
 - Realizzare la diretta televisiva e radiofonica del Carnevale di Sciacca con diffusione almeno provinciale;
 - Realizzare la diretta della manifestazione in streaming sul web;
 - Realizzare Piano promo pubblicitario che comprenda almeno n. 30 manifesti 6x3 e n. 80 manifesti 100x140 nelle principali città siciliane e almeno n. 20 impianti pubblicitari in almeno un aeroporto siciliano;
 - Realizzare un piano promo pubblicitario sui social media che comprenda min. 15 pubblicazioni sponsorizzate e l'impiego di un social media manager di comprovata esperienza per tutta la manifestazione;
- Il concessionario è tenuto ad utilizzare, per fini prettamente commerciali e pubblicitari, solo ed esclusivamente il marchio "Carnevale di Sciacca";

i) COPERTURA ASSICURATIVA

Il concessionario dovrà sottoscrivere una polizza assicurativa RCT/RCO comprensiva di tasse ed accessori per un massimale € 6.000.000,00 (euro Seimilioni/00) per responsabilità civile verso terzi da eventuali danni cagionati:

- nel corso delle attività di raduno, sfilate ed esibizioni sul palco, per le vie della città e nelle aree pubbliche, dei gruppi mascherati e del personale addetto partecipanti alla manifestazione;
- dai lavori di installazione, montaggio, preparazione, allestimento e smontaggio delle strutture e delle attrezzature e di quant'altro sia necessario per l'organizzazione del Carnevale, anche quando tali lavori siano appaltati ad imprese;
- da soggetti non dipendenti dal Comune, che svolgono per loro conto attività organizzativa e gestionale (compresi i lavori di preparazione, installazione, montaggio e smontaggio);
- dal lancio di coriandoli, caramelle, palloni, giocattoli e simili direttamente dal palcoscenico o dalle zone di esibizione.

j) PIANO DI SICUREZZA, AUTORIZZAZIONI E COLLAUDI E PIANO SANITARIO

Il concessionario dovrà redigere un piano di sicurezza relativo allo svolgimento dell'intera manifestazione, coordinare il personale impiegato alla sicurezza, ottenere tutte le autorizzazioni previste per legge nonché provvedere ai collaudi previsti per legge, per ogni struttura realizzata ad eccezione dei carri allegorici.

Il concessionario dovrà predisporre il Piano sanitario della manifestazione facendosi carico dell'acquisizione dei bagni chimici necessari per la realizzazione della manifestazione.

k) EVENTO “ANTEPRIMA DEL CARNEVALE DI SCIACCA”

Il concessionario dovrà realizzare il tradizionale evento “Anteprima del Carnevale di Sciacca” al fine di presentare i gruppi mascherati in concorso che si esibiranno in anteprima.

l) IMPOSTE E CANONE

Il concessionario è tenuto al pagamento a favore del Comune di Sciacca, del canone di occupazione del suolo pubblico e dell’imposta sulla pubblicità delle aree concesse, per un totale complessivo di mq 700 ricadenti all’interno del circuito, le quali potranno essere adibite a food ed esposizione.

L’importo del canone di occupazione sarà interamente compensato dal corrispondente costo di parte dei servizi sopra indicati, regolarmente documentati, mediante giroconto contabile nel rispetto del principio di integrità contabile.

m) GARANZIA PROVVISORIA

In considerazione che la realizzazione della manifestazione “Carnevale di Sciacca” rappresenta un obiettivo strategico per la stazione appaltante, a norma dell’art. 53 comma 1 del D.Lgs. n. 36/2023, a garanzia della fondatezza dell’offerta, i concorrenti debbono prestare una garanzia, pari al 1 per cento del valore globale stimato della concessione, sotto forma di cauzione o di fideiussione, a scelta dell’offerente.

n) GARANZIA DEFINITIVA

L’offerta deve essere altresì corredata, dall’impegno di un fideiussore, anche diverso da quello che ha rilasciato la garanzia provvisoria, a rilasciare la garanzia fideiussoria definitiva per l’esecuzione del contratto, di cui all’articolo 53 dello stesso D.Lgs. n. 36/2023, qualora l’offerente risultasse affidatario.

La garanzia fideiussoria deve essere conforme allo schema tipo di cui all’articolo 117, comma 12 del D.lgs n. 36/2023, approvato con decreto del Ministro dello sviluppo economico n. 193 del 16/09/2022.

ANALISI

Le esigenze

Prime fra tutti vanno considerate le esigenze e sollecitazioni espresse in maniera singola o combinata dai vari portatori di interessi collegati all’evento (istanze logistiche e artistiche degli operatori del carnevale, strategie del committente o dei *partner*, esigenze espresse dalla collettività e dal pubblico, necessità di programmazione e produzione, e così via).

Il ruolo del contesto

In tutta questa prima fase di ideazione, è necessario non perdere mai di vista il contesto, ovvero il micro- ambiente (territorio, o città) a cui l’evento è collegato, sia per motivi logistici (*location*) che di significato e di identità culturale. Nella sezione dedicata alla pianificazione dovrà essere valutato con maggiore attenzione, ma in questa fase iniziale si

presenta già ricco di interazioni tra i vari portatori di interessi, sia interni all'evento (committente e realizzatore) o esterni. Le relazioni che quindi si generano coinvolgono sia gli *actors*, ovvero i soggetti che influiscono sul progetto, che i *factors*, cioè gli elementi che per il semplice fatto di esistere possono impattare e condizionare l'evento (normative, regolamenti, clima, ecc.).

Gli obiettivi

Questi devono quindi essere espressi in maniera chiara, e governati con efficacia se si vuole ottenere la soddisfazione del risultato.

Il loro ruolo è di definire la congruità e validità del progetto, per questo devono essere specifici, misurabili, realisticamente raggiungibili, rilevanti in termini di impatto e valenza; devono essere studiati sulla base dell'importanza e della storicità dell'evento, pianificati con una scadenza temporale, e comunque legati al target a cui l'evento è rivolto.

La *Tabella 2* illustra i principali obiettivi che possono essere strutturati:

OBIETTIVI STRATEGICI	OBIETTIVI OPERATIVI
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento della visibilità • Aumento e consolidamento delle presenze • Celebrare l'identità di un territorio • Potenziamento dell'offerta turistica • Diffusione di messaggi artistici e culturali • Ottenimento di un profitto 	<ul style="list-style-type: none"> • Rispetto del budget e del piano finanziario • Rispetto dei tempi programmati • Funzionamento del palinsesto • Livello e qualità delle prestazioni • Livello di sicurezza • Qualità di allestimenti e servizi • Copertura mediatica • Efficacia e ritorni della comunicazione • Successo delle vendite e delle presenze • Soddisfazione e gradimento • Interesse verso i contenuti

Tabella 2 Obiettivi strategici e operativi di un evento culturale. Fonte Argano L. in "Organizzare eventi culturali. ideazione, progettazione e gestione strategica del pubblico"

Gli impatti ed il monitoraggio

In questa categoria di aspetti ideativi, rientrano tutte le ricadute prodotte in maniera diretta o indiretta sul sistema territoriale in cui l'evento prende forma.

Costituiscono un feedback positivo o negativo del contesto e degli attori sociali, in quanto ogni evento produce valore

multidisciplinare (in chiave culturale, sociologica, psicologica ecc...). Possiamo quindi affermare che gli impatti rappresentano un fattore di mediazione culturale.

Molte delle ricadute si possono manifestare in maniera diretta, indiretta o indotta: come per esempio capita analizzando gli impatti economici. Gli effetti diretti sono rappresentati dalle spese sostenute per la realizzazione dell'evento e da quelle effettuate dagli operatori per gli acquisti di beni e servizi nel territorio; mentre quelli indiretti sono riferiti alle spese sostenute dalle istituzioni e dagli esercenti per coprire la crescente domanda. Invece gli effetti indotti derivano dal cambiamento dei livelli di reddito e spesa degli autoctoni, per gli incrementi subiti dalle attività di cui sopra.

Per tale motivo diventa particolarmente utile organizzare dispositivi di monitoraggio.

A questo punto, dopo aver precisato l'importanza dei sistemi di monitoraggio per la valutazione degli impatti, è bene ricordare che tali sistemi sono utili per ogni aspetto legato all'evento, e se costantemente adoperati consentono di limitare gli aspetti negativi; anche se non si può negare che l'utilizzo di tale metodologia, comporta un notevole dispendio energetico, per effettuare le doverose rivalutazioni e riposizionamenti.

Analisi dei rischi

È il secondo passaggio nelle fasi di valutazione ma degno di una specifica importanza ed attenzione, poiché ha il compito di pesare sia i rischi esterni del progetto (condizioni climatiche, ritardi nelle forniture, mancata concessione dei finanziamenti da sponsor); ma anche quelli interni (dotazioni tecniche, criticità connesse alla realizzazioni artistiche, cattiva pianificazione, carente comunicazione), consentendo maggiore elasticità e dinamismo nella predisposizione delle misure correttive. I rischi non vanno visti come impedimenti, bensì in qualità di opportunità, senza dimenticare il loro livello di impatto e le loro fonti di origine.

Possono comunque sempre essere risolti tramite meccanismi di:

- Esclusione, che prevedono modifiche sulle metodologie adottate per proseguire, adottandone di più sicure;
- Accettazione: quando si decide che vale la pena proseguire comunque;
- Mitigazione/piano di contingenza: si lavora per ridurre le cause o l'impatto del rischio, pianificando anche contromisure alternative;
- Assicurazione/trasferimento: ci si cautela affidando a terzi il possibile rischio concertando un possibile aumento dei costi;

Analisi fattibilità

Questo aspetto valuta due circostanze equamente importanti e di grande impatto nella gestione dell'evento. Dal punto di vista organizzativo considera la logistica, il marketing e la comunicazione; mentre per il punto di vista finanziario, considera la sostenibilità economica dell'evento che deve garantire almeno una situazione di equilibrio tra costi e ricavi.

La documentazione di progetto

Comprende tutti gli elaborati relativi alle descrizioni delle fasi di progetto che racchiude la descrizione dell'iniziativa trattando idea, palinsesto, obiettivi, artisti, principali azioni, luogo, data, target.

In ogni caso non deve mancare:

- il titolo dell'evento e il manifesto;
- le premesse, che ne descrivono l'origine e la motivazione;
- l'esperienza maturata dal soggetto organizzatore in eventi simili con particolare riferimento nella gestione di eventi con ingresso a sbigliettamento;
- indicazioni relative al timing ed alla location;
- le scelte artistiche connesse alla tutela della tradizione e quelle dedicate alle innovazioni per incentivare l'incoming;
- le figure chiave nell'organizzazione dell'evento;
- il budgeting le coperture finanziarie identificate;
- le linee guida per marketing e comunicazione;

LA FASE DI PIANIFICAZIONE

In questa terza fase si cerca di dare una forma più concreta a quanto sin ora studiato. Si raccolgono informazioni veritiere circa la fattibilità dell'evento rispetto alle disponibilità di risorse esistenti, sia nei riguardi dei vincoli legali e burocratici da ottemperare. Si iniziano a prenotare gli spazi ed a redigere i contratti, oltre a predisporre la programmazione operativa di tutte le azioni da svolgere. Proprio ora si procede alla redazione del cronoprogramma delle attività, si individuano le figure chiave, i tempi e le risorse da reperire.

È esattamente in questa sezione che si verifica la necessità di prestare una forte attenzione alle risorse economico finanziarie tramite la redazione dei piani di *budget*.

Il piano economico finanziario

Ha il compito principale di valutare i valori economici ed i flussi finanziari. Una non oculata gestione di questi aspetti può pregiudicare notevolmente gli esiti di un evento.

Per la fattibilità finanziaria, questo strumento comporta la conoscenza dei modelli di bilancio, utilizzando prevalentemente i metodi tipici della contabilità generale e analitica, che permette di esaminare tutte le operazioni gestionali integrando azioni di scambio con processi in corso.

Il budget identifica sinteticamente costi e ricavi, mentre il piano di tesoreria spesso definito bilancio, è un modello più complesso di tipo economico-monetario, che descrive le operazioni di gestione individuando sia l'aspetto:

- ECONOMICO, ovvero valutando l'impiego ed il consumo delle risorse (costo) e la vendita del prodotto/servizio (ricavo);
- che quello FINANZIARIO: che pone in relazione i debiti/crediti alle dinamiche monetarie delle entrate e delle uscite.

Si descrive così il ciclo di vita dell'evento con il sistema del *cashflow* dove i costi rappresentano il consumo di risorse in funzione alla creazione del prodotto: e sono riferibili alle acquisizioni di materiali, merci, personale, prestazione di terzi, beni strumentali. Mentre i ricavi sono la contropartita per la cessione di beni o servizi di sponsorizzazione e, a fianco ad essi, i proventi dalla vendita dei titoli di ingresso.

Per questo è necessario sempre relazionare il budget al piano finanziario: per stabilire le sofferenze monetarie ed i fabbisogni di liquidità.

Risulta utile che questo strumento indichi i valori sia in termini assoluti che percentuali in modo da evidenziare l'incidenza delle varie voci.

Il Budget

Esso rappresenta il percorso formale con cui si cercano di organizzare gli obiettivi di breve termine. Si tratta di un documento sintetico che vuole esprimere in termini numerici l'oggetto di valutazione del piano strategico, fungendo quasi da anello di congiunzione tra pianificazione e la realizzazione poiché, dopo la sua definizione, si procede all'esecuzione delle attività previste e con esse anche alla rilevazione dei risultati, per analizzare degli scostamenti.

Per essere efficace, il budget deve proporsi, in termini di obiettivi, come strumento di gestione e controllo chiaro e leggibile. Deve essere oculato (nella stima dei diversi valori) e prudente per le voci di cui non vi è certezza di imputazione, prevedendo degli eventuali spazi di manovra.

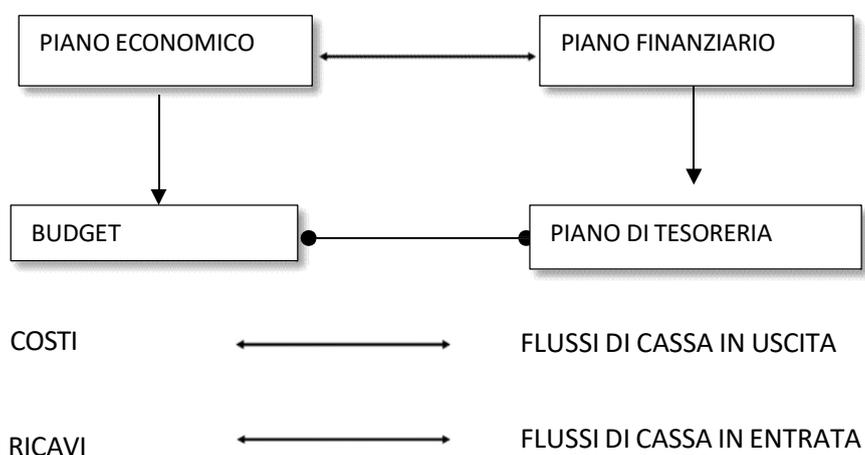


Grafico 2 Sintesi del piano economico finanziario. Fonte Argano L. "Organizzare eventi culturali.

Ideazione, progettazione e gestione strategica del pubblico".

LA FASE DI ESECUZIONE

Questa fase può essere divisa in due sub-fasi. Quella di attuazione, che prevede l'esecuzione materiale e concreta del progetto secondo quanto stabilito nella fase precedente di programmazione e la fase di completamento o chiusura, che possiede una propria autonomia, poiché coinvolge tutte le attività di amministrazione pura, connesse alla sfera economica come la rendicontazione e la redazione di bilanci consuntivi che comprende anche la liquidazione dei saldi

a tutti i fornitori.

La fase di esecuzione comporta la vera e propria realizzazione dell'evento artistico. Rappresenta l'apice di tutte le attività ed operazioni che abbiamo sin qui analizzato, e la risposta fornita dal pubblico in termini di presenze numeriche e *feedback* rilasciati è il primo sintomo di successo o insuccesso dell'evento artistico.

Praticamente in questo momento il *project manager* osserva il compimento delle attività di ideazione e programmazione. In parole povere, tramite azioni concrete di attività specifiche, economico-finanziarie, tecnico-logistiche, prende finalmente vita la sinergia tra i diversi aspetti che sono inevitabilmente concatenati e che presentano reciproche ricadute.

Quando il progetto è stato completato, si passa allo svolgimento delle operazioni di chiusura che si differenziano in operazioni di tipo organizzativo, che riguardano il ripristino delle condizioni originali, sia della *location* che va ripristinata, mentre per quanto riguarda i materiali noleggiati vanno restituiti, si devono attuare azioni di smontaggio e disallestimento. Nelle chiusure bisogna inoltre considerare le attività di archiviazione del progetto.

Tutti i materiali illustrativi, redazionali ma anche *flyer* e rassegne stampa, comprovanti il reale accadimento devono essere archiviati a sostegno delle verifiche dei piani finanziari. In realtà sono le chiusure amministrativo burocratiche, ad essere le più complicate.

Riguardano la conclusione dei contratti, con la liquidazione dei pagamenti finali, è necessario onorare gli impegni economici con i fornitori, i collaboratori e le strutture che hanno offerto il loro contributo.

In più è questo il momento per concludere le operazioni economico finanziarie con le chiusure dei vari documenti contabili, di bilancio, e anche gli adempimenti fiscali.

Tutte le azioni di rendicontazione vanno controllate, verificate ed eseguite con meticolosa attenzione, soprattutto per le questioni legate alla corresponsione della percentuale destinata alla stazione appaltante.

COMUNICAZIONE E MARKETING DELL'EVENTO

Un altro aspetto fondamentale per l'evento, ovvero la comunicazione.

Logo e Identità visiva

Creare un logo o un simbolo che richiami l'energia del Carnevale, utilizzando colori vivaci e simboli tipici.

La comunicazione all'esterno

Tale processo è indispensabile per assicurare una ottima riuscita dell'evento artistico in termini di presenze di pubblico, attraverso diverse modalità: comunicazione esterna, sui media sul web, sui social media.

La comunicazione durante l'evento

Comunicazione da strutturare con dirette streaming sia sul web che sui media tradizionali radio e tv.

LA MATRICE DEI RISCHI

Premessa

Il presente documento descrive la tipologia ed il correlato grado di rischio commisurato al servizio di gestione dell'attività DI ORGANIZZAZIONE, REALIZZAZIONE, GESTIONE E PROMOZIONE DELLA MANIFESTAZIONE CARNEVALE DI SCIACCA ANNI 2025-2026.

Il fattore "rischio operativo" è ciò che distingue l'appalto dalla concessione, come meglio indicato dall'art 177 del D.lgs. 31 marzo 2023, n. 36 (Codice dei Contratti Pubblici), rubricato "Contratto di concessione e traslazione del rischio operativo". Il rischio operativo è inteso come la possibilità che - in normali condizioni - le variazioni inerenti a costi/ricavi, disponibilità/domanda, incidano sull'equilibrio economico finanziario e pertanto si trasferiscano contrattualmente in capo al concessionario.

Di seguito si fa una descrizione della tipologia e del grado di rischio commisurato al contratto di concessione. Per la valutazione del rischio si utilizza una scala da 1 a 3 con i seguenti significati:

- 1) rischio basso: la probabilità che si verifichi l'evento rischioso è molto bassa o remota;
- 2) rischio medio: la probabilità che si verifichi l'evento rischioso è bassa anche se possibile;
- 3) rischio alto: la probabilità che si verifichi l'evento rischioso è alta;

In esito all'analisi effettuata, è stata individuata la presenza dei seguenti rischi:

TIPO DI RISCHIO	Probabilità del verificarsi del rischio	Maggiori costi e/o ritardi associati al verificarsi del rischio	Strumenti per la mitigazione del rischio	Rischio a carico del privato (si/no)	Rischio a carico P.A. (si/no)
Rischio di diminuzione vendita biglietti	alta	Diminuzione dei ricavi	Aumento pubblicità Novità e scelte artistiche vincenti	sì	sì
Rischio aumento costi allestimento	bassa	Diminuzione dei ricavi	Flessibilità organizzativa	sì	no
Rischio di disponibilità ("performance") (capacità del concessionario di erogare le prestazioni)	media	Aumento dei costi; penali; risoluzione del contratto	Flessibilità organizzativa	sì	no
Rischio economico operativo	alto	Non completo recupero degli investimenti effettuati e/o dei costi sostenuti per gestire il servizio oggetto della concessione	Flessibilità organizzativa	sì	no
		Maggiori costi per spostamento date, eventuali	Flessibilità organizzativa		

Rischi atmosferici	alta	rimborsi biglietti	Capacità decisionale in situazioni di criticità	sì	no
--------------------	------	--------------------	---	----	----

LA GESTIONE ECONOMICA

Si parte dalla definizione del bacino di utenza, ovvero, fin dove può arrivare la disponibilità dello spettatore a seguire l'evento.

Dalle passate edizioni si evince la capacità di attrarre pubblico da tutto il territorio regionale e in parte anche extra regionale, in funzione ovviamente dalla caratteristica dell'evento e dalla sua storicità.

PROSPETTO COSTI

PROSPETTO COSTI								
				2025 [€]	2026 [€]			
1	Allestimento e gestione area							
1.1	Allestimento palco modulare per esibizioni gruppi mascherati			40.000,00	40.000,00			
1.2	Allestimento percorso sfilata e collocazione sullo stesso dei carri allegorici			10.000,00	10.000,00			
1.3	Organizzazione e gestione accessi alla manifestazione			50.000,00	50.000,00			
1.4	Piano di sicurezza, sanitario, autorizzazioni e collaudi			10.000,00	10.000,00			
1.5	Servizio di sicurezza antincendio			25.000,00	25.000,00			
1.6	Allestimento stand			15.000,00	15.000,00			
	WC chimici			40.000,00	40.000,00			
1.7	Copertura Assicurativa			5.000,00	5.000,00			
1.8	Garanzia provvisoria e definitiva			500,00	500,00			
TOTALE				A 180.500,00	B 180.500,00	TOT A+B	361.000,00 €	

PROSPETTO COSTI							
				2025 [€]	nota	2026 [€]	
2	Costi artistici e promozione						
2.1	Evento Anteprema Carnevale			3.000,00		3.000,00	
2.2	Coordinamento ed organizzazione sfilata dei carri allegorici e dei gruppi mascherati ed esibizioni dei carri			10.000,00		10.000,00	
2.3	Presentatori della manifestazione			5.000,00		5.000,00	
2.4	Attività promozionale della manifestazione e logo			30.000,00		30.000,00	
2.5	Direzione Tecnica/Artistica			10.000,00		10.000,00	
			TOTALE	C 58.000,00	D	58.000,00	
					TOTALE C+D	116.000,00 €	

	TOTALE GENERALE	A+ C	238.500,00	B+ D	238.500,00	TOT A+B+C+D	477.000,00 €
--	------------------------	-------------	-------------------	-------------	-------------------	--------------------	---------------------

TABELLA RIEPILOGATIVA

COSTI			
		2025 [€]	2026 [€]
1	Allestimento e gestione area	180.500,00	180.500,00
2	Costi artistici e promozione	58.000,00	58.000,00
TOTALE COSTI		238.500,00	238.500,00
RICAVI			
		2025 [€]	2026 [€]
1	Stima introiti da biglietti venduti al netto di iva, siae e 40% destinata al Comune	203.727,27	203.727,27
2	Commercializzazione spazi espositivi	30.000,00	30.000,00
3	Sponsorizzazioni	15.000,00	15.000,00
TOTALE RICAVI		248.727,27	248.727,27
SALDO DI GESTIONE			
		2025 [€]	2026 [€]
TOTALE RICAVI – TOTALE COSTI		10.227,27	10.227,27

OSSERVAZIONI CONCLUSIVE

Considerato che gli introiti derivanti dalla vendita dei biglietti possono essere aleatori data l'imprevedibilità del mercato dettata dalla risposta del pubblico e da fattori esterni non gestibili (es. maltempo), risulta indispensabile che il soggetto che si occupa dell'organizzazione effettui scelte artistiche ed organizzative oculate, predisponga attività innovative capaci di generare attrattiva, ed una campagna di marketing efficace, incisiva, capillare e distribuita nel tempo, atta a raggiungere il maggior numero di persone.

Per quanto fino ad ora esaminato, si evince la sostenibilità dell'iniziativa.

REPORT DESCRIZIONE VISIVA AREA



