

Giunta Camerale

1 Ottobre 2019

Calendario 2019 Brixia Forum

Presentato in Consiglio Camerale 17.12.2018

FIERE	TEATRO DISPLAY	EVENTI PADIGLIONE
DENTRO CASA 01-02-03/3/2019 09-10/3/2019	1. NATALINO BASSO 12/01/2019 e 19/01/2019 2. SHAPIRO E VANDELLI 25/01/2019 3. MALIKA AYANE 09/02/2019 4. FEDERICO BUFFA 23/02/2019 5. JETHRO TULL 29/03/2019 6. MUSICAL LEONARDO 05/04/2019 7. CONCERTO JAZZ 12/04/2019 8. CONCERTO PFM 13/04/2019 9. MARK SHERMAN 16/04/2019 10. SPETTACOLO MAGGIO 2019	Assemblea BCC maggio 2019
MEMORIA EXPO 21-23/03/2019		1000 MIGLIA 16-17-18-19/05/2019
COSMOGARDEN 06-07-08/04/2019		CONCERTO TOZZI RAF 24/05/2019
FESTIVAL DELL'ORIENTE 28-29-30/09/2019	SFILATA MODA FOPPA 30/05/2019	Test Università Primi di settembre 2019
ROMBO DI TUONO 20-21/10/2019		Assemblea BCC 27-28/10/2019
SERVICE DAY Novembre 2019		
EXA Novembre 2019		Esame AVVOCATI dicembre

Dal 2016

**il Consiglio di Amministrazione di Pro Brixia
ha lavorato per riportare EXA a Brescia**

nel solco del mandato ricevuto :

- ✓ Incontrando con il Presidente Ambrosi il Dr. Maurizio Zipponi ,
- ✓ Incontrando i rappresentanti dell'Industria e dell'Artigianato della Filiera,
- ✓ Visitando HEAT a Vicenza (Febbraio 2017)

Da subito ci è stato chiesto di **INNOVARE il format e creare un evento ATTRATTIVO che non replicasse il passato**

Per questo abbiamo seguito un percorso che ha visto 3 Step:

- ① **ASCOLTO** della Filiera : desiderio di una Fiera che parli di **UOMO NATURA AMBIENTE** UNA Onlus è la Fondazione che ha promosso un vero cambiamento culturale superando le distanze fra il mondo venatorio e quello ambientalista, grazie anche alla collaborazione con il mondo accademico
- ② **DIALOGO** con altre Filiere di **TERRITORIO** per un progetto **NON SETTORIALE** che ha trovato la condivisione di AIB e COLDIRETTI sancita da un Protocollo di intesa con la CCIAA
- ③ **STUDIO DI FATTIBILITA' DEL NUOVO EVENTO** da approvare in CDA Pro Brixia
**TUTTI GLI STEP SONO STATI COMPIUTI , IL CDA HA DELIBERATO LA
FIERA PER NOVEMBRE 2020**

CONCEPT

Il concept «Selvatico, Naturale, Spontaneo» proposto dalla **Università di Pollenzo** su richiesta di Fondazione UNA Onlus rappresenta «tutto ciò che è presente in natura (prodotti / energie / risorse / opportunità)» ed è declinato in esperienze, buone pratiche, eccellenze in cui «la creatività umana trova il modo più sostenibile possibile per utilizzare e sfruttare queste opportunità»

SISTEMA VALORIALE

Il sistema valoriale, che evolverà nel tempo, esplicita concetti/nozioni fedeli al concept attorno ai quali è ispirata e declinata la strategia e l'azione operativa di **tutti i portatori di interessi**

Tutti i portatori di interesse sono gli ambasciatori del sistema valoriale sia nell'ambito della manifestazione che in relazione alle iniziative ad essa correlate

A tutela del sistema valoriale, declinato in linee guida, è nominato un **Comitato Tecnico Scientifico** incaricato del supporto alla progettazione dei contenuti e della attività di supervisione rispetto alla selezione di espositori e fornitori. Si sono già tenuti incontri con gli Atenei bresciani e il Politecnico di Milano, oltre alla Università di Pollenzo

LE ESPERIENZE

Le esperienze e i settori rappresentati all'interno della manifestazione, coerenti con sistema valoriale e concept, evolveranno e si arricchiranno nel tempo

Le esperienze si concretizzano in percorsi guidati che sviluppano tematiche trasversali a taluni concetti/nozioni del sistema valoriale e settori

Il racconto delle esperienze avviene utilizzando linguaggi che superano la semplice esposizione di prodotto ma utilizzano video e proiezioni così da coinvolgere anche emotivamente il visitatore

Fattori critici di successo dell'iniziativa

- ✓ Alta qualità (spazi, organizzazione, espositori, esperienze)
- ✓ «Manifestazione vetrina» di pratiche virtuose
- ✓ Esperienze in grado di «far cambiare idea»
- ✓ Target visitatori ampio sia per geografia sia per tipologia
- ✓ Espositori «premium in class»
- ✓ Start up dell'iniziativa «*Failure is not an option*»
- ✓ Ruolo attivo dei partner per il successo dell'iniziativa
- ✓ Valorizzazione territoriale e leadership

Target dell'iniziativa

La manifestazione ha un format rivolto prevalentemente al **grande pubblico (B2C)**, contemplando opportunità B2B temporalmente definite.

Spazi adibiti alla **presentazione dei prodotti/servizi** a cura degli espositori con la **possibilità di acquisto da parte del visitatore** potranno essere collocati in aree limitrofe alla fiera e/o in altri punti della città **in logica di «fuorisalone»**

«Esperienza» «Prodotto»

La manifestazione ha una connotazione prevalente esperienziale che lascia comunque spazio all'esposizione di prodotto nel rispetto del format sia in termini di organizzazione dello spazio espositivo sia in termini di approccio comunicativo.

Avremo :

- ◆ Spazi dedicati alla comunicazione del concept e del sistema Valoriale;
- ◆ aree progettate per far vivere percorsi «emotivamente» coinvolgenti,
- ◆ spazi dedicati a formazione, laboratori e convegni
- ◆ Spazi commerciali dal taglio esperienziale, dove gli espositori possono coniugare la presentazione e la vendita dei propri prodotti/servizi e raccontare pratiche virtuose
- ◆ aree dedicate al networking B2B

Allestimenti all'avanguardia

La matrice esperienziale della manifestazione è declinata in allestimenti innovativi ad essa coerenti

Gli allestimenti saranno progettati **dall'Università IUAV** di Venezia, specializzata nella ricerca di nuove avanguardie della modularità basate sui principi della natura, sui suoi infiniti pattern e geometrie e caratterizzate da una filosofia di sostenibilità, riutilizzo e riciclo

Gli allestimenti saranno realizzati con l'utilizzo di materiali sostenibili e saranno riutilizzati mutando di anno in anno la loro composizione e adattandosi così all'evoluzione delle tematiche e degli spazi

Durata e programma

La manifestazione avrà una durata pari a **3 giorni** distribuiti durante il **weekend** (Venerdì, Sabato e Domenica)

Tenendo in considerazione l'offerta di manifestazioni fieristiche sul mercato e il portafoglio eventi ProBrixia la **prima edizione** della manifestazione Fieristica espositiva si svolgerà a **novembre 2020** con Anteprima di 1 giorno Venerdì 29.11.2019

La giornata di **venerdì** sarà aperta:

- nella mattinata al pubblico scolastico (scuole medie inferiori e superiori)
- nel pomeriggio al pubblico B2B, con incontri dedicati, tavole rotonde, visite guidate al percorso esperienziale della manifestazione ed una cena di gala

Le giornate di **sabato e domenica** saranno dedicate ad un pubblico B2C, che potrà partecipare anche a momenti convegnistici, seminariali, laboratoriali su prenotazione

Razionali alla base del calcolo dei ricavi

Dinamica di attrattività degli espositori

I **ricavi** sono **correlati ai mq venduti**: il variare del **numero di espositori** e del **mix dimensionale degli stand** acquistati, seppur ipotizzati nel modello, a parità di superficie commerciale netta venduta non inficia i risultati se non marginalmente

- ✧ Il mix di acquisto dei moduli potrà essere coerente alle esigenze di ogni partner e alla natura esperienziale del percorso espositivo
- ✧ Si ipotizza una crescente attrattività della manifestazione, che determina un incremento degli espositori del 55% tra la 1° e 4° quarta edizione
- ✧ Coerentemente alla crescita degli espositori ipotizzata, si prevede un incremento della superficie venduta da 7.000 a 8.200 mq nelle quattro edizioni

Razionali alla base del calcolo dei ricavi

Prezzi aree, allestimenti e servizi offerti agli espositori

- ✧ Si prevede l'obbligatorietà di **acquisto di spazi preallestiti** (non è possibile quindi acquistare solo area nuda)
- ✧ L'acquisto dello spazio determina il diritto di comparire sul **catalogo on-line senza** ulteriore **sovrapprezzo**
- ✧ Si evidenzia come **le imprese bresciane** abbiano la possibilità di usufruire del **50% di contributo camerale**

Prezzi:

Area Allestita €/mq 120/165 Partner

Area Allestita €/mq 150/195 MKT

Extra 2,5 €/mq (elettricità)+ 2,5 €/mq (pulizia)+ 40 €/mq (nolo tech)

Razionali alla base del calcolo dei ricavi

Ricavi da ingressi, parcheggi e ristorazione

Visitatori : Si ipotizza una crescente attrattività della manifestazione nel tempo, che determina un incremento da 15.000 a 30.000 tra la 1° e la 4° edizione

Costo del biglietto : 3 tipologie di ingresso

- Intero – 60% dei visitatori , Ridotto – 30% dei visitatori
- Gratuito – 10% dei visitatori

Si configura un **ricavo medio da ingresso visitatore** che cresce da 4€ a circa 11,3€ tra il 1° e il 4° anno

Parcheggi

Arrivo di 1 autovettura ogni 2,5 visitatori, Occupazione media del parcheggio gestito da BSMobilità compresa tra il 10% (anno 1) e il 35% (anno 4); occupazione media del parcheggio sterrato tra il 60% circa (anno 1) che raggiunge la saturazione completa nell'anno 3

Ricavi pari ad 1 €/vettura per il parcheggio sterrato e di 3,5 € per il parcheggio di BSMobilità (pari al 50% di quota retrocessa rispetto ai 7 € di ricavo complessivo)

Razionali alla base del calcolo dei ricavi

Ricavi da ingressi, parcheggi e ristorazione

Ristorazione da 4.000 a 9.000 €

- 1.000 €/giorno di canone locazione ristorante e spazi di ristoro
- 10% di quota variabile retrocessa dal ristoratore sullo scontrinato nei 3 giorni
- Numero di coperti pari al 3% del totale visitatori
(compresa cena di gala – ipotesi venerdì/sabato sera)
- Scontrino medio pari a 20 €

Calcolo dei ricavi - Sintesi delle evidenze

Ricavi incrementano da 984 K€ a 1.536 k€

Razionali alla base del calcolo dei costi

Dinamica delle aree espositive e relativi costi di allestimento

Superficie lorda della manifestazione per tipologia (mq; 2020 - 2023)

- Da mq 10.667 a 12.267
- Costo €/Mq Allestimento 70 Aree comuni esperienziali 30
Aree comuni 5 - Costo medio al mq lordo 50

Convegnistica e laboratori

- Si ipotizza un numero di workshop/laboratori che varia da 7 (anno 1) a 15 (anno 4), ciascuno tenuto da 1 relatore/formatore
- Sono previsti da 4 (anno 1) fino a 8 (anno 4) eventi convegnistici, ciascuno di essi tenuto da 5 relatori/formatori
- A ciascuno dei relatori/formatori intervenuti è riconosciuto un rimborso (vitto e alloggio) pari a €300

Razionali alla base del calcolo dei costi

Costi legati a Fuorisalone, comunicazione e marketing

Per gli eventi del **Fuorisalone** si ipotizza uno stanziamento forfettario pari a €60.000 per il 1° anno sino a €110.000 a partire dal 3° anno

Comunicazione e marketing

- Si prevedono costi legati alla creazione dell'identità e dell'immagine coordinata della manifestazione pari a €35.000 (anno 1); dall'anno 2 pari a €13.000 per manutenzione/aggiornamento
- I costi legati a pubblicità e promozione (pubblicità, banner grafici, relazioni esterni e ufficio stampa) si ipotizzano pari a €80.000 annui
- A partire dall'anno 2 si prevede un costo pari a €35.000 per comunicazione e marketing con l'estero; dal 3° anno pari a €80.000
- Per la realizzazione del catalogo online si prevede un costo pari a €100 per espositore

Costi

Nel corso delle quattro edizioni i **costi incrementano da 975 K€ a 1.310 K€**; i

Sintesi delle evidenze costi di gestione e di riprese sono la principale voce di spesa con un'incidenza costante pari al 50%

Margine

Sintesi delle evidenze

La manifestazione è caratterizzata da un **marginale positivo già a partire dalla prima edizione**; la marginalità arriva ad un valore di oltre **220.000 €** nel quarto anno di fiera

Da EXA a

FUTURA

Economia x

l'Ambiente

Evoluzione dei principali valori aziendali

Fare clic sull'icona per inserire una tabella

	Anno 2019 preventivo
Ricavi ordinari al netto del contributo camerale	€ 2.576.824
Costi per progetti ed iniziative	€ 2.625.025
Spese del personale	€ 684.969
Spese di funzionamento	€ 189.018
Contributo camerale	€ 1.010.000

Un evento in collaborazione con **BRESCIATOURISM** che ottimizzi
la sinergia per una **migliore accoglienza degli espositori e visitatori**
e porti **indotto economico sul territorio**
a Hotel e Strutture Ricettive
ai commercianti del Centro Storico di Brescia
ai musei bresciani integrando la proposta culturale
grazie al contratto di rete FARE siglato a Febbraio 2017



FUTURA ECONOMIA X L'AMBIENTE





IL SEGRETARIO GENERALE

(Dr Massimo Ziletti)

Firma digitale ai sensi dell'art. 24 del d.lgs 7 marzo 2005, n. 82 "Codice dell'amministrazione digitale"

IL PRESIDENTE

(Dr Giuseppe Ambrosi)