



## I.M. LICEI "TOMMASO CAMPANELLA"

SCUOLA CAPOFILA DI AMBITO 2 REGIONE CALABRIA PROVINCIA DI COSENZA  
LICEI : SCIENTIFICO-CLASSICO-LINGUISTICO-SCIENZE UMANE-SCIENZE APPLICATE- ECONOMICO SOCIALE- MUSICALE-  
COREUTICO

Via Annunziata, 4 – 87021 Belvedere Marittimo (CS)

Tel/fax: 0985 82409 siti: [www.liceibelvedere.gov.it](http://www.liceibelvedere.gov.it) – [www.liceobelvedere.gov.it/capofila](http://www.liceobelvedere.gov.it/capofila)

e-mail : [cspm070003@istruzione.it](mailto:cspm070003@istruzione.it) pec:[cspm070003@pec.istruzione.it](mailto:cspm070003@pec.istruzione.it)

**BUSINESS IDEA  
EVENT MANAGEMANT**

### DESCRIZIONE DELL'INIZIATIVA IMPRENDITORIALE PROPOSTA E PROGRAMMA DEGLI INVESTIMENTI

<p><b>1) Profilo del soggetto proponente</b> (Descrivere il profilo formativo e professionale del soggetto proponente mettendo in evidenza in particolare gli aspetti rilevanti per l'idea imprenditoriale proposta)</p>	<p><b>Introduzione</b> Molte organizzazioni, indipendentemente dalla loro natura - profit, non profit, pubbliche - mostrano un crescente interesse verso gli eventi, sempre più percepiti come fondamentali all'interno del mix di attività di promozione e comunicazione. Anche chi non ha conoscenze specifiche in merito o non ha esperienza nell'organizzazione di eventi intuisce infatti che si tratta di uno strumento complesso e vuole indagare quali sono gli elementi necessari per garantirne la riuscita. L'evento è uno strumento, complesso e articolato che presenta numerosi vantaggi che se ben sfruttati possono contribuire agli obiettivi che una organizzazione si è data. la pianificazione è fondamentale così come anche, grosse dosi di creatività, capacità di gestione e attitudine a coordinare competenze diverse. I proponenti della costituenda attività aziendale sono gli studenti della classe IIIM liceo musicale, i quali, all'interno del loro percorso formativo di A.S.L. grazie al loro piano di studi che li abitua e coinvolge in vari modi a partecipare in manifestazioni diversificate, hanno deciso di orientare la loro idea di impresa simulata per lo sviluppo, la valorizzazione e la promozione culturale del territorio attraverso <b>l'organizzazione di eventi</b> prettamente a carattere musicale realizzando una vera e propria agenzia eventi con sala di registrazione annessa con l'obiettivo di occuparsi e organizzare promozioni musicali tramite eventi vari ( feste, fiere sagre sul territorio, concorsi, lezioni concerto, convegni, meeting, briefing lancio di prodotti musicali anche inediti). L'organizzazione di un evento oltre a prevedere competenze tecniche, bisogna affidarsi all'esperienza che permette di introdurre elementi di relazione e comunicazione non verbale all'interno dell'evento - ad esempio attraverso la multisensorialità: suoni, luci, cibo, allestimento, giochi. Più del 90% della comunicazione tra individui è non-verbale e l'evento centrato sull'esperienza permette di poter utilizzare i canali di comunicazione non verbali per creare una relazione più solida con il proprio pubblico.</p> <p>Attraverso tale percorso formativo scolastico gli studenti che hanno competenze musicali e sono già inseriti nel circuito di eventi pubblici e privati amplieranno le loro capacità professionali maturando esperienze formative e un'elevata conoscenza del tessuto imprenditoriale dove essi vivono ed operano.</p>
<p><b>2) Caratteristiche dell'iniziativa progettuale</b> (Descrivere l'idea imprenditoriale che si intende realizzare – i presupposti e le motivazioni che ne sono all'origine – lo specifico</p>	<p>Il Progetto propone di far scoprire e conoscere alle giovani generazioni come si organizza, si predispongono e si realizza un evento. Il primo passo consiste nel predisporre una sorta di "scaletta", di sceneggiatura di come si vorrebbe l'evento/i:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>l'individuazione della possibile sede/location</b></li> <li>• <b>l'individuazione dei tempi</b></li> <li>• <b>la definizione degli aspetti organizzativi</b></li> <li>• <b>la definizione del team di lavoro</b></li> <li>• <b>la definizione dei contenuti di massima.</b></li> </ul>



## I.M. LICEI "TOMMASO CAMPANELLA"

SCUOLA CAPOFILA DI AMBITO 2 REGIONE CALABRIA PROVINCIA DI COSENZA  
LICEI : SCIENTIFICO-CLASSICO-LINGUISTICO-SCIENZE UMANE-SCIENZE APPLICATE- ECONOMICO SOCIALE- MUSICALE-  
COREUTICO

Via Annunziata, 4 – 87021 Belvedere Marittimo (CS)

Tel/fax: 0985 82409 siti: [www.liceibelvedere.gov.it](http://www.liceibelvedere.gov.it) – [www.liceobelvedere.gov.it/capofila](http://www.liceobelvedere.gov.it/capofila)

e-mail : [cspm070003@istruzione.it](mailto:cspm070003@istruzione.it) pec:[cspm070003@pec.istruzione.it](mailto:cspm070003@pec.istruzione.it)

### BUSINESS IDEA EVENT MANAGEMANT

<p>settore d'intervento – la validità sociale ed economica – la ricaduta occupazionale)</p>	<p>(Uno schema molto semplice consisterà nell'elencare le diverse attività che l'organizzazione dell'evento comporta, assegnando a ogni attività una data di scadenza entro la quale deve essere completata e decidendo chi se ne deve occupare.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la definizione di ospiti, relatori, guest star ecc.</li> </ul> <p><b>Per l'organizzazione di un evento in un luogo pubblico si consulerà il sito del Comune destinato a ospitarlo o comunque gli uffici preposti e richiedere tutte le informazioni necessarie (permessi, fattibilità, ecc).</b></p> <p>Dopo un'analisi circoscritta alla zona in cui dovrebbe sorgere la nuova attività, si evidenzia che attualmente sul territorio esistono poche agenzie di questo tipo riconosciute. L'idea in termini di prodotto e di servizio, richiede, una notevole conoscenza del territorio e del contesto imprenditoriale e culturale ad esso connesso. I presupposti e le motivazioni principali, alla base di tale iniziativa imprenditoriale, risiedono proprio nella volontà di coniugare le conoscenze musicali, tecnologiche con la tradizionale conoscenza del territorio: creare una agenzia eventi può diventare per il territorio prettamente turistico una vetrina di promozione del suo patrimonio e delle sue tradizioni.</p> <p>Per quanto concerne la validità economica e sociale dell'iniziativa è opportuno evidenziare una serie di vantaggi. Vengono elencati qui di seguito quelli più rappresentativi: esclusività in un'area priva di attività similari; benefit derivanti dal "brand" scolastico: la "rete studentesca" potrebbe generare un effetto moltiplicatore per la diffusione e per la buona riuscita dell'iniziativa e per la distribuzione del servizio, così da sfruttare come politica commerciale il passaparola tra gli studenti della scuola provenienti non solo dal Comune di Belvedere, ma anche dai Paesi limitrofi. In termini di ricadute occupazionali, effettuando una prudente e reale previsione, sarà necessario nel breve periodo (2 anni) impegnare altre unità occupazionali in più con mansioni diverse e con know-how specifici di settore, mentre nel medio periodo (circa 2/3anni) saranno reclutate ulteriori unità occupazionali aggiuntive con funzioni commerciali e di collaborazione.</p>
<p><b>3)Prodotto /Servizio</b> (Descrivere le caratteristiche del Prodotto/Servizio che si intende realizzare</p>	<p><b>La proposta progettuale prevede la creazione e la realizzazione di una agenzia eventi che si occuperà di svolgere le seguenti attività:</b> <i>promozioni musicali con arrangiamenti, brano inedito, con uso della sala di registrazione eventi manifestazioni (feste, fiere sagre sul territorio),concerti con funzioni didattiche per coniugare ed accrescere la cultura musicale partendo</i> anche da semplici lezioni concerto, alla festa delle matricole da svolgere durante varie ricorrenze nelle varie scuole di ogni ordine e grado.</p> <p>Che si tratti di un prodotto, di un servizio o di una buona causa le campagne promozionali più efficaci si basano sulla possibilità di rivolgersi al proprio target facendo fare esperienza di quel prodotto, servizio o causa, in modo da creare con esso un legame di tipo personale, per questo unico e quindi più forte. <b>L'evento diventerà uno strumento di promozione, comunicazione, educazione e deve avere</b> una logica collocazione all'interno di strategie comunicative e promozionali. Occorre dunque, riflettere sugli obiettivi. in termini di</p>



## I.M. LICEI "TOMMASO CAMPANELLA"

SCUOLA CAPOFILA DI AMBITO 2 REGIONE CALABRIA PROVINCIA DI COSENZA  
LICEI : SCIENTIFICO-CLASSICO-LINGUISTICO-SCIENZE UMANE-SCIENZE APPLICATE- ECONOMICO SOCIALE- MUSICALE-  
COREUTICO

Via Annunziata, 4 – 87021 Belvedere Marittimo (CS)

Tel/fax: 0985 82409 siti: [www.liceibelvedere.gov.it](http://www.liceibelvedere.gov.it) – [www.liceobelvedere.gov.it/capofila](http://www.liceobelvedere.gov.it/capofila)

e-mail : [cspm070003@istruzione.it](mailto:cspm070003@istruzione.it) pec: [cspm070003@pec.istruzione.it](mailto:cspm070003@pec.istruzione.it)

### BUSINESS IDEA EVENT MANAGEMANT

	<p>promozione, delle risorse a disposizione e della loro allocazione, nella logica del più efficace mix di strumenti utilizzabili per il raggiungimento. La costituenda attività si occuperà della divulgazione della cultura e del patrimonio musicale affrontando con la realizzazione di un inedito tematiche e problematiche sociali attuali (come l'emigrazione, l'integrazione, ecc.) e nel contempo pubblicherà il prodotto per sensibilizzare la comunità territoriale e permettere alle attività turistiche, economiche e sociali presenti nel territorio di essere valorizzate e diffuse. In particolare, la sua funzione essenziale riguarderà l'incontro tra la domanda di cultura e conoscenza e l'offerta di quanto bello, interessante e peculiare esiste sul territorio.. La costituenda attività è annoverata tra le aziende che offrono attività di servizi.</p>
<p><b>4)Lo scenario di riferimento</b>  (Descrivere il mercato di sbocco)</p>	<p>L'attività si occuperà specificamente di promuovere attraverso eventi vari, anche tramite videoclip il territorio di Belvedere, anche se ne esistono altre che indirettamente, su scala nazionale, operano comunque nella zona.</p> <p>Considerando, comunque, l'intera fascia tirrenica che comprende, da Sud a Nord, tutti i Comuni da Paola a Scalea, si contano oltre 70.000 residenti (fonte Istat, 2016). Questi dati corrispondono soltanto ai residenti abituali; se volessimo considerare anche i turisti che ogni anno popolano le aree indicate, la numerosità supererebbe tranquillamente le 100.000 unità: una potenziale domanda da non sottovalutare e che direttamente o indirettamente già conoscono la città di Belvedere e che, quindi, sarebbero facilitati nel venire in contatto con la futura agenzia. Nel potenziale mercato di riferimento vengono considerati la progressiva interazione tra on-line e off-line</p> <p>Come già detto è possibile sfruttare i vantaggi della comunicazione always-on propria di internet e dell'interazione che caratterizza gli strumenti social, e integrarli nel percorso di organizzazione e promozione dell'evento.</p> <p>Ci sono poi alcuni eventi che possono essere organizzati anche solo on-line. L'evento consiste nel darsi un appuntamento (o più appuntamenti) e in un prestabilito momento far "succedere" qualcosa on-line (connettersi a uno stesso sito, inviare un messaggio ecc.).</p> <p>Come molti sapranno Facebook offre la specifica funzione "evento".</p> <p>È un modo pratico e veloce per raccogliere adesioni e verificare la partecipazione degli invitati.</p>
<p><b>5)Gli investimenti</b>  (Descrivere le modalità di realizzazione dell'iniziativa progettuale – i beni oggetto dell'investimento – le</p>	<p>Come detto più volte l'evento è uno strumento complesso e che può richiedere molte risorse Per questo l'investimento fatto scegliendo di organizzare un evento deve essere ottimizzato nel tempo. Occorre che i contatti e la comunicazione relativa all'evento siano estesi nel tempo. Una buona norma è che l'evento sia collegato a tutte le altre forme di comunicazione e promozione, all'interno di un quadro organico che può garantire il massimo ritorno degli investimenti.</p> <p><b>Può risultare vincente fare dell'evento un appuntamento ricorrente, identificandolo come elemento centrale della promozione dell'associazione stessa: la scuola (es. Festa delle Matricole, concorso musicale lezione concerto). Fare diventare l'evento un</b></p>



## I.M. LICEI "TOMMASO CAMPANELLA"

SCUOLA CAPOFILA DI AMBITO 2 REGIONE CALABRIA PROVINCIA DI COSENZA  
LICEI : SCIENTIFICO-CLASSICO-LINGUISTICO-SCIENZE UMANE-SCIENZE APPLICATE- ECONOMICO SOCIALE- MUSICALE-  
COREUTICO

Via Annunziata, 4 – 87021 Belvedere Marittimo (CS)

Tel/fax: 0985 82409 siti: [www.liceibelvedere.gov.it](http://www.liceibelvedere.gov.it) – [www.liceobelvedere.gov.it/capofila](http://www.liceobelvedere.gov.it/capofila)

e-mail : [cspm070003@istruzione.it](mailto:cspm070003@istruzione.it) pec:[cspm070003@pec.istruzione.it](mailto:cspm070003@pec.istruzione.it)

### BUSINESS IDEA

### EVENT MANAGEMANT

previsionsi di spesa)	<p><b>appuntamento fisso consente di ottimizzare gli investimenti e di concentrare le risorse in un momento che può essere più facilmente ricondotto alle attività dell'impresa.</b></p> <p>La realizzazione della presente proposta progettuale prevede una serie di piccoli investimenti, fondamentali per il buon andamento dell'attività. Sono necessarie, in fase iniziale, delle spese relative alla fornitura e posa in opera degli impianti (elettrico, rete LAN, telefonico, di illuminazione, di condizionamento) necessari allo svolgimento delle normali attività di ufficio del locale (già individuato) dove troverà sede l'attività, ed altre spese rivolte all'acquisto di attrezzature informatiche/musicali come software musicali e di grafica per brochure e manifesti, mobili e arredi, tese ad allestire sia internamente che esternamente l'ufficio dove poter concretamente svolgere le attività di back office per campagna di promozione e pubblicitaria. Il programma di investimento infatti, si compone, di una quota per la pubblicità, piuttosto elevata nel primo periodo di attività e del canone di locazione del locale, oltre che le spese varie, burocratiche ed amministrative, per l'avvio dell'attività.</p> <p>Le spese relative al tecnico del suono e agli informatici per la sala di registrazione e il laboratorio di tecnologie musicali, dipenderanno dalla capacità degli studenti di apprendere nel più breve tempo possibile e replicare quanto appreso lavorando al al loro fianco.</p>
<p><b>6)Le risorse finanziarie</b></p> <p>(Descrivere le fonti di finanziamento)</p>	<p>Una fase sempre molto delicata sono <b>le risorse finanziarie</b>, sia quelle necessarie per la realizzazione di un evento, sia eventualmente di quelle che l'evento permette di ottenere.</p> <p>In breve il piano economico dell'evento deve rispondere alle seguenti domande:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qual è il budget?</li> <li>• Qual è, se previsto, l'obiettivo di incassi?</li> </ul> <p>In definitiva, possiamo affrontare l'evento?</p> <p>Il budget è una previsione che permette di pianificare le spese e i ricavi collegati, uno strumento necessario per guidare le scelte relative a cosa e come organizzare l'evento, in base alle risorse finanziarie disponibili.</p> <p>Un semplice schema di budget consente di indicare da un lato i costi che si intendono sostenere e, dall'altro, le possibili fonti di ricavi. <b>Quando si redige un budget è buona norma prevedere un margine - in genere nell'ordine del 5% - di scostamento, in modo da non trovarsi impreparati nel caso di costi imprevisti.</b> Oltre a quella operativa e finanziaria, occorre procedere anche alla <b>pianificazione delle attività di marketing, di promozione dell'evento e del prodotto/i musicale</b>; ad es. l'invito deve essere accattivante e dovrà fornire tutte quelle informazioni necessarie alla partecipazione. La copertura degli investimenti sarà garantita da finanziamento bancario a medio termine e da mezzi propri. Per la restante parte, non coperta dal finanziamento bancario, si ricorrerà a mezzi propri.</p> <p>Infine, l'Iva a credito maturata dall'acquisto dei beni verrà portata a compensazione dell'Iva a debito derivante dal ricavato dell'evento organizzato.</p>
<b>7)Proiezioni economiche-</b>	<p>Il settore musicale risente in parte della crisi economica quindi è importante coinvolgere sponsor o partner che sostengono le spese dell'evento . Molte aziende o enti hanno interesse a</p>



## I.M. LICEI "TOMMASO CAMPANELLA"

SCUOLA CAPOFILA DI AMBITO 2 REGIONE CALABRIA PROVINCIA DI COSENZA  
LICEI : SCIENTIFICO-CLASSICO-LINGUISTICO-SCIENZE UMANE-SCIENZE APPLICATE- ECONOMICO SOCIALE- MUSICALE-  
COREUTICO

Via Annunziata, 4 – 87021 Belvedere Marittimo (CS)

Tel/fax: 0985 82409 siti: [www.liceibelvedere.gov.it](http://www.liceibelvedere.gov.it) – [www.liceobelvedere.gov.it/capofila](http://www.liceobelvedere.gov.it/capofila)

e-mail : [cspm070003@istruzione.it](mailto:cspm070003@istruzione.it) pec: [cspm070003@pec.istruzione.it](mailto:cspm070003@pec.istruzione.it)

### BUSINESS IDEA EVENT MANAGEMANT

<b>finanziarie dell'iniziativa progettuale</b> (Illustrare brevemente le previsioni di sviluppo economico e finanziario nel primo triennio di attività)	<p>sostenere progetti collegati a una buona causa, per le loro attività di marketing e di corporate social responsibility a cui noi come impresa simulata risponderemo. È opportuno però ricordare sempre che una sponsorizzazione o una collaborazione per l'organizzazione di un evento è un vero contratto di scambio (a meno che non si tratti di una sorta di donazione/contributo per le spese) che deve essere di mutuo beneficio. Occorre quindi stabilire obiettivi reciproci e capire che cosa ragionevolmente si può offrire e ricevere dallo sponsor. E' importante rivolgersi a sponsor tecnici che mettono a disposizione, attrezzature, in cambio di visibilità e promozione collegata all'evento. I media possono essere considerati sponsor tecnici. Si potrà scegliere anche di stringere una collaborazione, collegata all'evento, con uno o più media (stampa, radio, tv, web), collaborazione che offre occasioni di visibilità e promozione all'evento e che conferisce un elemento di attrazione in più. Analizzando il mercato di riferimento ed effettuando delle previsioni secondo un atteggiamento prudentiale, l'attività dovrebbe generare già nel primo anno un discreto margine di guadagno, comunque tale da coprire le spese dell'organizzazione</p> <p>A partire dal secondo anno si prevede un incremento di fatturato da consentire l'assunzione di ulteriori unità operative. Le previsioni sono buone, considerando il trend seguito da tutte le altre attività simili in Italia nell'arco dei primi 24 mesi. In questo secondo periodo di previsione, oltre che garantire la copertura delle spese previste, compreso il rimborso delle rate del finanziamento, si prevede un ampio margine di guadagno per i titolari dell'agenzia, ovvero gli studenti delle classi.</p> <p>Dal terzo anno in poi l'attività sarà a pieno regime. Si prevede l'assunzione di altre unità lavorative (con funzioni di collaborazione) ed i margini di guadagno, per i titolari ed i dipendenti, saranno tali da garantire sostenibilità nel tempo.</p> <p>In termini di fatturato annuo ci si attende incremento del 30%.</p>
--	--

### ALTRE INFORMAZIONI

8) Ubicazione dell'unità nella quale si intende realizzare il programma degli investimenti	Comune di <i>BELVEDERE</i> Prov (CS)
9) Titolo di possesso dell'unità nella quale verrà realizzata l'attività	Proprietà
	Comodato di uso gratuito
	Affitto <b>X</b>
10) Tempi di realizzazione degli investimenti:	n. mesi 12 (DODICI)