

Relazione sulla fattibilità economica e finanziaria dell'opera "Impianto di risalita Piano Battaglia"

Importo dell'investimento: 3.670.000,00 euro.

Quota di capitale privato: 574.835,00 euro.

Il modello di rientro del capitale investito

Premessa

La Provincia Regionale di Palermo, nell'ambito del PIST n. 22 denominato "Città a Rete Madonie-Termini" che insiste sui territori madonita, cefaludese e termitano, ha presentato un programma di investimenti per la ristrutturazione dell'ormai obsoleto impianto di risalita per le piste sciistiche di Piano Battaglia. Di seguito si forniscono i tratti essenziali del programma di investimento:

INFRASTRUTTURE PER LA FRUIZIONE TURISTICO SPORTIVA DI PIANO BATTAGLIA			
AMMODERNAMENTO IMPIANTI DI RISALITA			
QUADRO ECONOMICO DELLA SPESA			
Num.	DESCRIZIONE	IMPORTO	IMPORTO
Ord.		(€)	(€)
	RIEPILOGO LAVORI		
A1)	DISMISSIONI-DEMOLIZIONI	93.369,52	
A2)	FORNITURE ELETTROMECCANICHE	1.906.250,00	
A3)	TRASPORTI E MONTAGGI	553.300,00	
A4)	OPERE CIVILI IMPIANTI FUNIVIARI	216.831,28	
A5)	MANUFATTI ACCESSORI	268.502,76	
A6)	SISTEMA TRASFORMAZIO MT-BT	69.812,21	
	ONERI PROG. ESECUTIVA OPERE CIVILI	27.569,99	
A7)	ONERI E COSTI DELLA SICUREZZA	33.944,42	
A)	SOMMANO I LAVORI	3.169.580,18	3.169.580,18
	di cui per Oneri relativi alla Sicurezza :	33.944,42	
	Importo dei Lavori Netto Oneri Sicurezza :	3.135.635,76	
B)	SOMME A DISPOSIZIONE		
B1)	I.V.A. (10% di A)	259.474,52	
B2)	ALLACCIO ENEL	22.324,67	
B2)	CONCESSIONI, AUTORIZZAZIONI ALLACCI, ECC.	10.000,00	
B3)	SPESE PUBBLICITA' E BANDO DI GARA	15.000,00	
B4)	CONTRIBUTO AUTORITA' VIGILANZA	500,00	
B5)	COMMISSIONE AGGIUDICATRICE	3.000,00	
B6)	COMPENSAZIONI AMBIENTALI (inerbimenti ecc.)	36.000,00	
B7)	SPESE TECNICHE per incentivo ex art. 18 legge n.109/1994	62.712,72	
B8)	SPESE ed oneri (prove ecc..) per collaudo statico	12.000,00	
B9)	SPESE per collaudo tecnico amministrativo	2.000,00	
B10)	SPESE TECNICHE per ufficio Direzione lavori e/o consulenze U.T.P. in fase di esecuzione:	32.400,00	
B11)	IMPREVISTI E/O ARROTONDAMENTI	45.007,91	
	SOMMANO LE ALTRE SOMME	500.419,82	500.419,82
	T O T A L E		3.670.000,00

Per la realizzazione di tale opera si è scelta la forma tecnica dell'appalto in concessione ai sensi dell'art. 143 del Dlgs. 163/2006, in quanto il concessionario sarà chiamato a sostenere oltre agli oneri della gestione anche una parte rilevante dell'investimento iniziale.

Per oltre un quindicennio (inizio degli anni '90 e fino quasi alla fine del 2000) l'impianto è stato gestito in economia dalla Provincia Regionale di Palermo. I dati e gli elementi derivanti da questo lungo periodo di gestione, unitamente ad altri dati che sono stati desunti da raffronti di tipo comparativo assunti per tipologie di servizio analoghe a quelle di che trattasi, hanno orientato i redattori del presente studio.

Il dato storico ci ha fatto rilevare che nel corso del tempo, gli attuali impianti hanno avuto un utilizzo medio di 60 giorni e come l'apertura degli stessi si sia concentrata soprattutto nei mesi di gennaio e di febbraio. Ovviamente gli impianti oggi inattivi, sono stati pensati e quindi realizzati per soddisfare le sole potenzialità connesse alla stagione sciistica.

Il Posizionamento marketing attuale del territorio

Il primo dato da considerare nella ricognizione del posizionamento turistico dell'area è l'assenza di un posizionamento "unitario", ovvero la compresenza di aree – la zona costiera e la parte interna – caratterizzate da prodotti turistici, sistemi di offerta, strutture ricettive e mercati turistici diversi.

La zona costiera (Cefalù ma anche Pollina, Campofelice di Roccella, Lascari e Termini Imerese), si pone come un importante epicentro turistico a livello regionale, nazionale e internazionale. È chiaramente Cefalù ad attirare la maggior parte degli arrivi e delle presenze turistiche, in virtù di un potere attrattivo decisamente elevato e di una offerta ricettiva quantitativamente notevole.

In quest'area il primo mercato straniero di riferimento è quello francese, che, come è noto, per quanto riguarda i viaggi in Sicilia, è fortemente attratto dal patrimonio culturale, che costituisce sempre la prima motivazione di vacanza. Nel caso del mercato francese quindi il potere attrattivo di Cefalù è da ricondurre non solo al prodotto turismo balneare, che invece è comunemente indicato come il turismo di Cefalù, ma anche ad un turismo culturale o almeno integrato. Tale rilievo riguarda certamente una piccola parte del mercato presente in questa zona, ma è da ritenersi almeno come un elemento da tenere in considerazione.

Pur in presenza di risultati turistici importanti, l'area costiera non è tuttavia esente da alcune criticità che limitano l'attrattività complessiva. Vi è innanzitutto una netta stagionalità dell'attività turistica, che vede un picco nella stagione estiva associato ad un brusco rallentamento negli altri mesi dell'anno. Vi sono poi problemi legati alla viabilità e alla congestione di traffico nell'alta stagione che richiamano la necessità di alcuni interventi di riqualificazione urbana e di valorizzazione della costa. Si avverte inoltre la necessità di un rinnovamento del prodotto e dell'offerta che miri, ad esempio, ad una integrazione e diversificazione – in questo senso si tratta di un'esigenza che si conforma pienamente alle prospettive di sviluppo turistico dell'intera area.

In sintesi il posizionamento del prodotto di quest'area si lega al turismo balneare, all'attrattiva culturale, alla possibilità, più o meno valorizzata, di accedere al vicino Parco delle Madonie.

Nel complesso la parte costiera delle Madonie sembra porsi per una buona parte dei turisti (specialmente stranieri e provenienti da altre regioni d'Italia) come un'importante tappa entro un viaggio più lungo in Sicilia. Tale ipotesi è in parte confermata dal confronto fra la permanenza media a Pollina, piuttosto elevata, a conferma di un turismo più prettamente balneare, con quella di Cefalù, più ridotta, che farebbe pensare ad una sosta lungo un itinerario culturale, laddove non si tratti di uno short break.

Nelle aree interne delle Madonie invece l'attività turistica è molto più modesta. Si tratta in questo caso di un

turismo in gran parte di prossimità, proveniente quindi da altre zone della Sicilia e, in misura minore, da altre regioni o dall'estero. Il prodotto è chiaramente legato all'attrattiva naturalistica e alle attività escursionistiche, oltre che – per un breve periodo - alla pratica dello sci a Piano Battaglia.

Oltre al ridotto afflusso turistico nei comuni dell'interno, vi sono altri fattori che contribuiscono a determinare un posizionamento piuttosto debole. Ad esempio il dato sulla permanenza media, abbastanza contenuta, farebbe pensare ad un turismo "di passaggio" o concentrato nei fine settimana. Ma gli aspetti strutturali dall'attività turistica sono forse ancor più determinanti: l'offerta turistica è ancora molto frammentata, priva sia di una integrazione con gli altri settori produttivi dell'area, sia di una adeguata rete commerciale.

Vi sono carenze riscontrabili nella qualità dell'offerta e soprattutto nella formazione professionale delle figure addette. Anche i servizi e le strutture per le attività naturalistiche, sentieri, segnaletica, ecc., sono ancora inadeguati alle potenzialità che il territorio esprime.

Non ultimo, il territorio madonita è ancora poco conosciuto e comunicato, e incontra un livello di notorietà ancora ampiamente migliorabile; questo vale sia in generale, ad un livello "quantitativo", sia per quanto riguarda le attrattive specifiche del territorio. Ad esempio si riconducono generalmente le Madonie alla grande risorsa paesaggistica e naturalistica che esse custodiscono, ma non altrettanto ad altre risorse pure importanti come quella archeologica, culturale e storica, oppure a quella gastronomica, o ancora alle risorse presenti a livello di produzioni tipiche e artigianali.

Nel complesso, dunque, il posizionamento turistico dell'intera area è contrassegnato dalla suddetta polarizzazione turistica:

- un centro, Cefalù, dalla forte notorietà e con un rilevante potere attrattivo rispetto al prodotto balneare sul mercato italiano e sui mercati esteri (questi ultimi interessati anche alla dimensione culturale), ma che affronta ormai le dinamiche tipiche delle destinazioni turistiche mature;
- affiancato ad una vasta area dall'alto pregio naturalistico, paesaggistico e culturale (in senso lato), che tuttavia deve ancora essere valorizzata turisticamente, ed esprime attualmente un'offerta turistica piuttosto debole, sia dal punto di vista strutturale (ricettività, servizi, ecc.) sia dal punto di vista della capacità attrattiva (notorietà e apprezzamento delle risorse presenti).

Gli impianti di risalita ed il nuovo posizionamento turistico

La definizione del posizionamento turistico sul quale l'impianto di risalita di Piano Battaglia agisce è condizionato a monte dalla dualità costituita dalla compresenza, di un prodotto turistico legato al mare e di un prodotto incentrato sulla natura.

Come emerge dalle analisi portate avanti, il prodotto balneare ha la duplice caratteristica di essere quello "quantitativamente" preponderante, ma al tempo stesso di essere caratterizzato da dinamiche tipiche della fase di maturità del prodotto e quindi si trova in una fase tendenzialmente "discendente". Di contro, il prodotto turistico dell'area interna, che ha come attrattori la natura, il paesaggio agrario, le attività sportive, l'eno-gastronomia ed i beni culturali, ha performance turistiche minori, in termini assoluti, ma mostra dinamiche e potenzialità di crescita interessanti, e, soprattutto, racchiude in sé quelli che sono i principali elementi identitari ed identificativi dell'intero territorio.

Quello che si prospetta è pertanto una destinazione turistica che, pur racchiudendo in sé due macro prodotti turistici, possiede una identità ed una immagine legata in via preponderante ad una concezione imperniata sulle eco-eccellenze.

Questa scelta di tipo strategica, impone in questa fase di prefigurare un posizionamento turistico riferito a più prodotti turistici, e dunque rivolto a pubblici diversi.

Il dato da cui partire rimane comunque la necessità di mettere a sistema e quindi valorizzare turisticamente il grande patrimonio costituito dalle aree ad alta naturalità. Tuttavia tale patrimonio deve essere inteso come il principale attrattore all'interno di un progetto inteso a promuovere e offrire sul mercato il territorio nella sua interezza: in altri termini la valorizzazione deve necessariamente, per essere sostenibile ed equa, coinvolgere direttamente e attivamente tutte le altre risorse presenti nell'area, tutti i soggetti, tutti i settori sociali ed economici.

In questo senso, la realizzazione dei nuovi impianti di risalita consentiranno di poter coniugare due obiettivi di fondo: un obiettivo di mercato e un obiettivo di miglioramento del benessere socio-economico del territorio, che si manifesterà ad esempio in risultati quali la crescita dell'occupazione, l'innovazione dei settori produttivi, lo sviluppo dei sistemi di qualità, la tutela delle risorse attraverso (e non nonostante) la loro valorizzazione.

Flussi turistici quali-quantitativi, in atto presenti nel territorio

Nell'ultima parte del periodo 2005-2009 i flussi turistici nel territorio hanno confermato la flessione iniziata nel 2008, anche se nell'ultimo anno detta variazione tendenziale ha mostrato un'intensità minore rispetto agli anni precedenti.

Gli arrivi e le presenze totali, sono caratterizzate nello specifico da una tendenza di lungo periodo, alla diminuzione sia degli arrivi che delle presenze.

Gli arrivi, d'altronde, hanno evidenziato un trend positivo per i primi tre anni dell'arco temporale considerato, invertendo l'andamento positivo solo negli ultimi due anni; i pernottamenti, invece, hanno fatto osservare un'evoluzione con lievi variazioni. Infatti la permanenza media per tutto il periodo preso in considerazione, si è mantenuta superiore ai tre giorni con un tendenziale rialzo negli ultimi tre anni.

ARRIVI E PRESENZE DAL 2005 AL 2009			
TERRITORIO "Città a rete Madonie-Termini"			
	ARRIVI	PRESENZE	P.M.
2005	505.443	1.968.857	3,89531
2006	515.982	2.044.255	3,961873
2007	510.275	2.006.784	3,93275
2008	410.707	1.573.964	3,832328
2009	356.539	1.633.436	4,581367

In funzione della provenienza dei flussi si registra – in linea con il trend provinciale - un calo degli arrivi di italiani a partire dal 2007 cui si accompagna, nello stesso arco temporale, un decremento degli arrivi di stranieri che tende a stabilizzarsi negli ultimi due anni. Gli arrivi di italiani nel comprensorio rappresentano circa il 41% di quelli registrati nell'intera provincia. Per quanto riguarda invece gli arrivi stranieri questi rappresentano il 32% di quelli registrati nell'intera provincia.

Analoga situazione si registra per quanto concerne l'andamento delle presenze registrate nello stesso periodo: si registra un calo delle presenze di italiani fino al 2008, al quale segue un andamento costante che tende a stabilizzarsi nell'ultimo anno e lo stesso vale per i flussi inerenti gli stranieri. Anche in questo caso in termini percentuali le presenze sia di italiani che di stranieri nel territorio rappresentano rispettivamente il 58% rispetto al dato provinciale.

I flussi turistici nel territorio si concentrano nei mesi caldi dell'anno per l'arco temporale analizzato.

MESE	2008		2009	
	arrivi		arrivi	
	italiani	stranieri	italiani	stranieri
Gennaio	6.557	800	7.280	696
Febbraio	12.901	1.693	10251	1404
Marzo	14.392	5.407	12529	4947
Aprile	28.623	16.576	24256	13227
Maggio	27.948	36.412	28744	29428
Giugno	26.838	19.458	26329	18439
Luglio	28.270	18.915	21761	15380
Agosto	42.055	18.333	37958	16595
Settembre	22.125	27.613	20601	21545
Ottobre	13.334	17.595	9720	14864
Novembre	9.792	1.867	7183	1935
Dicembre	12.449	754	10699	768
TOTALE	245.284	165.423	217.311	139.228

In termini di *rilevanza delle provenienze*, la percentuale più alta di arrivi stranieri è quella dei francesi (21%), a seguire i tedeschi (14%), gli americani (8%), gli inglesi (5%) ed infine i russi (4%).

Su queste basi statiche si sono fondate le nostre previsioni in merito all'utilizzo dei nuovi impianti di risalita.

Il nuovo schema di gestione

Come già detto, il nuovo impianto è stato ideato dunque ideato per rispondere ad esigenze e fabbisogni plurimi e diversificati sia sotto il profilo delle utenze che del target di riferimento. In tal senso sono previste due stagioni di apertura al pubblico dell'impianto, che si rivolgerà non solo agli sciatori, ma anche agli escursionisti che nei periodi estivi vorranno sfruttare la sciovia per avvicinarsi ai numerosi sentieri, percorribili sia a piedi che con una mountain bike:

- Invernale: apertura dei due impianti nei periodi di innevamento presuntivamente dal 20 dicembre al 1 marzo;
- Estiva: apertura di un impianto (seggiovia) tutti i week end dal 15 giugno al 15 settembre e apertura continua dal 5 al 20 agosto

Gli orari di apertura e chiusura saranno i seguenti:

Apertura impianto	Apertura pubblico	Chiusura pubblico	Chiusura impianto	Ore di lavoro
8,30	9,00	16,00	16,30	8

I turni di lavoro sono conformi a quanto previsto dal vigente CCNL per gli impianti a fune.

È stato inoltre previsto un mese per le manutenzioni ordinarie e straordinarie (ogni cinque anni) su base annua.

Inoltre ogni lunedì, nei mesi di esercizio, verranno effettuate le prove settimanali previste per legge.

L'analisi, in merito alla valutazione dei costi di gestione, è stata condotta tenendo conto del seguente organico:

- 1 Direttore d'esercizio
- 1 Capo servizio con funzioni di macchinista
- 1 Macchinista
- 4 Addetti multifunzione (agente di stazione – cassiere – addetto controllo piste).

Il quadro economico e finanziario

Si è scelto di immaginare ipotesi molto conservative, ispirandosi al principio di prudenza che deve contraddistinguere tutti i piani economici e finanziari, nonché ritraendo informazioni utili di gestione sulla base dei dati interni scaturenti dal lungo periodo di gestione diretta dei vecchi impianti di risalita nonché di alcune

comparazioni effettuate con esperienze consolidate già in essere (Ci si riferisce alla società Funierice Service s.r.l. che gestisce l'impianto di risalita a fune che collega Erice valle con Erice vetta).

Le ipotesi considerano una fase di start up prudenzialmente lunga e non tengono volutamente conto di eventuali ricavi aggiuntivi (marketing, food & beverage, etc.) che il soggetto gestore potrebbe attivare come servizio aggiuntivo ma comunque in maniera separata dalla gestione dell'impianto.

Tutte le ipotesi, ovviamente, presuppongono una intensa campagna di marketing territoriale, sia da parte degli operatori pubblici che di quelli privati, che assuma come obiettivo condiviso quello di rilanciare la location di Piano Battaglia non solo come località sciistica ma come polo dell'offerta montana regionale.

Tali politiche dovranno passare attraverso adeguate azioni rivolte ad utenze plurime e diversificate sia per periodo dell'anno che per offerta di servizi e che, sono state poste in evidenza nelle precedenti sezioni. Qui per brevità oltre che per completezza espositiva ci limitiamo ad indicarne alcune:

- Scolaresche
- CRAL e dopolavoro
- Tour operator specializzati in turismo naturalistico e della terza età
- Tour operator specializzati in turismo sportivo
- Tour operator specializzati in turismo scolastico
- Tour operator specializzati in turismo salutistico
- Le associazioni sportive specializzate (AMIBIKE, Assopedala, etc.)
- Le federazioni sportive di settore per l'organizzazione di manifestazioni di livello nazionale ed internazionale

Sulla base delle ipotesi sopra esposte si è provveduto ad elaborare i seguenti schemi economici:

Tabella 1: Ricavi Anno Base

Escursionisti/ passaggi singoli	Gior ni di apertura	Prove	Giorni netti	Capacità oraria	Ore di esercizio	Capacità max gg	% uso	Stima pass. gg	Prezzo tkt a/r	Incasso gg	Incasso periodo
Stagione estiva	50	10	40	720	8	5.760	15%	1.188	3,5	4.158,00	166.320,00
Stagione invernale	89	12	77	855	8	6.840	2%	135	3,5	472,50	36.382,50
Parziale											202.702,50
								Stima pass. gg	Skypass		
Sciatori	89	12	77	855	8	6840	2%	135	13	1.755,00	135.135,00
Totale Ricavi											337.837,50
Totale ricavi al netto d'IVA											304.053,75

La capacità oraria è quella indicata nella relazione tecnica descrittiva del progetto. Come si nota, le percentuali di utilizzo dell'impianto rispetto alla sua capacità massima, sono molto prudenziali, stimate anche sulla scorta dei dati storici in possesso della Provincia Regionale di Palermo.

Sono state individuate due possibili categorie di biglietti: un ticket singolo fissato in € 3,50 a/r e valido sia per la stagione estiva che per quella invernale ed uno skipass giornaliero al costo di € 13,00 giornaliero. L'IVA applicabile in entrambi i casi è pari al 10%.

Dettagli della Tabella 1

Costo del personale: stimato sulla base del vigente CCNL. Il costo del direttore d'esercizio è contenuto nella voce acquisizione di servizi vari, in quanto generalmente, si tratta di soggetto esterno.

Manutenzioni: è stato stimato sulla scorta dei dati storici oltre che parametrando esperienze similari.

Energia: è stato stimato sulla scorta dei dati storici oltre che parametrando esperienze similari.

Ammortamenti: distribuiti per competenza economica, ossia distribuendo l'importo dell'investimento iniziale sull'intero periodo di gestione.

Spese generali e amministrative e acquisizione servizi vari: è stato stimato sulla scorta dei dati storici oltre che parametrando esperienze similari.

Oneri finanziari: si considera l'accensione di un mutuo per un milione di euro al 5% su base decennale: il valore del saggio d'interesse è stimato considerando normali tassi di mercato per aziende con rating positivo.

Il tasso di incremento dei costi è stato stimato nel 4% su base annua.

Il tasso di incremento dei ricavi, dovuto all'effetto combinato della crescita stimata dell'utenza e dei potenziali aumenti nel prezzo del biglietto, è stato valutato in misura dell'8% in media sui primi 4 anni, per poi stabilizzarsi in linea con l'inflazione potenziale effettiva al 4%.

Il tasso di crescita delle rimanenze è stato stimato al 5% per i primi 6 anni ed al 3% per gli anni successivi.

Valutazioni finanziarie e payback period

Le proiezioni economico finanziarie e la dinamica dei flussi di entrate ed uscite ha portato a calcolare, quale indicatore di riferimento il VAN (Valore Attuale Netto), ossia l'attualizzazione all'anno zero dei flussi di cassa attesi: il VAN dell'operazione è negativo e pari a circa diciassettemila euro, ed è stato ricavato considerando come attualizzabile l'investimento iniziale, secondo la logica della competenza.

Il payback period, ossia il periodo di rientro finanziario dell'operazione, è, al netto degli ammortamenti, collocato nell'ottavo anno di gestione (T8).

Ai fini della verifica della spesa ammissibile a contributo comunitario ex art. 55 Reg. (CE) 1083/2006 così come modificato e integrato dal Reg. (CE) n. 1341/2008, si è proceduto sulla scorta dei dati acquisiti in merito ai valori di mercato rinvenienti per tipologie di impianti usati analoghi e/o similari a quello che forma oggetto di studio, ad assegnare un valore economico al 15° anno di attività all'impianto pari a circa il 30% del valore iniziale e quindi pari ad €. 1.120.000,00.

Conclusioni

Questa operazione, così come congegnata, presenta caratteristiche economiche e finanziarie che senza il consistente intervento pubblico non ne garantirebbe la sostenibilità finanziaria. Va da sé che qualora si pensasse di valutare l'operazione come interamente privata, quindi con un investimento di 3 milioni e 615 mila euro, i prezzi dei biglietti dovrebbero essere aumentati a tal punto da porre il servizio offerto fuori mercato.

Queste risultanze previsionali, rafforzano la convinzione di ricercare una robusta concorrenza di fondi pubblici senza i quali, l'impianto – la cui realizzazione determinerà il rilancio socio-economico dell'area interna del comprensorio, quella stessa area che nell'ultimo decennio ha pagato un duro pegno in termini di spopolamento – non avrebbe alcuna possibilità di essere realizzato. Si è dunque in presenza di un'infrastruttura pubblica che risponde alle esigenze ed ai concreti bisogni di un ampio comprensorio e la cui realizzazione consentirà di migliorare la qualità dei servizi offerti alla comunità oltre che di determinare un nuovo e più performante riposizionamento dell'offerta turistica regionale.

Il ricorso al privato si rende dunque necessario oltre che per la necessità di garantire l'integrale copertura finanziaria del quadro economico esposto in premessa anche per riuscire ad assicurare quelle competenze tecniche e gestionali che rappresentano presupposto fondamentale alla riuscita dell'iniziativa.

Tabella 3: risultati economici previsionali

Componenti negative reddito

	anno 1	anno 2	anno 3	anno 4	anno 5	anno 6	anno 7	anno 8	anno 9	anno 10
Personale	165.000,00	171.600,00	178.464,00	185.602,56	193.026,66	200.747,73	208.777,64	217.128,74	225.813,89	234.846,45
Manutenz. ord e straord	50.000,00	52.000,00	54.080,00	56.243,20	58.492,93	60.832,65	63.265,95	65.796,59	68.428,45	71.165,59
Energia	49.000,00	50.960,00	52.998,40	55.118,34	57.323,07	59.615,99	62.000,63	64.480,66	67.059,88	69.742,28
Ammortamenti	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00
Spese gen.li e amm.ve	30.000,00	31.200,00	32.448,00	33.745,92	35.095,76	36.499,59	37.959,57	39.477,95	41.057,07	42.699,35
Acquisizione servizi vari	40.000,00	41.600,00	43.264,00	44.994,56	46.794,34	48.666,12	50.612,76	52.637,27	54.742,76	56.932,47
Oneri finanziari	30.000,00	27.000,00	24.000,00	21.000,00	18.000,00	15.000,00	12.000,00	9.000,00	6.000,00	3.000,00
Totale costi	392.000,00	402.360,00	413.254,40	424.704,58	436.732,76	449.362,07	462.616,55	476.521,21	491.102,06	506.386,15

Componenti positive reddito

	anno 1	anno 2	anno 3	anno 4	anno 5	anno 6	anno 7	anno 8	anno 9	anno 10
Ricavi da biglietti	304.053,75	349.661,81	377.634,76	407.845,54	440.473,18	458.092,11	476.415,79	495.472,42	515.291,32	535.902,97
Rimanenze		3.500,00	3.675,00	3.858,75	4.051,69	4.254,27	4.381,90	4.513,36	4.648,76	4.788,22
Totali comp. positive	304.053,75	353.161,81	381.309,76	411.704,29	444.524,87	462.346,38	480.797,69	499.985,78	519.940,08	540.691,19
Utile pre imposta	-87.946,25	-49.198,19	-31.944,64	-13.000,29	7.792,11	12.984,31	18.181,14	23.464,57	28.838,02	34.305,05
Imposte	10.000,00	10.400,00	8.802,50	15.480,00	16.878,41	17.553,55	20.073,80	22.049,98	22.931,98	23.849,26
Utile netto	-97.946,25	-59.598,19	-40.747,14	-28.480,29	-9.086,30	-4.569,24	-1.892,66	1.414,58	5.906,03	10.455,79

Componenti negative reddito

	anno 11	anno 12	anno 13	anno 14	anno 15	anno 16	anno 17	anno 18	anno 19	anno 20
Personale	244.240,31	254.009,92	264.170,32	274.737,13	285.726,61	297.155,68	309.041,91	321.403,58	334.259,73	347.630,11
Manutenz. ord e straord	74.012,21	76.972,70	80.051,61	83.253,68	86.583,82	90.047,18	93.649,06	97.395,02	101.290,83	105.342,46
Energia	72.531,97	75.433,25	78.450,58	81.588,60	84.852,15	88.246,23	91.776,08	95.447,12	99.265,01	103.235,61
Ammortamenti	29.500,00	29.500,00	29.500,00	29.500,00	29.500,00	29.500,00	29.500,00	29.500,00	29.500,00	29.500,00
Spese gen.li e amm.ve	44.407,33	46.183,62	48.030,97	49.952,21	51.950,29	54.028,31	56.189,44	58.437,01	60.774,50	63.205,48
Acquisizione servizi vari	56.932,47	59.209,77	61.578,16	64.041,29	66.602,94	69.267,06	72.037,74	74.919,25	77.916,02	81.032,66
Oneri finanziari	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale costi	521.624,29	541.309,26	561.781,63	583.072,90	605.215,82	628.244,45	652.194,23	677.102,00	703.006,08	729.946,32

Componenti positive reddito

	anno 11	anno 12	anno 13	anno 14	anno 15	anno 16	anno 17	anno 18	anno 19	anno 20
Ricavi da biglietti	557.339,09	579.632,66	602.817,96	626.930,68	652.007,91	678.088,23	705.211,75	733.420,22	762.757,03	793.267,31
Rimanenze	4.931,87	5.079,82	5.232,22	5.389,18	5.550,86	5.717,39	5.888,91	6.065,57	6.247,54	6.434,97
Totali comp. positive	562.270,96	584.712,48	608.050,18	632.319,87	657.558,77	683.805,61	711.100,66	739.485,80	769.004,58	799.702,28
Utile pre imposta	40.646,67	43.403,22	46.268,55	49.246,97	52.342,95	55.561,16	58.906,44	62.383,80	65.998,50	69.755,96
Imposte	26.835,57	28.445,70	29.583,53	30.766,87	31.997,54	33.277,45	34.608,54	35.992,89	37.432,60	38.929,91
Utile netto	13.811,10	14.957,52	16.685,02	18.480,10	20.345,41	22.283,72	24.297,89	26.390,92	28.565,90	30.826,06