

### Galleria delle Arti, della Musica e della Moda - GAMM Lecce

Riqualificazione Ex Istituto Saraceno  
 Piano Economico Finanziario di re-design dei servizi  
 (impostati lordi)

Anno di riferimento	Stima Iniziale	Stima Iniziale	Δ%	1° Anno start-up	2° Anno	3° Anno	4° Anno	5° Anno	6° Anno	7° Anno	8° Anno	9° Anno	10° Anno	TOTALE	MEDIA	
Stima visitatori annui		16.000	6,0%	16.000	16.960	17.832	18.596	19.234	19.729	20.067	20.239	20.239	20.239	189.135	18.913	
<b>PIANO ECONOMICO</b>																
<b>A) STIMA VALORE DELLA PRODUZIONE</b>																
	<i>Invest. Totale</i>	<i>Annuale</i>	<i>€/%</i>	<i>Δ%</i>	740.000	349.160	372.424	394.945	406.571	417.168	426.627	434.870	441.856	449.050	<b>TOTALE</b>	<b>MEDIA</b>
<b>RICAVI</b>																
<b>Contributo pubblico una tantum (24% del contributo - importo lordo)</b>																
					700.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	700.000	70.000
<b>Ricavi da biglietteria e shop (merchandising)</b>																
- Biglietteria (€/visitatore) - primo anno fruizione ordinaria gratuita degli spazi			€ 6	-	40.000	144.160	151.574	158.070	163.490	167.694	170.568	172.030	172.030	172.030	1.511.646	151.165
- Concept Shop / merchandising (€/visitatore)			€ 2,5	-	40.000	42.400	44.581	46.491	48.085	49.322	50.167	50.597	50.597	472.837	47.284	
<b>Ricavi da eventi, laboratori, didattica e valorizzazione territoriale</b>																
	<i>N.</i>	<i>€/evento</i>	<i>Δ%</i>		195.000	200.850	206.876	213.082	219.474	226.058	232.840	239.825	247.020	1.981.026	198.103	
- Laboratori e attività didattiche (n. x ricavo medio) - primo anno fruizione gratuita	150	€ 600	3%	-	90.000	92.700	95.481	98.345	101.296	104.335	107.465	110.689	114.009	914.320	91.432	
- Servizi culturali e concerti (n. x ricavo medio) - primo anno fruizione gratuita	15	€ 3.000	3%	-	45.000	46.350	47.741	49.173	50.648	52.167	53.732	55.344	57.005	457.160	45.716	
- Affitto spazi e altri eventi (n. x tariffa media) - primo anno fruizione gratuita	20	€ 3.000	3%	-	60.000	61.800	63.654	65.564	67.531	69.556	71.643	73.792	76.006	609.546	60.955	
<b>Contributi da sponsorizzazioni e donazioni</b>																
					10.000	20.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	240.000	26.667	
<b>Eventuali contributi comunali</b>																
					-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
<b>B) STIMA COSTI DELLA PRODUZIONE</b>																
			<i>€/%</i>	<i>Δ%</i>	740.000	348.526	359.522	365.317	370.836	376.287	381.403	386.416	391.324	396.335	<b>TOTALE</b>	<b>MEDIA</b>
<b>COSTI DI GESTIONE</b>																
<b>Costi variabili: servizi, materiali, consumi e merci</b>																
					164.930	121.846	126.174	130.470	134.489	138.440	142.055	145.569	148.977	152.487	1.405.437	140.544
- Sistema biglietteria			€ 4.000	5,00%	4.000	4.200	4.410	4.631	4.862	5.105	5.358	5.619	5.887	47.628	4.763	
- Costo del venduto merchandising (% su ricavi shop)			40%		16.000	16.960	17.832	18.596	19.234	19.729	20.067	20.239	20.239	189.135	18.913	
- Costi laboratori e didattica (% su ricavi)			50%		45.000	45.000	46.350	47.741	49.173	50.648	52.167	53.732	55.344	57.005	502.160	50.216
- Costi eventi culturali/concerti (% su ricavi)			55%		48.750	24.750	25.493	26.257	27.045	27.856	28.692	29.553	30.439	31.353	300.188	30.019
- Costi gestione eventi/affitto spazi (% su ricavi)			35%		32.000	21.000	21.630	22.279	22.947	23.636	24.345	25.075	25.827	26.602	245.341	24.534
- Commissioni bancarie (% su incassi)			50%	1,5%	4.000	2.619	2.793	2.962	3.049	3.129	3.200	3.262	3.314	3.368	31.695	3.170
- Gestione incassi/trasporto valori (fisso annuo)	52	€ 40			2.080	2.080	2.080	2.080	2.080	2.080	2.080	2.080	2.080	20.800	2.080	
- Gestione amministrativa (% su ricavi)			1,5%		13.100	5.237	5.586	5.924	6.099	6.258	6.399	6.523	6.628	6.736	68.490	6.849
<b>Progettazione contenuti culturali/multimediali - concept, pre-produzione,</b>																
					100.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.000	10.000
<b>Costi del personale</b>																
	<i>GG/Y</i>	<i>H/Giorno</i>	<i>€/H</i>	<i>N.</i>	82.680	82.680	87.848	87.848	87.848	87.848	87.848	87.848	87.848	87.848	868.140	86.814
- Addetti biglietteria/bookshop (2 unità - part-time - 4gg/sett)	208	4	€ 21	1	17.472	17.472	18.564	18.564	18.564	18.564	18.564	18.564	18.564	183.456	18.346	
- Coordinamento culturale e comunicazione (1 unità - part-time - 4gg/sett)	208	4	€ 24	1	19.968	19.968	21.216	21.216	21.216	21.216	21.216	21.216	21.216	209.664	20.966	
- Direzione generale/responsabile gestione (1 unità - part-time - 3gg/sett)	156	3	€ 58	1	27.144	27.144	28.841	28.841	28.841	28.841	28.841	28.841	28.841	285.012	28.501	
- Mediazione culturale e didattica (1 unità - part-time - 3gg/sett)	156	4	€ 18	1	11.232	11.232	11.934	11.934	11.934	11.934	11.934	11.934	11.934	117.936	11.794	
- Tecnico AV/multimediale (1 unità - part-time - 2gg/sett)	104	3	€ 22	1	6.864	6.864	7.293	7.293	7.293	7.293	7.293	7.293	7.293	72.072	7.207	
<b>Costi di funzionamento del luogo</b>																
	<i>Annuale</i>				83.000	81.500	83.000	84.500	86.000	87.500	89.000	90.500	92.000	93.500	870.500	87.050
- Vigilanza/sicurezza					35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	350.000	35.000
- Utile (1000€/mese) + punte (2200€/mese) (C.00000/anno)					40.000	41.500	43.000	44.500	46.000	47.500	49.000	50.500	52.000	53.500	467.500	46.750
- Formazione e aggiornamento del personale					5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	53.000	5.300
<b>Promozione e comunicazione</b>																
	<i>Annuale</i>				204.390	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	474.390	47.439
- Comunicazione e promozione (annua)					18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	180.000	18.000
- Eventi promozionali durante l'anno di start-up					84.390	-	-	-	-	-	-	-	-	-	84.390	8.439
- Servizi ICT (sito web e manutenzione, ...)					12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	120.000	12.000	
- Progettazione e realizzazione evento inaugurale (grande concerto - prima mostra); installazione site-specific a supporto inaugurazione					90.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90.000	9.000
<b>Altri costi generali e specialistici</b>																
	<i>Invest. Totale</i>	<i>Annuale</i>			105.000	32.500	32.500	32.500	32.500	32.500	32.500	32.500	32.500	32.500	397.500	39.750
- Supporto per affidamento gestione/PSPP/PPP: progettazione governance					40.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40.000	4.000
- Spese di gara e procedura selezione partner (pubblicazioni, piattaforme, commissioni)					0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Consulenze specialistiche: progettazione culturale e programmazione					25.000	25.000	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	137.500	13.750
- Consulenze specialistiche: monitoraggio allestimenti, KPI e valutazione impatti					12.000	24.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	132.000	13.200
- Supporto governance pubblico-privata/PSPP e coordinamento partner					8.000	16.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	88.000	8.800
<b>Risultato prima delle imposte (A - B)</b>																
					-	634	12.902	29.628	35.735	40.880	45.224	48.454	50.531	52.716	316.705	31.670
% utile/perdita di esercizio					0,0%	0,2%	3,5%	7,5%	8,8%	9,8%	10,6%	11,1%	11,4%	11,7%		

# Relazione PEF

**Proposta progettuale:**  
**“Galleria delle Arti, della Musica e della Moda**  
**(GAMM) Lecce”**  
**PR Puglia 2021-2027 – Avviso 8.7**

## **Piano economico-finanziario**

Il presente Piano Economico-Finanziario (PEF) esplicita la funzione di base di allineamento per le assunzioni di domanda, ricavi e costi, nonché per la compilazione del Quadro E (voci E1–E8) della Scheda tecnica. I dati riepilogati sono ripresi dall'allegato foglio di calcolo e riorganizzati in forma sintetica e leggibile ai fini istruttori. Le stime sono state ricostruite sulla base di informazioni desunte da riunioni tecniche e scambi informativi tra gli uffici comunali, nonché tramite benchmark di settore e consulenza esterna.

## **Assunzioni di domanda e dinamica visitatori**

Il PEF assume una domanda iniziale pari a 16.000 visitatori nel primo anno, con crescita annua del 3,8% (decescente dal 6% del primo anno fino ad una stabilizzazione dall'ottavo anno). Tale dinamica è una stima prudenziale che si basa su un aumento medio degli arrivi negli ultimi 10 anni pari a quasi l'8%.

Nel primo anno di start-up è prevista fruizione ordinaria gratuita, con ricavi di biglietteria e servizi pari a zero; la valorizzazione economica si fonda pertanto solo su ricavi accessori (shop/merchandising).

<b>Indicatore</b>	<b>Anno 1 (start-up)</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>	<b>Anno 4</b>	<b>Anno 5</b>	<b>Anno 6</b>
<b>Visitatori stimati (n.)</b>	16.000	16.960	17.832	18.596	19.234	19.729
<b>Biglietteria (ricavi, €)</b>	0	101.760	106.993	111.579	115.404	118.372
<b>Shop/merchandising (ricavi, €)</b>	40.000	42.400	44.581	46.491	48.085	49.322
<b>Eventi, laboratori, didattica (ricavi, €)</b>	90.000	92.700	95.481	98.345	101.296	104.335
<b>Sponsorship (ricavi, €)</b>	0	10.000	20.000	30.000	30.000	30.000
<b>Contributo pubblico una tantum (€)</b>	720.000	0	0	0	0	0

Parametri unitari:

- costo biglietto medio: € 6,00 per visitatore;
- shop/merchandising: € 2,50 per visitatore;
- laboratori e attività didattiche: 150 attività/anno × € 600 (crescita 3% annuo);
- Servizi culturali/concerti: 15 eventi/anno × € 6.000 (crescita 3%);
- Affitto spazi: 20 iniziative/anno × € 5.000 (crescita 3%).

### **Descrizione generale dei ricavi in relazione alle attività progettate**

La struttura dei ricavi è coerente con un modello di fruizione che, nella fase di start-up, privilegia l'accesso ordinario gratuito e concentra la monetizzazione su servizi accessori e programmazione culturale.

I ricavi da shop/merchandising sono stimati in funzione dei flussi di visita e rappresentano una leva di sostenibilità non invasiva, integrabile con attività di valorizzazione dei mestieri d'arte e con una curatela mirata del prodotto culturale.

La componente “eventi-laboratori-didattica” incorpora cicli educativi per scuole e famiglie, attività di mediazione e laboratori tematici, nonché iniziative a maggiore capacità di attrazione (concerti, performance, rassegne), con l'obiettivo di destagionalizzare e incrementare la permanenza culturale in città. A partire dal secondo anno, il PEF prevede una quota di sponsorship come contributo alla sostenibilità del palinsesto e come presidio di collaborazioni territoriali.

### **Riepilogo economico di gestione (anni 1–6)**

Il prospetto seguente sintetizza l'andamento del valore della produzione, dei costi di gestione e del risultato operativo stimato, con relativa incidenza percentuale (margine) sul valore della produzione. Le grandezze sono espresse in euro e derivano dalle assunzioni del PEF.

Voce	Anno 1 (start-up)	Anno 2	Anno 3	Anno 4	Anno 5	Anno 6
<b>Valore della produzione (A) (€)</b>	760.000	349.160	372.424	394.945	406.571	417.168
<b>Costi della produzione (B) (€)</b>	760.000	348.526	359.522	365.317	370.836	376.287
<b>Risultato operativo (A-B) (€)</b>	0	634	12.902	29.628	35.735	40.880
<b>Margine operativo (% su A)</b>	0%	0,2%	3,5%	7,5%	8,8%	9,8%

Il profilo economico è deliberatamente prudenziale nel primo anno (logica di start-up), mentre evidenzia una crescita progressiva del risultato a regime, coerente con l'avvio della bigliettazione e con la stabilizzazione dei costi.

#### **Allineamento al Quadro E (voci E1–E8) – Scheda tecnica (Allegato A2)**

Le voci E1–E8 rappresentano i costi di avvio e funzionamento connessi al re-design dei servizi e alla fase di start-up del piano di gestione. Gli importi riportati sono quelli del PEF per l'Anno 1 in forma imponibile (netto). La colonna "IVA stimata" applica l'aliquota standard del 22% a fini espositivi; la verifica puntuale delle aliquote e dell'ammissibilità IVA dovrà essere effettuata per singola voce.

Voce	Descrizione (Scheda tecnica)	Netto (€)	IVA stimata al 22% (€)	Lordo (€)
<b>E1</b>	Progettazione esecutiva servizi e predisposizione atti per affidamento gestione/PSPP	32.786,89	7.213,11	40.000,00
<b>E3</b>	Fornitura di servizi culturali (produzione evento inaugurale, offerta culturale, eventi promozionali, laboratori, attività culturali e didattiche, altri eventi)	246.016,39	54.123,61	300.140,00
<b>E4</b>	Implementazione sistema di monitoraggio (KPI, report, valutazione)	19.672,13	4.327,87	24.000,00
<b>E5</b>	Costi diretti funzionalità del luogo (utenze, pulizie, manut., vigilanza, formazione)	68.032,79	14.967,21	83.000,00
<b>E6</b>	Consulenze specialistiche e contenuti (multimediale e progettazione culturale avvio)	102.459,02	22.540,98	125.000,00
<b>E7</b>	Fornitura servizi ICT (sito web, canoni, app,...)	9.836,07	2.163,93	12.000,00
<b>E8</b>	Altre spese (comunicazione e promozione ordinaria, spese personale, gestione amministrativa, gestione incassi)	94.967,21	20.892,79	115.860,00
<b>Totale</b>	<b>Quadro E (Anno 1)</b>	<b>573.770,49</b>	<b>126.229,51</b>	<b>700.000,00</b>

In termini di coerenza con i vincoli, il totale lordo stimato del Quadro E (€ 700.000) risulta coerente con una quota pari al 24% del contributo massimo ipotizzato (€ 3.000.000) e, pertanto, rientra nel limite del 25% previsto per la lett. f.

## **Piano di gestione (traccia coerente con Scheda Tecnica – Allegato A2)**

Il presente capitolo costituisce una sezione di raccordo operativo tra la narrativa progettuale e la compilazione del Piano di gestione, come richiesto dalla Scheda Tecnica (Allegato A2).

### **Analisi dei flussi di utenza rilevati e potenziali**

L'analisi dei flussi di utenza rilevati e potenziali è stata costruita integrando fonti statistiche e amministrative disponibili, evidenze di mercato turistico-culturale e dati di performance di attrattori locali comparabili, con l'obiettivo di definire una stima prudenziale ma argomentata della domanda attesa e della sua crescita nel medio periodo. In particolare, la ricostruzione del quadro di contesto si fonda su dati e riepiloghi informativi acquisiti tramite interlocuzioni con l'Ufficio Cultura del Comune di Lecce, su indicatori di domanda turistica e ricettiva, su report di settore e su riscontri provenienti dal sistema culturale cittadino. In questo quadro, Lecce ha registrato un significativo incremento dei flussi turistici negli ultimi anni: nel 2023 si sono registrati oltre 310.000 arrivi e circa 773.000 presenze (fonte: Osservatorio – Il turismo in Puglia) negli esercizi ricettivi, con una dinamica di crescita stabile rispetto agli anni precedenti (crescita media pari a quasi l'8% negli ultimi 10 anni). Ulteriori riscontri disponibili in report territoriali e presentazioni di filiera (turismo e promozione territoriale) indicano che la città ha sperimentato punte superiori a 375.000 arrivi e oltre 1 milione di presenze, confermando l'attrattività del territorio e le potenzialità di servizi culturali innovativi e sperimentali quali quelli previsti dalla G.A.M.M.

Accanto ai dati turistici generali, la stima incorpora un elemento essenziale: la misurazione indiretta della "propensione alla fruizione culturale" nel centro storico, desunta dalle performance di circuiti già consolidati. In tal senso, ArtWork – il circuito che gestisce le chiese di Lecce, nel solo 2025 ha registrato circa 270.000 visitatori. Tale dato costituisce un indicatore particolarmente rilevante della capacità di assorbimento di un'offerta culturale strutturata, nonché un benchmark utile per valutare il potenziale di conversione verso un nuovo attrattore inserito nel medesimo ecosistema di visita e dotato di una proposta distintiva. Ulteriori riferimenti comparativi sono stati ricavati dall'osservazione di istituzioni museali urbane e attrattori cittadini, tra cui il MUST, con l'obiettivo di calibrare la stima rispetto a dinamiche reali di domanda locale, turistica e scolastica.

Su tali presupposti, la domanda viene interpretata come composizione dinamica di segmenti con modalità di accesso e frequenza differenti, e quindi non riducibile a un solo bacino "turistico": la componente locale e metropolitana (residenti, famiglie, city users) è determinante per la continuità e la fidelizzazione; la componente educativa e formativa (scuole e reti educative) è strategica per la stabilizzazione dei flussi

anche in bassa stagione; la componente turistico-culturale nazionale e internazionale risponde alla qualità dell'esperienza e alla capacità di integrare la visita in circuiti urbani; la componente specialistica (artisti, musicisti, operatori culturali) è attivabile attraverso masterclass, workshop, co-proiezioni e programmi di produzione; infine, i pubblici con esigenze specifiche o a rischio di esclusione richiedono servizi dedicati e progettazione inclusiva, che costituiscono parte integrante del modello di fruizione.

In coerenza con la logica di avvio e consolidamento, la stima dei flussi annuali adotta un approccio prudentiale e progressivo. Nell'anno di start-up si prevedono 16.000 visitatori, valore coerente con un periodo fisiologico di posizionamento del nuovo attrattore e con la messa a regime di servizi e comunicazione. A partire dal secondo anno, è prevista una crescita annua media del 3,8% (prudenzialmente decrescente dal 6% del primo anno fino ad una stabilizzazione dall'ottavo anno), sostenuta dall'incremento della riconoscibilità della G.A.M.M., dalla programmazione continuativa (mostre, performance, laboratori e attività educative), dall'integrazione nei circuiti turistico-culturali cittadini e dall'attivazione di partnership con istituzioni formative e culturali.

L'impostazione descritta è funzionale sia alla pianificazione dei livelli di servizio (accoglienza, mediazione, didattica, gestione dei flussi e accessibilità), sia alla costruzione di un sistema di monitoraggio che consenta di verificare annualmente le ipotesi assunte e di riallineare programmazione e risorse rispetto alla domanda effettiva, in un'ottica di miglioramento continuo e sostenibilità gestionale.

### **Analisi degli eventuali flussi di entrata da tariffazione dei servizi e fruizione di servizi complementari**

Nel primo anno di avvio sarà garantita la fruizione ordinaria gratuita degli spazi, quale misura di accesso pubblico e di costruzione del pubblico coerente con la fase di start-up e con le condizioni di esercizio previste per l'iniziativa.

A regime, pur prevedendo l'attivazione di entrate proprie, la G.A.M.M. manterrà stabilmente una quota strutturale di fruizione gratuita, riferita agli ambiti e ai servizi di accoglienza e orientamento (ingresso/foyer informativo, dispositivi di interpretazione "di base", affacci e spazi di attraversamento e/o iniziative di comunità calendarizzate), in modo da preservare una componente di accesso libero al luogo della cultura e ridurre in modo permanente le barriere economiche, soprattutto per residenti e pubblici vulnerabili. La definizione puntuale di tali ambiti gratuiti, delle fasce orarie e delle condizioni di accesso sarà stabilita nel regolamento gestionale, in coerenza con i requisiti di sicurezza, tutela e capacità di carico.

A partire dal secondo anno, con l'entrata in regime dei servizi, verrà attivata una politica di pricing differenziata finalizzata a conciliare sostenibilità e inclusività. La tariffazione non sarà intesa come mera "monetizzazione dell'ingresso", ma come leva gestionale per governare la composizione dei pubblici,

incentivare la frequenza ripetuta, sostenere la destagionalizzazione e garantire accessibilità economica senza compromettere la qualità dei servizi.

Il modello di entrate a regime si fonderà su una pluralità di flussi: biglietteria, concept store e servizi culturali a tariffa dedicata (education, laboratori, attività performative e iniziative speciali), oltre a sponsorizzazioni. Tale architettura consente di mantenere l'accesso ordinario socialmente sostenibile, spostando parte della capacità di autofinanziamento sui servizi a valore aggiunto, che aumentano la qualità dell'esperienza e la propensione alla spesa senza introdurre una barriera generalizzata.

L'impostazione tariffaria è strettamente correlata alla struttura dei costi di erogazione dei servizi. In particolare, i servizi educativi e laboratoriali vengono tariffati secondo un principio di accessibilità economica e di copertura sostenibile dei costi vivi, col fine di massimizzare continuità e impatto sociale.

Le attività performative e gli eventi, in quanto caratterizzati da costi diretti variabili (cachet, service, licenze, allestimenti tecnici, safety), adottano invece una logica di tariffazione "dedicata" coerente con il singolo format, così da preservare qualità artistica e sicurezza operativa. Il *concept store* contribuisce con ricavi proporzionali ai flussi di visita e, al contempo, sostiene una filiera locale (artigianato artistico, produzioni editoriali e merchandising culturale).

#### **Evoluzione a consolidamento (sesto anno – scenario di maturità gestionale)**

<b>Voce di entrata</b>	<b>Importo</b>	<b>Incidenza %</b>
Biglietteria	€ 118.372	28,38%
Concept store	€ 49.322	11,82%
Servizi culturali a tariffa dedicata	€ 219.474	52,61%
Sponsorship	€ 30.000	10,80%
<b>Totale</b>	<b>€ 417.168</b>	<b>100,00%</b>

L'efficacia del sistema tariffario e dei servizi complementari verrà monitorata con continuità attraverso indicatori di domanda (flussi e composizione per target, stagionalità, tassi di ritorno), performance economiche (ricavo medio per visitatore, conversione ai servizi, risultati shop) e accessibilità (quota di partecipazione di scuole, giovani, residenti e pubblici fragili).

In base agli esiti, la G.A.M.M. potrà adottare correttivi di regolazione (rimodulazione delle fasce agevolate, pacchetti per famiglie e residenti, giornate gratuite e iniziative di inclusione), mantenendo fermo il principio di equilibrio tra sostenibilità gestionale e funzione pubblica del luogo della cultura.

## **Analisi dei costi di gestione per l'apertura, la manutenzione ordinaria, la fruizione e la gestione dei servizi complementari**

La stima dei costi di gestione della G.A.M.M. – Galleria delle Arti, della Musica e della Moda è stata costruita assumendo come riferimento un modello tipico di esercizio per luoghi della cultura a fruizione continuativa, nel quale le spese ricorrenti di apertura e funzionamento vengono integrate con costi specifici per la produzione culturale, la comunicazione, i servizi educativi e i presidi tecnico-gestionali.

Nel quadro economico previsionale, il totale dei costi della produzione si attesta a € 760.000 nel primo anno (fase di avvio), per poi posizionarsi su valori fisiologicamente più “ordinari” a regime: € 348.526 nel secondo anno, € 359.522 nel terzo, € 365.317 nel quarto, € 370.836 nel quinto e € 376.287 nel sesto.

Tale andamento è spiegato dalla presenza, nel primo anno, di componenti una tantum necessarie a rendere operativo e riconoscibile il luogo (lancio, produzione inaugurale, impostazione contenutistica), mentre dal secondo anno la struttura dei costi si stabilizza su un profilo ricorrente.

La componente dei costi direttamente connessi all'apertura e al funzionamento ordinario comprende il presidio del luogo, le utenze e i servizi essenziali a garantire una fruizione sicura e confortevole, nonché le attività di pulizia e mantenimento.

La manutenzione ordinaria è trattata come costo strutturale della gestione, non residuale, e viene assorbita nelle quote dedicate al funzionamento e ai contratti di servizio: essa comprende le attività di verifica, cura e ripristino necessari a preservare superfici, componenti edilizie e impianti, nonché a garantire la piena efficienza delle dotazioni tecnologiche a supporto della fruizione (apparati audiovisivi, dispositivi digitali, sistemi di controllo e sicurezza). In un luogo che integra componenti multimediali e allestimenti ad alta intensità d'uso, la manutenzione ordinaria assume anche una funzione direttamente correlata alla “qualità percepita” del servizio: affidabilità degli apparati, continuità dei contenuti, riduzione dei disservizi e tutela delle condizioni di visita.

La voce di promozione e comunicazione evidenzia in modo netto la differenza tra avvio e regime. Nel primo anno la spesa complessiva è stimata in circa € 204.000, includendo sia attività ricorrenti (comunicazione e promozione annua € 18.000, sito web e manutenzione € 12.000) sia componenti una tantum di messa in esercizio e posizionamento, quale la progettazione e realizzazione dell'evento inaugurale (grande concerto - prima mostra) e l'installazione site-specific a supporto dell'inaugurazione (€ 90.000), finalizzata a dare immediata riconoscibilità alla G.A.M.M. e a generare un “effetto soglia” di qualità percepita utile all'attrazione dei pubblici. Dal secondo anno la spesa annua di comunicazione si stabilizza a € 30.000, sostenendo continuità informativa, audience development e destagionalizzazione, con un presidio comunicativo indispensabile a trasformare la programmazione in flussi reali di utenza.

La struttura dei costi comprende inoltre una componente specificamente dedicata alle risorse umane e alle funzioni di gestione. Il costo del personale è stimato in € 82.680 nei primi due anni e in € 87.848 a partire dal terzo, coerentemente con un impianto organizzativo che presidia in modo integrato accoglienza e bookshop, coordinamento culturale e comunicazione, direzione/responsabilità gestionale, mediazione culturale e didattica, nonché supporto tecnico per apparati AV e multimediali. Tale impostazione consente di garantire apertura e servizi di base e al contempo di sostenere la qualità della fruizione e della programmazione, evitando che i costi di personale siano limitati alla sola custodia e demandando invece risorse alla relazione con i pubblici e alla gestione dei contenuti.

Infine, sono previsti costi generali e specialistici necessari a rendere robusta la governance e a garantire strumenti di controllo e miglioramento continuo. Nel primo anno tali costi sono stimati in € 125.000 e comprendono, tra l'altro, l'impostazione della governance e degli atti di affidamento (€ 40.000), le spese di gara e selezione (€ 20.000), consulenze di programmazione e avvio (€ 25.000), attività di monitoraggio KPI e valutazione impatti (€ 24.000) e supporto al coordinamento della governance pubblico-privata (€ 16.000). Dal secondo anno questa componente si stabilizza a € 32.500 l'anno, sostenendo consulenze di programmazione (€ 12.500), monitoraggio impatti (€ 12.000) e supporto di coordinamento (€ 8.000), con l'obiettivo di mantenere nel tempo capacità di pianificazione, controllo e adattamento dell'offerta.

Nel complesso, la struttura dei costi è costruita per garantire: apertura e fruizione in sicurezza, manutenzione ordinaria e affidabilità degli impianti, qualità della programmazione e dei servizi complementari, capacità di comunicazione e audience development, e solidità amministrativa e misurazione dei risultati.

## **Modalità di copertura delle spese di gestione per le annualità dalla I alla V successive alla conclusione dell'intervento**

La copertura delle spese di gestione della G.A.M.M. – Galleria delle Arti, della Musica e della Moda per le annualità dalla I alla V successive alla conclusione dell'intervento è impostata secondo un modello economico progressivo, finalizzato a garantire continuità di esercizio, qualità dei servizi e sostenibilità nel medio periodo. Il modello combina entrate proprie generate dalla fruizione e dai servizi, apporti integrativi da sponsorizzazioni e, solo in misura residuale, laddove si rendesse necessario, misure di accompagnamento finanziario da parte dell'Ente (in coerenza con la natura pubblica del luogo della cultura e con l'obiettivo di assicurare la stabilità dei servizi per l'intero quinquennio successivo).

Nel primo anno di attività – coincidente con la fase di start-up dei servizi culturali – la copertura dei costi di gestione è sostenuta in misura prevalente dal contributo pubblico e dalla messa in esercizio delle attività previste, con una progressiva attivazione di ricavi complementari coerente con l'impostazione di avvio. A partire dal secondo anno, con l'entrata a regime, la sostenibilità si fonda principalmente sulla capacità della G.A.M.M. di generare entrate proprie diversificate, correlate a un'ipotesi prudenziale di crescita dei flussi di utenza e alla progressiva maturazione della programmazione culturale. In tale scenario, la domanda è stimata in 19.000 visitatori nel primo anno, con crescita annua del 7% negli anni successivi, e tale dinamica costituisce la base per la graduale espansione dei ricavi da bigliettazione e servizi.

La bigliettazione rappresenta una componente strutturale delle entrate a regime, direttamente correlata ai livelli di fruizione e governata da una politica tariffaria differenziata che bilancia sostenibilità e accessibilità economica. La tariffazione, articolata tra ingressi ordinari, riduzioni e misure di gratuità selettiva, consente di preservare una funzione pubblica inclusiva – in particolare per studenti, giovani, over 65 e categorie fragili inserite in programmi dedicati – e, al contempo, assicura una contribuzione stabile alla copertura dei costi ricorrenti di esercizio. La bigliettazione è inoltre integrata da formule di fidelizzazione e pacchetti tematici che favoriscono la frequenza ripetuta del pubblico locale e contribuiscono alla destagionalizzazione dei flussi.

Accanto all'ingresso, un ruolo determinante è svolto dai proventi derivanti dai servizi e dalle attività complementari, progettati per aumentare il valore esperienziale della visita e generare ricavi coerenti con la missione culturale. In tale ambito rientrano i servizi educativi e laboratoriali rivolti a scuole, famiglie e gruppi, la programmazione di eventi e performance con ticket dedicato, le attività formative e professionalizzanti (workshop e masterclass), nonché i servizi accessori legati alla fruizione, inclusa la valorizzazione del concept store e di produzioni culturali connesse ai contenuti della G.A.M.M. e ai mestieri d'arte locali. La pluralità di tali entrate consente di ridurre la dipendenza da una sola fonte di ricavo e di modulare nel tempo l'offerta in funzione della domanda effettiva, con un impatto positivo sulla resilienza del modello gestionale.

Il quadro di copertura delle spese può inoltre essere integrato da contributi pubblici ulteriori di natura progettuale, legati a iniziative specifiche, programmi culturali, attività educative, interventi di inclusione e azioni di welfare culturale, nonché da convenzioni con istituzioni formative e culturali (scuole, università, enti di alta formazione) che attivino risorse dedicate a percorsi didattici, tirocini, progetti di ricerca e public engagement. Tali contributi non sono assunti come base strutturale della sostenibilità, ma come componente integrativa coerente con la natura pubblica del luogo e con la capacità della G.A.M.M. di attrarre risorse su progetti mirati, rafforzando qualità e impatto delle attività.

In coerenza con le finalità pubbliche dell'intervento, è altresì prevista – ove necessario – una misura di accompagnamento mediante integrazione da bilancio dell'Ente proponente, finalizzata a garantire la continuità dei servizi e l'equilibrio economico nelle prime annualità a regime, soprattutto in presenza di scostamenti temporanei tra ricavi attesi e costi effettivi o in fasi di particolare intensificazione della programmazione. Tale eventuale integrazione è concepita come strumento di stabilizzazione e non come sostituzione delle entrate proprie: opera a presidio della funzione pubblica del luogo e accompagna il consolidamento progressivo del modello di autofinanziamento, assicurando che la G.A.M.M. mantenga standard qualitativi, accessibilità e continuità di apertura per l'intero quinquennio successivo alla conclusione dell'intervento.

Nel complesso, la copertura delle spese di gestione per le annualità I–V successive è fondata su un equilibrio tra ricavi da fruizione e servizi, entrate accessorie e contributi integrativi, con un impianto di monitoraggio economico e gestionale che consente di verificare annualmente l'andamento, introdurre correttivi tariffari e programmatici, e garantire la sostenibilità nel medio periodo nel rispetto degli obblighi di continuità e qualità dei servizi.

### **Analisi delle forme di gestione da implementare successivamente alla conclusione dell'intervento**

Il modello di gestione della G.A.M.M. – Galleria delle Arti, della Musica e della Moda è concepito secondo una logica progressiva e adattiva, finalizzata a garantire continuità di esercizio, qualità dei servizi e piena coerenza con la funzione pubblica del luogo, accompagnando in modo ordinato il passaggio dalla fase di avvio a un assetto di gestione a regime. L'impostazione evita soluzioni rigide o premature e consente all'Amministrazione di consolidare, nel primo anno di funzionamento, l'identità operativa e culturale della G.A.M.M., definendo standard di servizio, procedure interne e strumenti di monitoraggio, per poi attivare forme di gestione strutturate e sostenibili nel medio periodo.

Nell'anno di start-up, la gestione è prevista in coordinamento diretto con l'Amministrazione comunale, che assicura il presidio istituzionale dell'intervento e la coerenza con gli obiettivi di interesse generale. In questa fase l'operatività del luogo e la direzione culturale si fondano su un'organizzazione snella ma qualificata, integrata (ove necessario) da incarichi e prestazioni specialistiche esterne conferite nel rispetto della normativa vigente, con funzioni di avvio dei servizi, coordinamento della programmazione, definizione dei protocolli operativi (accoglienza, fruizione, accessibilità, sicurezza), predisposizione degli strumenti di comunicazione e impostazione del sistema di monitoraggio e valutazione. Tale scelta risponde a un'esigenza tipica della fase di messa in esercizio: garantire rapidità di attivazione e standard qualitativi elevati, riducendo il rischio di discontinuità nei primi mesi e rendendo immediatamente misurabili risultati e criticità. Il quadro economico previsionale considera infatti la presenza di costi coerenti con questa architettura, includendo le attività di progettazione organizzativa e di supporto specialistico necessarie a rendere i servizi pienamente funzionanti.

Parallelamente all'avvio, il progetto prevede l'attivazione delle procedure amministrative finalizzate all'individuazione della forma di gestione per le annualità successive, in modo da assicurare una transizione tempestiva e priva di interruzioni. In questa fase preparatoria l'Amministrazione procede alla definizione degli atti e dei presupposti tecnico-amministrativi per selezionare soggetti qualificati per la gestione o co-gestione dei servizi culturali, valutando strumenti coerenti con l'ordinamento e con la natura del progetto: affidamento a operatori specializzati, forme di partenariato pubblico-privato o pubblico-pubblico per specifiche componenti di servizio, e/o coinvolgimento di enti del Terzo Settore mediante percorsi di co-progettazione e co-gestione, laddove risulti funzionale a rafforzare l'inclusione, la capacità di ingaggio delle comunità e il radicamento territoriale. L'impianto economico contempla i costi necessari a questa fase di strutturazione, includendo attività di predisposizione degli atti, supporto procedurale e oneri connessi alle procedure selettive, che sono condizioni essenziali per una governance conforme, trasparente ed efficace.

A valle delle procedure, la gestione a regime potrà configurarsi come modello integrato, capace di tenere insieme l'indirizzo pubblico e il presidio della finalità culturale con l'efficienza organizzativa, la specializzazione delle competenze e la capacità di attivare reti e risorse.

Di seguito si riportano gli indicatori ex ante principali, utilizzabili come baseline per monitoraggio, controllo di gestione e valutazione degli impatti.

<b>Indicatore</b>	<b>Anno 1 (Start up)</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>	<b>Anno 4</b>	<b>Anno 5</b>	<b>Anno 6</b>
<b>Visitatori stimati (n)</b>	16.000	16.960	17.832	18.596	19.234	19.729
<b>Laboratori/attività didattiche (n. iniziative)</b>	150	154	159	164	169	174
<b>Servizi culturali e concerti (n. eventi)</b>	15	15	16	16	17	17
<b>Affitto spazi e altri eventi (n. occorrenze)</b>	20	21	21	22	23	23
<b>Ricavi propri – escluso contributo una tantum (€)</b>	40.000	349.160	372.424	394.945	406.571	417.168
<b>Contributo pubblico una tantum (€)</b>	720.000	0	0	0	0	0
<b>Ricavi totali (€)</b>	760.000	349.160	372.424	394.945	406.571	417.168
<b>Costi totali (€)</b>	760.000	348.526	359.522	365.317	370.836	376.287
<b>Risultato di gestione (€)</b>	-	<b>634</b>	<b>12.902</b>	<b>29.628</b>	<b>35.735</b>	<b>40.880</b>

Il PEF evidenzia un equilibrio economico già dal secondo anno e un surplus crescente; resta ferma la necessità di presidiare la dinamica di cassa e la stagionalità attraverso programmazione, comunicazione e misure di gestione finanziaria.

# Relazione su allestimenti, accessibilità e servizi

Proposta progettuale:

“Galleria delle Arti, della Musica e della Moda (G.A.M.M.) Lecce”

PR Puglia 2021-2027 – Avviso 8.7

## Allestimenti

Il complesso oggetto di intervento presenta un’elevata potenzialità di valorizzazione culturale e didattica; allo stato attuale, tuttavia, gli ambienti non risultano attrezzati per una fruizione contemporanea e integrata, coerente con l’identità della Galleria delle Arti, della Musica e della Moda (G.A.M.M.) e con l’impianto dei servizi delineato nei capitoli precedenti.

In particolare, si rileva l’assenza di un sistema organico di accoglienza e servizi al pubblico (aree informative, concept store e dispositivi di orientamento), di un allestimento modulare e riconfigurabile per esposizioni e installazioni site-specific, nonché di ambienti idonei alle attività formative (masterclass e laboratori) con adeguati requisiti acustici. Risultano inoltre non pienamente disponibili spazi predisposti per micro-concerti e performance e, in prospettiva, per attività di produzione/registrazione audio.

Alla luce di tali condizioni, gli allestimenti sono assunti come componente essenziale della rifunionalizzazione: non meri elementi di arredo o di decorazione, bensì infrastrutture tecniche e dispositivi esperienziali che abilitano la fruizione, la sicurezza operativa e la qualità percettiva del luogo. La dotazione prevista è orientata ad aumentare il valore esperienziale della visita, a sostenere una programmazione culturale plurale (mostre, performance, education, laboratori) e a garantire requisiti di accessibilità universale e aggiornabilità nel tempo. In questa logica, gli allestimenti si configurano come interventi su impianti illuminotecnici museali e scenografici a basso consumo con sistemi di controllo, soluzioni acustiche e impianti audio per la fruizione musicale, segnaletica e wayfinding inclusivi, oltre a tecnologie avanzate e interattive (proiezioni, digital signage, media server e sensori) finalizzate alla mediazione culturale e ai percorsi didattici.

Il budget complessivo degli allestimenti è stimato in € 565.000 imponibile, € 124.300 IVA (aliquota assunta 22%), per un totale pari a € 689.300. Le voci di costo sono state organizzate per macro-componenti funzionali, coerenti con la destinazione d’uso e con le esigenze di fruizione.

<b>Voce di costo ALLESTIMENTI</b>	<b>Contenuto sintetico</b>	<b>Costo (senza IVA)</b>	<b>IVA (22%)</b>	<b>Totale</b>
<b>Illuminotecnica museale/ scenografica e controllo/ insonorizzazione</b>	Corpi illuminanti per esposizione/performance, binari, dimmer/controllo (DALI/DMX), ottiche e accessori - pannellature, contropareti, porte acustiche, assorbitori/diffusori	€ 140.000,00	€ 30.800,00	€ 170.800,00
<b>Costruzione ambienti tecnici e dotazione base</b>	Allestimento tecnico cabina/regia, arredi tecnici, cablaggi/patch, interfacce e monitoraggio essenziale, generatore AI tracce commerciali	€ 75.000,00	€ 16.500,00	€ 91.500,00
<b>Realizzazione sala registrazioni</b>	Sala registrazione e dotazione base	€ 40.000,00	€ 8.800,00	€ 48.800,00
<b>Filodiffusione multi- zona "ovunque"</b>	Allestimento cabina/ regia, diffusori, amplificazione, zonizzazione, controllo scenari	€ 45.000,00	€ 9.900,00	€ 54.900,00
<b>Tecnologie avanzate e proiezioni (hardware e software)</b>	Proiettori ad alta luminosità, supporti, media server, sensori base per interazione, schermi/tele digital signage/ computer/ touch screen/ totem interattivi	€ 65.000,00	€ 14.300,00	€ 79.300,00
<b>Biglietteria, concept store, laboratori (arredi e dotazioni)</b>	Banco, espositori, retrobanco, sedute, predisposizioni tecniche, monitor informativi,	€ 50.000,00	€ 11.000,00	€ 61.000,00
<b>Grafica e wayfinding</b>	Pannelli, segnaletica ambientale, supporti didascalie, elementi di orientamento coerenti col concept	€ 20.000,00	€ 4.400,00	€ 24.400,00
<b>Installazione, collaudi, programmazione</b>	Configurazione sistemi AV/audio, test funzionali	€ 10.573,77	€ 2.326,23	€ 12.900,00
<b>Totale</b>		<b>€ 445.573,77</b>	<b>€ 98.026,23</b>	<b>€ 543.600,00</b>

Il quadro sopra riportato privilegia una distribuzione delle risorse coerente con la priorità di abilitare: una qualità illuminotecnica museale e scenografica adeguata alle esigenze di esposizione e performance; un assetto acustico-sonoro compatibile con attività formative e micro-concerti; un'ossatura tecnologica scalabile (proiezioni, schermi) per sostenere percorsi immersivi e aggiornabili; un'area di accoglienza e servizi al pubblico (biglietteria, concept store e laboratori) idonea alla gestione dei flussi e alla valorizzazione dell'offerta; un sistema di grafica e wayfinding coerente con l'identità della G.A.M.M., inclusivo e ad alta leggibilità.

Le attività di installazione, collaudo e programmazione sono considerate parte integrante dell'allestimento, in quanto determinano la piena funzionalità e l'affidabilità operativa degli apparati.

Resta inteso che la definizione dei livelli prestazionali, delle specifiche di capitolato, dei requisiti di manutenzione e dei protocolli di collaudo dovrà essere completata dagli uffici competenti.

## Accessibilità

Il progetto nasce dalla convinzione che la cultura debba essere un patrimonio realmente condiviso. Per questo motivo, l'approccio adottato supera il concetto tradizionale di accessibilità: non ci si limita ad abbattere le barriere architettoniche per chi ha ridotta mobilità, ma si punta a una fruizione universale che coinvolga tutti i sensi e ogni tipologia di visitatore.

Il cuore pulsante dell'esperienza è un sofisticato sistema di guida vocale assistita. Grazie a una rete capillare di micro-sensori disposti strategicamente lungo il percorso, l'ambiente "dialoga" con il visitatore. Attraverso un'app dedicata o un braccialetto smart, il sistema rileva la posizione dell'utente in tempo reale, attivando narrazioni e spiegazioni dettagliate proprio nel momento in cui ci si trova in prossimità di un reperto o di un punto di interesse.

A questa tecnologia si affiancano i supporti più classici ma potenziati:

- Pannelli Digitali Interattivi: schermi ad alta risoluzione tali da permettere di sfogliare contenuti extra, documenti storici e mappe dinamiche;
- Segnaletica Tattile Inclusiva: i pannelli fisici saranno progettati per essere letti da chiunque. Oltre al linguaggio Braille, saranno presenti scritte in rilievo e caratteri ad alto contrasto. Questa scelta è fondamentale per garantire l'autonomia agli ipovedenti o a chi non ha avuto modo di apprendere il sistema di lettura a puntini;
- Audioguide Tradizionali: per chi preferisce un approccio più lineare e riflessivo, saranno messe a disposizione le classiche cuffie, ideali per chi desidera lasciarsi guidare dal racconto senza l'interazione digitale costante.

La tecnologia, dunque, diventa la lente d'ingrandimento che permette una comprensione profonda e scientificamente accurata oltre la semplice osservazione dietro una vetrina. Il risultato è un percorso dove emozione, apprendimento e inclusione si fondono in un'unica, incredibile esperienza.

<b>Voce di costo ACCESSIBILITA'</b>	<b>Contenuto sintetico</b>	<b>Costo (senza IVA)</b>	<b>IVA (22%)</b>	<b>Totale</b>
<b>Sistemi tecnologici per non vedenti e ipovedenti</b>	Sensoristica e App guida	€ 35.245,90	€ 7.754,10	€ 43.000,00
<b>Pannelli/tavoli tattili</b>	- Pannelli/tavoli tattili fisici (3D) e/o digitali; - Pannelli informativi in plexiglass con scritte in rilievo e in Braille;	€ 53.278,69	€ 11.721,31	€ 65.000,00
<b>Audioguida multilingua</b>	Cuffiette wireless e dispositivi	€ 9.836,07	€ 2.163,93	€ 12.000,00
<b>Totale</b>		<b>€ 98.360,66</b>	<b>€ 21.639,34</b>	<b>€ 120.000</b>

## Servizi

Il progetto G.A.M.M. – Galleria delle Arti, della Musica e della Moda prevede l’attivazione di un sistema integrato di servizi culturali concepito per incidere simultaneamente su tre dimensioni:

- l’ampliamento e la diversificazione dei pubblici;
- l’incremento dell’impatto sociale attraverso accessibilità e inclusione;
- la generazione di ricadute culturali ed economiche durature.

I servizi non sono intesi come componenti accessorie, ma come infrastruttura operativa del luogo: definiscono la qualità dell’esperienza di visita, la continuità di funzionamento durante l’anno e la capacità della G.A.M.M. di consolidarsi come presidio stabile di produzione culturale, apprendimento e partecipazione, in coerenza con la missione interdisciplinare che integra innovazione digitale, arti visive, musica, mestieri d’arte, tessile e moda.

Sul piano culturale, per la G.A.M.M. si prevede una programmazione continuativa che combina esposizioni, installazioni e percorsi multimediali con performance, micro-concerti, rassegne e iniziative di ricerca. La specificità del format “arti, musica e moda” amplia in modo strutturale il bacino di interesse: accanto al pubblico delle mostre, intercetta comunità musicali, giovani creativi, studenti e pubblici attratti dall’esperienza dal vivo. Tale programmazione è accompagnata da servizi di mediazione culturale e interpretazione dei contenuti, che rendono leggibili temi e linguaggi anche a visitatori non specialisti e trasformano la visita da esperienza prevalentemente contemplativa a esperienza comprensibile e partecipata. In questa logica, strumenti digitali e contenuti aggiornabili (fruibili in modalità multilingue) rafforzano la relazione tra pubblico e luogo, aumentano il tempo di permanenza e consentono alla G.A.M.M. di rinnovarsi nel tempo senza dipendere esclusivamente da eventi eccezionali.

Una componente strutturale del sistema di servizi è rappresentata dall’infrastruttura tecnologica a

supporto della mediazione culturale e della gestione data-driven. La G.A.M.M. integra strumenti digitali di fruizione e di orientamento (contenuti multimediali aggiornabili, postazioni interattive e dispositivi di ascolto coerenti con la vocazione musicale), unitamente a sistemi di content management che consentano di programmare e aggiornare i contenuti senza ricorso a competenze tecniche esterne. Sul versante gestionale, la stessa architettura digitale abilita il monitoraggio dei flussi e degli indicatori di performance (accessi, composizione target, partecipazione alle attività, utilizzo degli strumenti digitali), rendendo possibile una calibrazione progressiva dell'offerta e una più efficace destinazione delle risorse. L'innovazione tecnologica è inoltre orientata a rafforzare l'accessibilità sensoriale e cognitiva attraverso soluzioni assistive (ad esempio contenuti multilingue, supporti dedicati, formati ad alta leggibilità), coerenti con l'obiettivo di riduzione delle barriere e ampliamento dei pubblici.

Una componente distintiva dei servizi riguarda l'ampliamento della funzione culturale del complesso mediante la possibilità di attivare laboratori di arte applicata negli ambienti recuperati dell'ex Scuola "G. Saraceno", con particolare attenzione alle tecniche tradizionali leccesi quali cartapesta, terracotta e lavorazioni presepiali. La valorizzazione di tali saperi è assunta come leva di trasmissione del patrimonio immateriale e come occasione concreta di scambio intergenerazionale: la presenza di laboratori stabilmente operativi affianca alla fruizione culturale la dimensione della produzione, rende visibile il "fare" e trasforma il luogo in un presidio vivo della conoscenza artigiana. La G.A.M.M. integra inoltre spazi dedicati alla dimostrazione, esposizione e valorizzazione dell'artigianato artistico locale, con una programmazione tematica annuale capace di connettere ricorrenze culturali, stagione turistica e iniziative cittadine, favorendo un turismo culturale esperienziale e sostenibile nel centro storico.

L'impatto sociale è perseguito attraverso un disegno dei servizi centrato su accessibilità universale e inclusione, intese come condizioni strutturali della gestione e non come interventi marginali. La G.A.M.M. integra attività educative, percorsi di mediazione e proposte differenziate per scuole, famiglie, adulti e terza età, in modo da garantire continuità e presidio anche fuori stagione. Parallelamente, il progetto assume la G.A.M.M. come laboratorio di sperimentazione avanzata sull'accessibilità, prevedendo soluzioni e servizi dedicati per persone con disabilità sensoriali e bisogni specifici, nonché iniziative sviluppate in rete con associazioni e soggetti del terzo settore per pubblici fragili o a rischio di esclusione. In questo quadro, arte e musica vengono assunte anche come strumenti di benessere, relazione e partecipazione, attivando percorsi che producono benefici sociali misurabili in termini di accesso, frequenza e qualità percepita.

In tale architettura, il piano di comunicazione rappresenta un servizio strategico e abilitante,

indispensabile per la diversificazione dei pubblici e per la crescita degli impatti. La comunicazione è progettata come dispositivo di accesso, orientamento e audience development: garantisce informazioni chiare su orari, modalità di visita, calendario e servizi, ma soprattutto costruisce una narrazione riconoscibile dell'identità della G.A.M.M., valorizzando la specificità del luogo, l'innovazione dei contenuti e la dimensione interdisciplinare. L'approccio integra strumenti digitali e visual storytelling per intercettare pubblici differenti, migliorare la raggiungibilità informativa anche per visitatori non abituali e ridurre le barriere cognitive e linguistiche, con effetti diretti sull'inclusione e sulla partecipazione. La comunicazione, inoltre, sostiene la destagionalizzazione promuovendo programmazione continuativa, attività educative e iniziative dedicate ai residenti, con impatto misurabile su flussi, tassi di ritorno e partecipazione alle attività, oltre che sulle performance economiche dei servizi culturali.

Nel complesso, i servizi attivati dalla G.A.M.M. trasformano il bene in un luogo culturale vivo, inclusivo e sostenibile, capace di generare valore pubblico attraverso la qualità dell'esperienza e la riduzione delle barriere di accesso, di produrre valore culturale mediante programmazione e produzione interdisciplinare, e di generare valore economico sia direttamente, attraverso attività e servizi, sia indirettamente, tramite incremento dell'attrattività e rafforzamento delle filiere territoriali.

<b>Voce QTE</b>	<b>Descrizione (Scheda tecnica)</b>	<b>Netto (Anno 1)</b>	<b>IVA stimata (22%)</b>	<b>Lordo stimato</b>
<b>E1</b>	Progettazione esecutiva servizi e predisposizione atti per affidamento gestione/PSPP	32.786,89	7.213,11	40.000,00
<b>E3</b>	Fornitura di servizi culturali (produzione evento inaugurale e offerta culturale; eventi promozionali anno start-up, laboratori, attività culturali e didattiche, altri eventi)	246.016,39	54.123,61	300.140,00
<b>E4</b>	Implementazione sistema di monitoraggio (KPI, report, valutazione)	19.672,13	4.327,87	24.000,00
<b>E5</b>	Costi diretti funzionalità del luogo (utenze, pulizie, manut., vigilanza, formazione)	68.032,79	14.967,21	83.000,00
<b>E6</b>	Consulenze specialistiche e contenuti (multimediale e progettazione culturale avvio)	102.459,02	22.540,98	125.000,00
<b>E7</b>	Fornitura servizi ICT (sito web, canoni, app,...)	9.836,07	2.163,93	12.000,00
<b>E8</b>	Altre spese (comunicazione e promozione ordinaria, spese personale, gestione amministrativa, gestione incassi)	94.967,21	20.892,79	115.860,00
<b>Totale</b>	<b>Coerente con Quadro Economico - E</b>	<b>573.770,49</b>	<b>126.229,51</b>	<b>700.000,00</b>