

Preparazione per la seconda prova di discipline turistiche e aziendali nell'Istituto Tecnico Turistico

Proposta per l'Esame di Stato 2017

di Roberto Bandinelli e Riccardo Mazzoni

TRACCIA

Prima parte

Dal sito Web *LifeGate* è stato tratto il seguente articolo.

Il 2017 è l'anno dei borghi in Italia

Il ministro Franceschini ha proclamato il 2017 **anno dei borghi in Italia**, un'occasione per questi luoghi di far conoscere la loro storia, cultura e tradizione e per i turisti di riscoprire territori meravigliosi.

Sono culla di tradizioni, atmosfere e filosofie di accoglienza e di vita che apprezziamo particolarmente e il nostro paese ne è ricco, da nord a sud: ora anche il ministero dei Beni e delle Attività culturali e del Turismo ne ha riconosciuto l'importanza, proclamando il 2017 l'anno dei borghi in Italia.

2017 anno dei borghi in Italia, anno del nuovo turismo

Sono numerosissimi, in tutta Italia, ognuno speciale a suo modo, territori che favoriscono un nuovo tipo di turismo, di conoscenza del luogo, di consapevolezza del patrimonio culturale, artistico e ambientale. Un turismo lento – “slow” come si usa dire adesso – e “green”, che porti il viaggiatore ad assaporare veramente la filosofia e le tradizioni che un borgo custodisce: il nuovo anno, il 2017, sarà un'ottima occasione per conoscere o riscoprire questi luoghi, grande patrimonio dell'Italia.

Alla proclamazione del 2017 come **anno dei borghi in Italia**, il ministro Franceschini ha dichiarato: “I borghi che costellano il territorio delle nostre regioni, ricchi di storia, cultura e tradizioni, sono il cardine per la crescita di un turismo sostenibile, capace di creare autentiche esperienze per i visitatori e di permettere lo sviluppo armonico delle comunità che vi vivono. L'anno dei borghi sarà un momento importante per promuovere queste realtà che tanto contribuiscono alla qualità della vita nel nostro Paese”.

Non dimentichiamo infatti che questo sarà anche l'**anno del turismo sostenibile per lo sviluppo** [secondo la risoluzione adottata dall'Assemblea dell'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU)] due progetti che vanno di pari passo e puntano sia alla diffusione al grande pubblico di territori poco conosciuti ma dal grande valore ambientale e culturale, che alla creazione di un nuovo tipo di turismo che favorisca lo sviluppo di una buona economia locale.

Concretamente durante questo 2017 verrà costituito il *Comitato per i borghi turistici italiani* e avviata l'elaborazione di linee guida e modelli per favorire l'organizzazione di un Forum nazionale sui borghi per realizzare l'Atlante dei borghi d'Italia e lanciare il riconoscimento annuale di borgo *smart* per la comunità locale dimostratasi più attiva nell'ambito dell'innovazione dell'offerta turistica.

A ognuno il suo borgo, gli itinerari da non perdere

Panorami diversi, offerte culturali per tutti i gusti, tradizioni tra le più varie ... Da nord a sud, queste località, quasi sempre poco conosciute, poco popolate e sperdute, possono soddisfare ogni genere di desiderio, purché ciò che si cerchi, di base, sia una pausa dalla vita di tutti i giorni, frenetica e senza attenzione per ciò che il territorio può offrirci.

Così se si vuole andare a caccia di specialità culinarie d'eccellenza, ecco l'itinerario giusto che segnala i borghi che lungo tutto lo stivale garantiscono tappe gustose e golose.

Se invece è la pace e il relax totale a cui si anela, questi borghi sapranno, con semplicità, accogliere il viaggiatore tra un silenzio quasi irreale.

Il candidato, facendo riferimento anche ai contenuti dell'articolo proposto, sviluppi alcune considerazioni sull'importanza dei due temi relativamente ai quali l'anno 2017 è stato proclamato.

In particolare:

- quali le caratteristiche e le offerte che un *borgo* può proporre per un turismo “diverso” e “sostenibile”;
- cosa s'intende per *turismo sostenibile per lo sviluppo*.

Inoltre il candidato, riferendosi a un borgo conosciuto (o a più borghi presenti in un dato ambito territoriale), ipotizzi di collaborare con l'azienda turistica sotto descritta, e sviluppi quanto richiesto.

La *Grifone Tour Srl* è un'azienda che opera nel settore della produzione e vendita di viaggi a catalogo.

La direzione aziendale nell'ambito della programmazione dell'attività per il biennio 2017-2018 ha deciso di potenziare la propria offerta con la produzione di alcuni pacchetti turistici da inserire nel catalogo, in una nuova sezione denominata “Borghi d'Italia”.

Il candidato proceda all'impostazione di uno di questi pacchetti ipotizzandone: il target o i target di riferimento, la meta (un borgo o più borghi della stessa zona), la durata, l'eventuale trasporto, la sistemazione e il trattamento, oltre alle eventuali escursioni facoltative e alle attività legate alle caratteristiche del borgo e dell'ambiente in cui esso si trova. Presentare inoltre il riepilogo generale dei costi del soggiorno e la determinazione della quota individuale di partecipazione “all inclusive”, con la descrizione di ciò che è compreso o non compreso nel prezzo.

Seconda parte

Il candidato svolga due quesiti scelti tra i seguenti.

1. Redigere lo Stato Patrimoniale, riclassificato in forma sintetica, dell'esercizio 2016 della *Grifone Tour Srl* da cui si rileva una correlazione equilibrata fra gli impieghi e le fonti di finanziamento, con un capitale proprio di 187.000 euro e un capitale investito di 470.000 euro; si evidenzino inoltre gli indici che denotano la correlazione equilibrata.
2. Redigere il Budget parziale del risultato economico per l'esercizio 2018 relativo alla produzione e vendita dei pacchetti denominati “Borghi d'Italia”, nell'ipotesi di un volume di vendita di 650 pacchetti, facendo precedere il budget da tabelle preparatorie in cui siano evidenziati: i ricavi di vendita, i costi diretti di produzione dei servizi turistici contenuti nei pacchetti, i costi indiretti di produzione e, a parte, i costi indiretti relativi all'incidenza degli ammortamenti e del personale amministrativo e commerciale.
3. *PromoViaggi Srl*, impresa tour operator, ha messo a punto un nuovo pacchetto turistico: Gran Tour del Portogallo, che intende commercializzare nella prossima stagione estiva. I costi fissi imputabili al nuovo prodotto sono stimati pari a 132.000 euro annui, fino a un massimo di 1.600 pacchetti commercializzati. Il costo variabile unitario è stimato 510,00 euro. Il pacchetto potrebbe essere inserito in catalogo al prezzo di 730,00 euro.

Relativamente a tale situazione: stabilire la quantità di equilibrio corrispondente al B.E.P. spiegando il significato che tale quantità assume nella decisione di commercializzazione; costruire la *break even chart*, nell'arco di produzione/vendita fino ai 1.500 pacchetti; disegnare il grafico che rappresenta l'analisi effettuata.

4. I coniugi Faggi intendono trascorrere un soggiorno a Parigi in occasione del Capodanno. Per l'organizzazione del soggiorno si sono rivolti pertanto all'Agenzia di viaggi *Prime Tour*, la quale propone loro un pacchetto da catalogo.

Si ipotizzino le specificità di tale pacchetto, e il prezzo base, indicando cosa la quota comprende e cosa non comprende.

Si ipotizzi inoltre che i clienti abbiano scelto alcune opzioni extra (servizi e/o trattamenti, tra quelli non compresi nella quota) e, sulla base di tutto ciò si rediga il preventivo di spesa, in forma tabellare.

SVOLGIMENTO DELLA TRACCIA

Prima parte

Innanzitutto la traccia chiede al candidato alcune considerazioni in merito all'importanza dei due temi relativamente ai quali l'anno 2017 è stato proclamato.

Riguardo al primo tema, la direttiva del Ministro Franceschini (MIBACT) ha decretato il 2017 l'Anno dei Borghi Italiani; quei borghi, cioè, che sono caratterizzati da un significativo patrimonio naturalistico, umano, culturale, artistico, e che per questo rappresentano autenticità, unicità e bellezza.

Il “Piano strategico per il turismo” punta su innovazione, sostenibilità, accessibilità e competitività, per un forte e deciso rilancio del “Paese Italia” nell'ambito del mercato turistico internazionale. È in questo quadro che i “borghi” siano riconosciuti come destinazioni emergenti, in quanto “luoghi dei cammini”, del turismo “lento”, della genuinità e autenticità, della qualità di vita.

L'aver decretato il 2017 come “anno dei Borghi” è stata una scelta, italiana, che è andata a collegarsi strettamente con la scelta, internazionale, dell'Assemblea generale delle Nazioni Unite, che ha dichiarato il 2017 come “Anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo”, per favorire l'ambiente e le economie in difficoltà”.

Ma cosa s'intende per “turismo sostenibile”? Si tratta di un concetto introdotto nel 1988 dall'Organizzazione mondiale del turismo (Unwto). “Turismo sostenibile” è dunque un modo di viaggiare che risulti rispettoso degli ambienti in cui esso si svolge; che non procura danni all'ambiente - naturale, sociale e artistico – e non lo altera; inoltre non produce intralci o ostacoli allo sviluppo di altre attività sociali ed economiche del territorio.

Tale concetto pertanto si contrappone a quello che è definito “turismo di massa”; un turismo che non tiene conto delle peculiarità e delle caratteristiche specifiche dei territori, è “invasivo”, crea ostacoli allo sviluppo armonico ed equilibrato sul piano economico-sociale e ambientale, specie nei paesi più poveri.

Passando agli aspetti operativi chiesti dalla traccia, le scelte che il candidato può fare per lo sviluppo di questa prima parte sono molteplici, per cui qui ci limitiamo a dare per ciascun punto richiesto dalla traccia alcune indicazioni su come procedere.

1. Una prima considerazione a carattere generale: la traccia chiede al candidato di fare riferimento a “un borgo conosciuto”. Certamente se il candidato conosce adeguatamente la realtà socio-economica e culturale di uno o più borghi di un certo rilievo sul piano turistico è senz'altro preferibile fare riferimento a questo/i. Tuttavia egli potrebbe anche impostare il suo sviluppo immaginando un borgo “ideale” e riferire ad esso le sue considerazioni per lo svolgimento dell'elaborato.
2. Innanzitutto occorre individuare i target prevalenti, le cui caratteristiche in termini di “esigenze” siano tali da essere in linea con le proposte contenute nei pacchetti turistici. Ecco qualche esempio:
 - a. singole famiglie, magari con uno o più figli non troppo piccoli; tali soggetti possono essere interessati alla scoperta degli aspetti più tipici del borgo; al riscontro degli avvenimenti storici nelle architetture ancora esistenti; alle tradizioni culinarie; alle attività di artigianato, e così via;
 - b. gruppi non troppo numerosi, come, per esempio, i componenti di un'associazione culturale; le esigenze di tali soggetti possono essere sostanzialmente analoghe a quelle del target “famiglie”, ma cambia per questi soggetti il tipo e le modalità di organizzazione dell'esperienza di soggiorno;
 - c. coppie di giovani; queste, oltre ad apprezzare gli aspetti descritti per gli alti target, possono avere come ulteriori esigenze la partecipazione ad attività particolari, come, per esempio, escursioni a cavallo alla scoperta del territorio circostante del borgo.

3. Per quanto riguarda la meta, è qui che occorre indicare la scelta del borgo o dei borghi a cui il candidato intende riferire la costruzione del pacchetto turistico. Il borgo scelto deve indubbiamente avere caratteristiche tali da attirare l'interesse dei potenziali turisti, dunque:
 - a. può essere un luogo "denso" di storia e di cultura; si pensi, per esempio a Certaldo e Pitigliano (in Toscana), Borghetto e Montagnana (in Veneto), Cefalù e Marzamemi (in Sicilia), e tanti, tanti altri;
 - b. in alternativa, oppure in aggiunta, nel borgo può essere fiorente un artigianato tipico; si pensi, per esempio, alla lavorazione delle ceramiche - Montelupo fiorentino (in Toscana), Vietri (in Campania), Deruta (in Umbria) ecc. - oppure alla lavorazione del vetro - Altare (in Liguria), Murano (in Veneto) - e così via;
 - c. può essere un borgo o una rete di borghi intorno ai quali si è sviluppata una produzione specifica; si pensi ai numerosi borghi nelle più rinomate zone di produzione vinicola, che attirano un turismo in crescente tendenza lungo le "vie del vino": Bolgheri e Montalcino (in Toscana), la "strada del vino" tra Caldaro, Ora, Appiano e Terlano (in Trentino-Alto Adige), Scanno (in Abruzzo), e tanti altri.
4. La durata del soggiorno può variare, anche per rispondere a esigenze diverse dei diversi target:
 - a. si può ipotizzare, per esempio, un "fine settimana lungo" (venerdì - sabato - domenica), dunque tre giorni, due notti;
 - b. oppure un'intera settimana, o un periodo anche più lungo; in questo caso però occorre prestare attenzione alla formulazione delle proposte in termini di visite, escursioni e attività di svago, in quanto, trattandosi di un ambito territoriale di dimensioni ridotte, è da pensare che non siano poi molti i turisti che vanno alla ricerca della sola "pace" e del "riposo" ...
5. Anche il trasporto dipende dal target. A parte i gruppi, per i quali è senz'altro ipotizzabile il viaggio con automezzi di diversa capienza, in base al numero dei passeggeri: pullman da 54/56 posti, o minibus in genere da 16, 19 e 25 posti; per gli altri target (famiglie, coppie, singoli individui) è immaginabile il viaggio con mezzo proprio.
6. La sistemazione e il trattamento meritano invece considerazioni più articolate:
 - a. più che a un hotel si può pensare, in questi casi, a sistemazione in strutture ricettive un po' più caratteristiche, in modo da creare anche per questo aspetto dell'esperienza turistica un legame stretto con l'atmosfera del borgo; si può dunque ipotizzare il pernottamento in un B&B caratteristico, oppure in un agriturismo;
 - b. la formula del "trattamento" dipende dalla soluzione ipotizzata per il punto precedente:
 - nel caso di un B&B oltre al pernottamento è prevista la sola colazione, per cui è bene individuare uno o più locali di ristorazione (ristoranti, trattorie, osterie) che propongano una cucina tipica del luogo;
 - nel caso di un agriturismo è più probabile ipotizzare un trattamento di pensione completa o di mezza pensione; anche in questo secondo caso si può suggerire, per il pasto non compreso, un locale di ristorazione come indicato sopra.
7. Infine, per le eventuali escursioni facoltative e le attività legate alle caratteristiche del borgo e dell'ambiente in cui esso si trova, si possono trovare spunti in quanto detto nei punti precedenti, in particolare nei punti 2 e 3.

Il riepilogo generale dei costi del soggiorno e la conseguente determinazione della quota individuale di partecipazione "all inclusive" dipendono naturalmente dalle singole ipotesi formulate nei punti precedenti.

Tale riepilogo può essere impostato sotto forma di tabella/prospetto, che può avere una struttura di questo tipo:

costi diretti:	
trasporto	
ricettivo	
escursioni	
assicurazioni	
altri costi accessori diretti	
COSTO PRIMO	
costi indiretti:	
a carattere commerciale:	
costi promozione pubblicità	
costi materiali informativi	
costi personale e rete commerciale	
costi della comunicazione web	
a carattere amministrativo:	
costi per forniture e servizi	
costi personale amministrativo	
ammortamenti beni strumentali	
<i>tot. costi indiretti</i>	
COSTO COMPLESSIVO	
oneri figurativi	
COSTO ECONOMICO TECNICO	
ulteriore margine di guadagno	
PREZZO DI VENDITA	

Per quanto riguarda “ciò che è compreso o non compreso nel prezzo”, si possono prendere spunti da quanto mostrato nel successivo punto 4 della “parte a scelta”.

Seconda parte

Primo punto a scelta

Lo Stato patrimoniale, riclassificato in forma sintetica, dell'esercizio 2016 della Grifone Tour Srl si presenta così strutturato:

Stato patrimoniale riclassificato al 31/12/2016	
Impieghi	
Attivo immobilizzato	
Immobilizzazioni	
Immobilizzazioni immateriali	-
Immobilizzazioni materiali	329.000
Immobilizzazioni finanziarie	-
<i>Totale</i>	329.000
Attivo circolante	
Disponibilità economiche	3.240
Liquidità differite	75.200
Liquidità immediate	62.560
<i>Totale</i>	141.000
Totale impieghi	470.000
Fonti	
Capitale proprio	
Capitale sociale	150.000
Riserve	37.000
<i>Totale</i>	187.000
Passivo consolidato	
Trattamento di fine rapporto	38.900
Debiti v/banche	112.800
<i>Totale</i>	151.700
Passivo corrente	
Debiti v/banche	11.300
Debiti v/fornitori	56.100
Debiti tributari	18.300
Debiti v/soci per utile distribuito	37.200
Altre passività correnti	8.400
<i>Totale</i>	131.300
Totale fonti	470.000

L'analisi della situazione patrimoniale mette in evidenza una sostanziale correlazione equilibrata fra gli impieghi e le fonti di finanziamento, come si può osservare anche dalla figura e dagli indici determinati:

- il Capitale permanente, costituito dalla somma del Capitale proprio e del Passivo consolidato, copre le Attività immobilizzate;
- di conseguenza, con l'Attivo circolante (le Disponibilità economiche sono peraltro di importo molto contenuto) si è in grado di far fronte agevolmente agli impegni che rientrano nel Passivo corrente.



Margine primario di struttura <i>(Capitale proprio - Attività immobilizzate)</i>	187.000 - 329.000 =	- 142.000
Autocopertura delle immobilizzazioni <i>(Capitale proprio / Attività immobilizzate)</i>	$\frac{187.000}{329.000} =$	0,57
Margine secondario di struttura <i>(Capitale permanente - Attività immobilizzate)</i>	338.700 - 329.000 =	9.700
Copertura delle immobilizzazioni <i>(Capitale permanente / Attività immobilizzate)</i>	$\frac{338.700}{329.000} =$	1,03
Capitale circolante netto <i>(Attività disponibili - Passività a breve)</i>	141.000 - 131.300 =	9.700
Indice di disponibilità <i>(Attività disponibili / Passività a breve)</i>	$\frac{141.000}{131.300} =$	1,07

Secondo punto a scelta

Vendite stimate dei pacchetti "Borghi d'Italia"

	quantità	prezzo medio stimato	ricavi
Pacchetti "Borghi d'Italia"	650	350,00	227.500,00

Costi diretti dei servizi turistici

	quantità	costo unitario medio stimato	costi
trasporto	650	65,00	42.250,00
ricettivo	650	132,00	85.800,00
escursioni	650	46,00	29.900,00
assicurazioni	650	9,00	5.850,00
altri costi accessori diretti	650	6,00	3.900,00
<i>totale costi diretti di produzione dei servizi turistici</i>			167.700,00

Costi indiretti dei servizi turistici

	quantità	costo unitario medio attribuito, stimato	costi
costi promozione pubblicità	650	9,50	6.175,00
costi materiali informativi	650	7,20	4.680,00
costi della comunicazione web	650	3,30	2.145,00
costi per forniture e servizi	650	5,80	3.770,00
altri costi vari	650	2,50	1.625,00
<i>totale costi indiretti di produzione dei servizi turistici</i>			18.395,00

Incidenza degli ammortamenti dei beni strumentali

	quantità	costo unitario medio attribuito, stimato	costi
incidenza degli ammortamenti	650	7,30	4.745,00

Incidenza dei costi del personale

	quantità	costo unitario medio attribuito, stimato	costi
personale settore commerciale	650	6,80	4.420,00
personale settore amministrativo	650	11,70	7.605,00
<i>totale incidenza dei costi del personale</i>			12.025,00

Budget del risultato economico (parziale)

Ricavi delle vendite di prodotti turistici	227.500,00
[a] Valore della produzione	227.500,00
Costi diretti di produzione dei servizi turistici	- 167.700,00
Costi indiretti di produzione dei servizi turistici	- 18.395,00
[b] Costo dei servizi turistici prodotti	- 186.095,00
Valore aggiunto [a-b]	41.405,00
Costi del personale	- 12.025,00
Ammortamenti e svalutazioni	- 4.745,00
Reddito operativo lordo gestione caratteristica	24.635,00

Terzo punto a scelta

La quantità di equilibrio corrispondente al B.E.P. viene calcolata con la seguente formula:

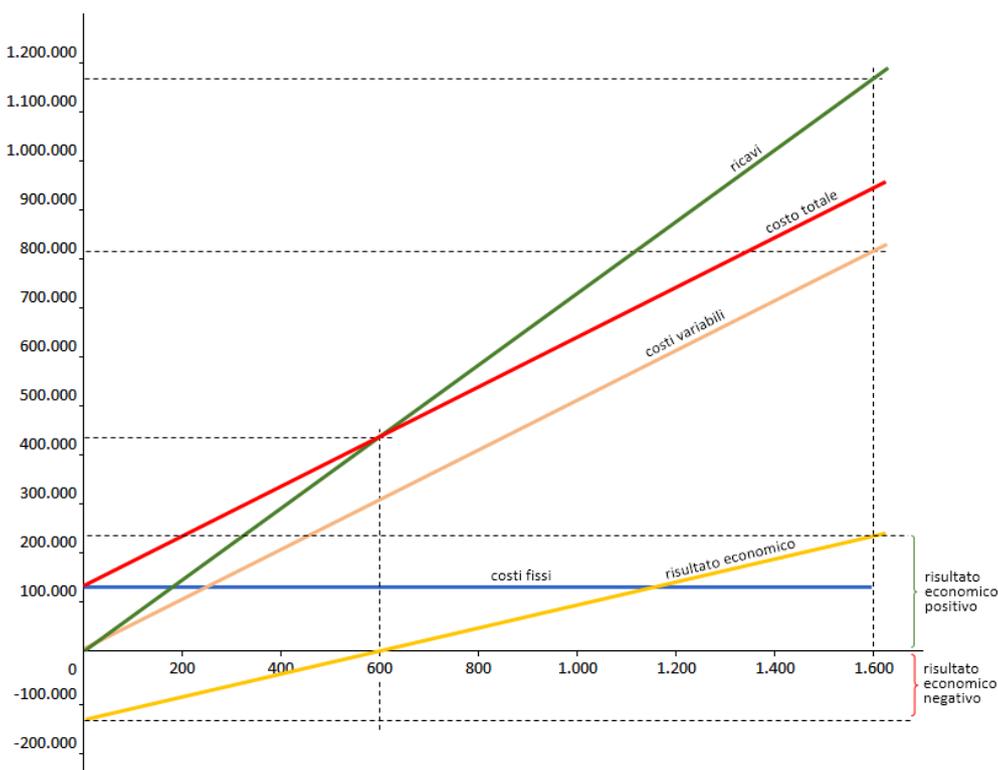
$$\frac{\text{costi fissi}}{\text{margine di contribuzione}} = \frac{132.000}{730,00 - 510,00} = 600 \text{ pacchetti turistici}$$

In corrispondenza di tale quantità di pacchetti venduti il risultato economico dell'operazione risulterebbe nullo, cioè pari a zero, in quanto i ricavi andrebbero a coprire esattamente il costo totale.

Quanto appena detto risulta chiaramente dalla *break even chart*, richiesta dalla traccia:

costi, ricavi, ris. econ.	numero di pacchetti	0	200	400	600	800	1000	1200	1400	1600
costi fissi		132.000	132.000	132.000	132.000	132.000	132.000	132.000	132.000	132.000
costi variabili		0	102.000	204.000	306.000	408.000	510.000	612.000	714.000	816.000
costo totale		132.000	234.000	336.000	438.000	540.000	642.000	744.000	846.000	948.000
ricavi		0	146.000	292.000	438.000	584.000	730.000	876.000	1.022.000	1.168.000
risultato economico		-132.000	-88.000	-44.000	0	44.000	88.000	132.000	176.000	220.000

La rappresentazione grafica dell'analisi previsionale è così impostata:



Quarto punto a scelta

Caratteristiche del pacchetto turistico “Capodanno a Parigi”:

- la quota di 368,00 euro per pax (*formula base*) *comprende*:
 - soggiorno di 4 giorni (3 notti), con partenza il 30 dicembre e rientro il 2 gennaio; i tre pernottamenti, pertanto, saranno quelli del 30, 31 dicembre e dell’1 gennaio;
 - volo aereo con partenza da uno dei seguenti aeroporti: Cagliari, Palermo, Bari, Bologna, Roma, Milano, Pisa; franchigia bagaglio a mano;
 - sistemazione in hotel tre stelle, in doppia, con trattamento di *bed & breakfast* (pernottamento e prima colazione);
 - assistenza in loco da parte di personale specializzato per l’assistenza e la prenotazione di eventuali escursioni facoltative;
 - polizza di copertura assicurativa;
- la quota *non comprende*:
 - tasse aeroportuali e supplementi: 72,00 euro per pax;
 - quota iscrizione e gestione pratica: 25,00 euro per pax;
 - notte extra in doppia in hotel 3 stelle, con prima colazione: 75,00 euro;
 - supplemento sistemazione in hotel 4 stelle (trattamento *bed & breakfast*): 85,00 euro per pax;
 - notte extra in doppia in hotel 4 stelle (con prima colazione): 108,00 euro;
 - supplemento “cenone di capodanno”: presso ristorante hotel 3 stelle: 60,00 euro/persona; presso ristorante hotel 4 stelle: 95,00 euro/persona;
 - quanto non indicato sotto la voce “La quota comprende”.

Si suppone che i clienti abbiano deciso per la notte supplementare (quella del 2 gennaio, con rientro 3 gennaio) in hotel quattro stelle; abbiano inoltre optato per il “cenone di capodanno”.

Preventivo di spesa

viaggio aereo, servizi, supplementi e quote varie	quote di costo	
	primo adulto	secondo adulto
Formula base	368,00	368,00
tasse aeroportuali e supplementi	72,00	72,00
quota iscrizione e gestione pratica	25,00	25,00
supplemento sistemazione in hotel 4 stelle (b&b)	85,00	85,00
notte extra in doppia (con prima colazione)	108,00	
supplemento "cenone di capodanno"	95,00	95,00
<i>Totale complessivo</i>	1.398,00	