

**Esame di Stato 2015**  
**Istituto Professionale - Settore servizi**  
**Indirizzo Servizi per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera**  
**Articolazione Accoglienza turistica**  
**Svolgimento Tema di Diritto e Tecniche amministrative**  
**della struttura ricettiva**

## **PRIMA PARTE**

### **EXPO 2015 – Prodotto turistico regionale**

Il nostro Paese, privilegiato sia dalla morfologia, con chilometri e chilometri di coste, laghi, fiumi e monti in abbondanza, sia dal clima temperato, con città d'arte famosissime in tutto il mondo, una miriade di siti archeologici e artistici, rinomate tradizioni culturali ed enogastronomiche che tutto il mondo ci invidia, è una terra a vocazione spiccatamente turistica. Sorprende, quindi, che l'Italia, non sia il primo Paese nel mondo per arrivi turistici dall'estero e che nel complesso, il turismo, non sia la prima attività economica del Paese, tenendo anche conto dell'indotto e quindi dell'occupazione che il settore è in grado di creare: strutture turistiche e ristorative, operatori turistici quali ADV e TO, guide e animatori, trasporti. Colpa anche di una politica governativa non sempre all'altezza, che non destina al settore le risorse che merita e che troppo spesso trascura siti famosissimi patrimonio dell'umanità, come purtroppo accaduto a Pompei. Colpa anche di regionalismi e campanilismi locali che non consentono la predisposizione di pacchetti turistici integrati che potrebbero attrarre visitatori italiani ed esteri. Perché l'Italia non è rappresentata soltanto dalle città d'arte più famose (Roma, Firenze, Venezia, Napoli, Torino, Milano, solo per citare le più grandi) ma è formata anche da centinaia di piccoli borghi medievali e rinascimentali che meriterebbero una visita. Naturalmente, chi viene in Italia per la prima volta visiterà i luoghi più famosi. Tuttavia l'obiettivo di una politica accorta dovrebbe essere quello di fare in modo che chi è venuto una volta sia invogliato a venire altre volte per visitare luoghi meno famosi ma altrettanto belli e ricchi di tradizioni e cultura.

La normativa in materia di turismo è di competenza delle Regioni. Ciascuna regione è orientata verso un turismo sostenibile, di salvaguardia dell'ambiente e delle risorse naturali, nel rispetto e nella valorizzazione del patrimonio artistico, archeologico e culturale. Purtroppo le risorse a disposizione, anche perché spesso non impiegate con efficienza, non sempre sono sufficienti a proteggere e valorizzare tutto il nostro patrimonio, che è comunque di dimensioni smisurate, per cui, a volte, si vedono luoghi e monumenti di bellezza unica trascurati e in declino.

La **Regione Marche**, con il Testo Unico delle norme regionali in materia di turismo approvato nel 2006, tra le altre funzioni, si impegna a programmare e monitorare le attività da porre in essere per realizzare gli interventi finanziati dallo Stato e dall'UE per la gestione del patrimonio culturale e turistico, coordinare e vigilare le funzioni attribuite agli enti locali, promuovere in Italia e all'estero l'offerta turistica regionale (a tale proposito ricordiamo lo spot promozionale realizzato qualche anno fa da Dustin Hoffman e ora da Neri Marcorè), programmare e sostenere i progetti finalizzati alla valorizzazione delle risorse locali, attuare regolamenti e direttive europee di settore, incentivare la riqualificazione delle strutture e dei servizi turistici gestiti da soggetti pubblici e imprese, organizzare un Osservatorio per conoscere l'evoluzione della domanda e offerta turistica.

L'**EXPO 2015** è una formidabile occasione per pubblicizzare nel mondo le nostre risorse e le nostre bellezze, anche quelle meno conosciute, non perché non valga la pena di visitarle, ma perché "oscurate" dalla bellezza di altri siti. In particolare, proponiamo un pacchetto turistico che potrebbe

essere pubblicizzato in tale occasione per favorire un maggior afflusso turistico nella regione Marche, sia dall'Italia sia dall'estero. Esaminando gli arrivi degli stranieri nelle diverse regioni italiane (anno 2013), si può notare come le Marche, nonostante l'impegno che l'Amministrazione Regionale ha indubbiamente profuso in questi anni, siano agli ultimi posti della graduatoria. Le Marche sono una Regione tra le più piccole d'Italia e questo fattore influisce sicuramente sulle sue capacità ricettive; tuttavia la Regione è bagnata dal mare per tutta la sua lunghezza con numerosissime località balneari premiate come bandiere blu, presenta borghi tra i più belli e meglio conservati d'Italia, vanta un sito religioso conosciuto in tutto il mondo (Loreto) e le famosissime grotte di Frasassi. La Regione, inoltre, si sta sviluppando anche dal punto di vista del turismo invernale con piste da fondo e da discesa, per non parlare poi delle rievocazioni storiche e artistiche (Carnevale di Fano, Corsa alla Spada di Camerino, palio della Quintana di Ascoli Piceno, tanto per citarne alcune), della stagione lirica estiva allo Sferisterio di Macerata e delle tradizioni enogastronomiche e vitivinicole. Quindi, tenendo conto anche che le Marche sono sede di ben quattro università, il settore turistico dovrebbe avere uno sviluppo maggiore.

Da rilevare che il successo del prodotto presentato a EXPO 2015 dipende principalmente dall'integrazione che le Amministrazioni interessate saranno in grado di realizzare, mettendo da parte campanilismi ed egoismi locali. Fondamentale anche, per il successo del prodotto, l'integrazione tra operatori pubblici e privati, che dovranno garantire l'accoglienza dei turisti e rendere piacevole il loro soggiorno.

### **Prodotto**

Il prodotto è un **pacchetto turistico di una settimana** (6 pernottamenti) che comprende il soggiorno in una località marina abbinato a *tour* culturali ed enogastronomici dell'entroterra, finalizzato a far conoscere e valorizzare le bellezze della regione. Il pacchetto viene denominato "*Il Piceno, relax tra mare, cultura e tradizioni*" ed è indirizzato a turisti italiani ed esteri. Il soggiorno al mare viene effettuato nella parte sud della regione, al confine con l'Abruzzo, lungo la famosa riviera delle Palme, nelle località di San Benedetto del Tronto, Grottammare e Cupra Marittima, collegate da uno splendido percorso ciclo-pedonale in riva al mare, stipulando convenzioni con gli albergatori della zona. Per il soggiorno vengono previsti due pacchetti: un primo pacchetto, più economico, in hotel a tre stelle, un secondo pacchetto, più costoso, in hotel a quattro stelle. Il soggiorno prevede la pensione completa, a parte i giorni in cui verranno effettuate le escursioni, con pasti da consumare in altri ristoranti, il cui prezzo è comunque compreso nel pacchetto. Per il soggiorno marino nel prezzo è compresa la spiaggia attrezzata, con lettini, ombrellone, doccia e cabina. Nelle escursioni è prevista la presenza di una guida turistica.

**1° giorno:** arrivo in serata nell'hotel di destinazione, cena e pernottamento;

**2° giorno:** giornata libera dedicata ad attività balneari, *shopping* e visita individuale alla Riviera delle Palme. Possibilità di noleggiare una bicicletta;

**3° giorno:** mattinata dedicata ad attività balneari. Dopo il pranzo, partenza con pullman ed escursione ai caratteristici borghi dell'entroterra di Ripatransone e Offida. In particolare Offida, borgo medievale situato sul crinale tra i fiumi Tesino e Tronto, è conosciuta per la lavorazione del merletto a tombolo. In serata cena in un ristorante della cittadina, con degustazione di prodotti tipici locali e del vino Rosso Piceno Superiore;

**4° giorno:** mattinata dedicata ad attività balneari. Dopo il pranzo, partenza con pullman ed escursione alla bellissima città di Ascoli Piceno, dove si visiteranno, tra gli altri, la piazza del Popolo, la chiesa gotica di San Francesco, piazza Arringo con il Palazzo Comunale e il Duomo. In serata cena in un ristorante di Ascoli, con degustazione di prodotti tipici, tra i quali le famose olive all'ascolana e del vino bianco Falerio dei Colli Ascolani;

**5° giorno:** giornata interamente dedicata alle escursioni. Nella prima mattinata partenza con pullman per Loreto, famosissimo centro religioso con il Santuario della Santa Casa. Dopo il pranzo,

consumato in un ristorante tipico, partenza in autostrada per Genga e Frasassi, località della provincia di Ancona famose per le celeberrime grotte e visita guidata alle stesse. In serata, rientro in pullman in hotel, cena e pernottamento;

**6° giorno:** giornata libera dedicata ad attività balneari, shopping e visita individuale alla Riviera delle Palme. Possibilità di noleggiare una bicicletta;

**7° giorno:** mattinata dedicata alle attività balneari. Dopo il pranzo in hotel, viaggio di ritorno alla località di provenienza.

### Prezzo

Il prezzo è una variabile fondamentale: se troppo alto non fa vendere il prodotto, se troppo basso non è remunerativo. Per il pacchetto in oggetto si è pensato a due tipologie di hotel (tre stelle e quattro stelle), in modo da rivolgersi a differenti categorie di clienti; inoltre viene effettuata un'ulteriore differenziazione a seconda della stagione (bassa, media e alta). Tenendo conto delle condizioni climatiche del Centro Italia, si ipotizza che la vendita del pacchetto possa avvenire dall'ultima settimana di maggio alla terza di settembre. A maggio e settembre il pacchetto potrebbe essere proposto a pensionati italiani e turisti esteri. In diversi Paesi esteri, soprattutto del Nord Europa, il clima è molto più rigido che in Italia e l'ultima settimana di maggio, anche se le condizioni climatiche non fossero ideali, potrebbe essere comunque appetibile per questi turisti. Viene quindi proposto il seguente *range* di prezzi (tenendo conto del calendario 2015):

Bassa stagione (dal 23/05 al 12/06, dal 29/08 al 19/09)		Media stagione (dal 13/06 al 17/07)		Alta stagione (dal 18/07 al 28/08)	
Hotel ***	Hotel ****	Hotel ***	Hotel ****	Hotel ***	Hotel ****
prezzo giornaliero per persona 70 euro	prezzo giornaliero per persona 85 euro	prezzo giornaliero per persona 90 euro	prezzo giornaliero per persona 110 euro	prezzo giornaliero per persona 120 euro	prezzo giornaliero per persona 150 euro
prezzo settimanale per persona (6 pernottamenti) 420 euro	prezzo settimanale per persona (6 pernottamenti) 510 euro	prezzo settimanale per persona (6 pernottamenti) 540 euro	prezzo settimanale per persona (6 pernottamenti) 660 euro	prezzo settimanale per persona (6 pernottamenti) 720 euro	prezzo settimanale per persona (6 pernottamenti) 900 euro

Il prezzo settimanale per persona comprende la pensione completa in hotel e i trasferimenti relativi alle escursioni con i pasti e il relativo accompagnatore, mentre il biglietto di ingresso alle Grotte di Frasassi deve essere pagato a parte. Nel prezzo non sono compresi i trasferimenti da e per il luogo di provenienza.

Sono previste, su richiesta di almeno trenta partecipanti e con prezzo a parte, anche escursioni facoltative:

- allo Sferisterio di Macerata, per assistere agli spettacoli all'aperto della stagione lirica (mesi di luglio e agosto);
- alla riserva naturale dell'Abbadia di Fiastra di Tolentino, splendida oasi naturalistica nella quale, oltre ad ammirare la famosa abbazia cistercense tra le meglio conservate d'Italia, è possibile fare passeggiate a piedi, a cavallo e in bicicletta, dedicarsi al birdwatching e partecipare a camminate nordiche in gruppo. Nella giornata sarà visitato anche Tolentino, con la chiesa di San Nicola e le Sale Napoleoniche, nelle quali soggiornò Napoleone Bonaparte.

### Comunicazione

La comunicazione di marketing serve per far conoscere ai potenziali clienti il prodotto e per convincerli all'acquisto. Il prodotto in oggetto viene pubblicizzato nel padiglione Italia di EXPO 2015, quindi il messaggio viene diffuso a una miriade di potenziali consumatori. Per rendere più

appetibile il prodotto la Regione Marche dovrebbe attivarsi per far conoscere sia in sede di EXPO, sia in altre sedi e con altri mezzi (per esempio, sito web, materiale pubblicitario da distribuire in Italia e a fiere del turismo estere, i già citati spot televisivi ecc.) le particolarità della Regione, un territorio privo di criminalità nel quale cielo, terra, mare e monti formano un mix di ineguagliabile armonia. *Banner* pubblicitari dovranno essere presenti anche nei siti web delle Amministrazioni locali interessate e in quelli degli hotel coinvolti, oltre a *depliants* da distribuire gratuitamente. Comunicazione pubblicitaria sarà anche effettuata da ADV e TO coinvolti nella vendita del prodotto. La Regione Marche, inoltre, potrebbe attivarsi con *road shows* in vari Paesi esteri per pubblicizzare tutti i prodotti turistici della Regione (e quindi anche il pacchetto in oggetto), oltre a far conoscere le bellezze di un territorio unico. La migliore comunicazione sarà comunque sempre effettuata con il *passaparola* dei turisti soddisfatti del soggiorno.

### **Distribuzione**

La distribuzione del prodotto potrà avvenire tramite vari canali, tra i quali:

- apposito padiglione a EXPO 2015;
- i siti web degli alberghi interessati all'iniziativa, attrezzati per la ricezione di prenotazioni;
- ADV, soprattutto *incoming*, cui affidare il compito di pubblicizzare e vendere il prodotto;
- TO sia italiani sia esteri;
- partecipazione a fiere del turismo da parte degli operatori interessati;
- appositi *road shows* organizzati all'estero degli enti pubblici quali Regione e Amministrazioni locali, con il coinvolgimento degli operatori interessati.

### **Figure professionali**

Lo sviluppo del settore turistico, se sostenibile, produce notevoli benefici per il territorio, in primo luogo l'incremento dell'occupazione. Molteplici sono le figure professionali interessate, *in primis* gli albergatori e i ristoratori, che vedono aumentare significativamente le presenze. Se il prodotto ha successo, può determinare anche la nascita di nuove iniziative imprenditoriali, come alberghi, ristoranti, TO e ADV, e lo sviluppo di infrastrutture, quali porti e aeroporti destinati ad accogliere i turisti. Altre figure professionali interessate sono il personale delle ADV, dei TO, le guide turistiche e gli animatori. A tale proposito le Amministrazioni comunali potrebbero promuovere delle cooperative di giovani con il compito dell'accoglienza turistica, di guidare i turisti nelle escursioni e di fornire servizi di animazione. Ma anche in assenza di queste iniziative, in ogni caso lo sviluppo turistico di un territorio produce da parte degli alberghi una maggiore richiesta di animatori e guide, con conseguente incremento dell'occupazione, soprattutto giovanile. Il turismo, inoltre, ha una notevole ricaduta nel settore dei trasporti, con un aumento delle tratte settimanali e mensili, soprattutto durante il periodo estivo.

## **SECONDA PARTE**

### **1. Certificazione di qualità**

La qualità totale è un modo di gestire l'organizzazione alberghiera che cerca la piena soddisfazione dei soggetti che entrano in contatto con essa (clienti, fornitori, dipendenti ecc.) attraverso la ricerca di miglioramenti qualitativi che coinvolgono tutte le funzioni aziendali. L'impresa alberghiera che opera in base ai principi della qualità totale cerca di acquisire una clientela fidelizzata, cioè una clientela che richiede abitualmente i servizi offerti perché è soddisfatta del loro livello. Cerca inoltre di creare un ambiente di lavoro nel quale i dipendenti sono coinvolti nelle scelte operative di ricerca dei miglioramenti degli standard qualitativi dei servizi offerti ai clienti.

Si parla di qualità certificata quando l'impresa alberghiera ottiene da un ente certificatore l'attestazione dell'esistenza e del funzionamento di un sistema di qualità. L'ente certifica anche che l'organizzazione alberghiera opera in base agli standard minimi qualitativi previsti dalla normativa ISO 9000.

L'ISO è l'International Organization for Standardization ed è un'organizzazione internazionale con sede a Ginevra. L'ente italiano che opera come certificatore dei sistemi di qualità aziendale è Accredia.

Il possesso della certificazione di qualità è un elemento molto importante di promozione delle attività delle imprese turistiche. Per esempio la certificazione viene richiesta spesso per la partecipazione a gare e appalti della Pubblica amministrazione e alle imprese alberghiere che desiderano far parte di una lista di fornitori.

Presentiamo alcuni esempi che dimostrano l'importanza dell'introduzione di un sistema di qualità nell'impresa alberghiera nella fase dell'accoglienza e dell'offerta di servizi ai clienti:

1. nella gestione delle prenotazioni il personale deve essere efficace, chiaro e gentile. Non deve dilungarsi troppo, deve saper gestire gli eventuali problemi senza tuttavia contraddire il cliente, deve saper concludere e riassumere in maniera chiara gli elementi essenziali della prenotazione;
2. al momento del check-in il personale deve essere sorridente, preciso ed esauriente, deve essere caloroso, mantenendo comunque le distanze. Per quanto possibile deve saper anticipare le richieste dei clienti;
3. le camere devono essere mantenute in ordine e ispezionate regolarmente dal personale dell'albergo, la hall deve essere sempre pulita e accogliente per i momenti di attesa dei clienti;
4. la ristorazione deve essere accurata e non di tipo commerciale, il personale addetto alla ristorazione deve entrare in contatto con il cliente assicurandosi della sua soddisfazione, i menù offerti devono comprendere piatti tipici del luogo;
5. al momento del check-out il cliente non deve essere semplicemente salutato, ma accompagnato alla soglia dell'hotel; se ci sono dei reclami questi devono essere presi in considerazione seriamente, ringraziando il cliente perché desidera un miglioramento del livello dei servizi offerti.

## **2. Proposte per migliorare e innovare il Front office e il Back office**

Sono dette operazioni di front office tutte le attività che le imprese alberghiere compiono a diretto contatto con il cliente. Sono operazioni di front office l'accoglienza (check-in), l'assegnazione della camera, la gestione dei reclami, l'offerta dei servizi dell'hotel e le operazioni alla partenza (check-out).

Sono dette operazioni di back office le attività che le imprese alberghiere non compiono a diretto contatto con la clientela. Sono operazioni di back office la gestione della documentazione relativa alle prenotazioni (scheda di prenotazione, planning, lista degli arrivi, quadro camere), all'arrivo (scheda di notificazione, modello ISTAT, registro degli arrivi e delle partenze), al soggiorno (conto del cliente, buoni di servizio e maincourante) e alla partenza (fattura o ricevuta fiscale).

Le operazioni di back office sono svolte anche dall'economato e dalla manutenzione. L'economato si occupa dell'acquisto, della conservazione e della distribuzione dei generi alimentari e degli altri materiali di consumo necessari allo svolgimento delle attività dell'impresa alberghiera e alla rilevazione delle operazioni che riguardano il magazzino e i rapporti con i fornitori. Il reparto manutenzioni si occupa del funzionamento degli impianti della struttura ricettiva.

Gli interventi che permettono di migliorare e innovare i due settori operativi delle imprese alberghiere sono i seguenti:

1. l'informatizzazione: l'utilizzo di appositi software applicativi permette di gestire da un lato le prenotazioni e tutte le altre registrazioni che portano alla compilazione del conto finale del cliente, e dall'altro gli ordinativi ai fornitori e le relative registrazioni di carico e di scarico dal magazzino;
2. la formazione professionale: i dipendenti devono saper utilizzare gli strumenti informatici, devono conoscere le lingue e devono essere in grado di gestire adeguatamente i rapporti con i clienti;

3. l'introduzione di un sistema di qualità aziendale: l'organizzazione alberghiera deve cercare continuamente quei miglioramenti qualitativi che portano alla piena soddisfazione della clientela. Il sistema di qualità può anche essere certificato.

### **3. Obblighi dell'albergatore nella gestione del ciclo cliente**

Il rapporto tra la struttura ricettiva alberghiera e il cliente attraversa una serie di fasi che prendono il nome di ciclo cliente. Le fasi del ciclo cliente sono la prenotazione, l'arrivo, il soggiorno e la partenza. Nello svolgimento delle diverse fasi l'albergatore deve adempiere a una serie di obblighi legislativi.

Nel contratto d'albergo un soggetto (albergatore) si impegna dietro il pagamento di un prezzo a fornire a un cliente l'alloggio e i servizi necessari o eventuali come il vitto, la pulizia dell'alloggio e l'uso di altri servizi. Il contratto d'albergo è un contratto complesso, perché ha per oggetto diverse prestazioni (alloggio, vitto e altri servizi complementari), ed è un contratto atipico, perché non è disciplinato espressamente dal codice civile o da una legge speciale. Per regolare i rapporti tra albergatore e cliente bisogna quindi far riferimento alle norme generali e alla normativa contenuta nel codice civile, relativamente ai contratti di locazione, di somministrazione, di trasporto e al contratto d'opera.

I principali obblighi dell'albergatore sono quelli di fornire l'alloggio, di concedere l'utilizzo degli spazi comuni, di garantire la sicurezza dei locali e degli spazi comuni, di applicare le tariffe esposte, di emettere la fattura o la ricevuta fiscale e di concludere il contratto con chiunque ne faccia richiesta.

Il codice civile regola espressamente il deposito in albergo, individuando una diversa responsabilità dell'albergatore per i beni del cliente affidati in custodia e per i beni del cliente che non sono stati affidati esplicitamente in custodia all'albergatore.

Altri obblighi legislativi sono contenuti nel Codice del consumo, che ha lo scopo di tutelare il cliente-consumatore, nelle norme sulla sicurezza e sull'igiene e nelle diverse normative di carattere regionale.

### **4. Contratto di trasporto di persone o di cose**

Nel contratto di trasporto una parte, detta vettore, si obbliga nei confronti di un'altra parte, detta viaggiatore o mittente, a trasferire da un luogo all'altro persone o cose dietro il pagamento di un prezzo. Il contratto di trasporto è regolato dall'art. 1678 del codice civile.

Nel trasporto di persone il vettore si impegna a eseguire il trasporto e il viaggiatore si impegna a pagare il prezzo. Il vettore è responsabile per i danni alla persona del viaggiatore, per la perdita o per l'avaria del bagaglio e per il ritardo o la mancata esecuzione del trasporto. In questi casi è obbligato a un risarcimento del danno. Nel contratto non possono essere inserite clausole che limitano la responsabilità del vettore per i danni alla persona del viaggiatore, mentre per i danni alle cose trasportate si può stabilire un limite massimo di risarcimento.

Nel trasporto di cose il vettore si impegna a eseguire il trasporto e il mittente si impegna a pagare il prezzo. Il vettore è responsabile per la perdita e per l'avaria delle cose trasportate, a meno che non dimostri che il danno è dovuto a vizi delle cose, del loro imballaggio o a fatti imputabili al mittente o al destinatario.

Quando viene consegnata la cosa da trasportare, il vettore riceve una lettera di vettura, che è un documento che contiene la descrizione delle cose trasportate, il nome del destinatario, il luogo di destinazione e le condizioni stabilite per il trasporto.