



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
I111 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IP07 – SERVIZI PER L'ENOGASTRONOMIA E L'OSPITALITÀ ALBERGHIERA
ARTICOLAZIONE ACCOGLIENZA TURISTICA

Tema di: DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE DELLA STRUTTURA RICETTIVA

Il candidato svolga la prima parte della prova e due tra i quesiti proposti nella seconda parte.

PRIMA PARTE

***“progettazione dei servizi turistici per valorizzare
le risorse ambientali, storico-artistiche, culturali ed enogastronomiche del territorio”***

Documento n.1

BE-ITALY INDAGINE SULL'ATTRATTIVITÀ DEL PAESE

ITALIA PRIMA META DESIDERATA DAL 37% DELLA POPOLAZIONE MONDIALE, 32% STATI UNITI, 31% AUSTRALIA

Roma, 20 Novembre 2017

Alla domanda “Se vincesses una vacanza premio all'estero, dove vorrebbe andare?” il 37% della popolazione mondiale risponde “In Italia” (41% tra i ceti elevati), il 32% gli Stati Uniti, il 31% l'Australia.

Inoltre, l'Italia è anche il primo Paese al mondo che viene associato a qualità della vita, creatività e inventiva, davanti a Canada, Australia, Cina e Stati Uniti.

I dati emergono dall'indagine “Be-Italy” commissionata da ENIT Agenzia Nazionale del Turismo all'istituto di ricerca IPSOS, che ha indagato la percezione e l'immagine dell'Italia in 18 Paesi stranieri con una survey¹ di 500 interviste online per paese, di cui 200 a ceti elevati. Il nostro Paese, si legge ancora nella ricerca, è il terzo più conosciuto al Mondo (45% sul totale della popolazione mondiale) dopo USA (49%) e UK (47%). I ceti elevati hanno maggiore conoscenza dell'Italia (65%).

La Germania fa registrare il più alto tasso di conoscenza della Penisola (21%), superando Francia (18%), Regno Unito (16%), Usa (16%) e India (15%).

Ha dichiarato Giovanni Bastianelli, Direttore esecutivo di ENIT commentando i risultati della ricerca di IPSOS/ENIT: “Un dato sicuramente positivo è quello del consolidamento della domanda da parte dei mercati maturi e dell'elevato potenziale di sviluppo che si sta esprimendo a livello di prospect². Nello stesso tempo stiamo assistendo a un'evoluzione strutturale dell'industria turistica e della modalità di fruizione del Paese Italia. Il profilo del Brand Italia – ha sottolineato Bastianelli - viene valorizzato grazie all'associazione a nuovi valori che si vogliono vivere soggiornando nel Bel Paese: il radicamento identitario, la forza inclusiva, il territorio, l'italian way of life, il food, la dimensione slow. Occorre dunque proseguire nella direzione di fare fronte ad una nuova tipologia di domanda, la differenziazione dell'offerta, e l'accelerazione della leva della commercializzazione. Solo così l'Italia può mantenere e accrescere il ruolo di main player³ a livello globale.

[...]

Fonte: “Enit, Agenzia Nazionale del turismo, in:

www.enit.it/it/pressroomonline/.../2995-be-italy-indagine-sull-attrattivita-del-paese.html

¹ per “survey” si intende una indagine - sondaggio

² per “prospect” si intende il cliente potenziale, che può acquistare un bene o un servizio

³ per “main player” si intende l'attore principale



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
I111 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IP07 – SERVIZI PER L'ENOGASTRONOMIA E L'OSPITALITÀ ALBERGHIERA
 ARTICOLAZIONE ACCOGLIENZA TURISTICA

Tema di: DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE DELLA STRUTTURA RICETTIVA

Documento n.2

WORLD TRAVEL MARKET 2017

Londra 6 – 8 novembre

E' L'ITALIA LA META PIÙ SOGNATA AL MONDO

ENIT al WTM di Londra per promuovere le eccellenze di un Paese straordinario

[...]

“Quando si parla di turismo – ha dichiarato il consigliere ENIT Fabio Maria Lazzerini – mi piace dire che l'Italia è una superpotenza, grazie soprattutto alla sua capacità di stupire continuamente. I dati continuano a registrare un trend positivo, questo perché, aldilà dell'immenso patrimonio artistico, naturale e culturale, ciò che il turista trova in Italia non c'è da nessun'altra parte al mondo: l'Italian Way of Life, il piacere di fermarsi e assaporare uno stile di vita unico. In questo contesto abbiamo un lavoro importante da portare avanti: quello di bilanciare e gestire i flussi, promuovendo nuovi itinerari al di fuori delle destinazioni più tradizionali e affollate, sfruttando in sinergia tutti i cluster⁴ che abbiamo individuato”.

[...]

“Abbiamo finalmente fatto un lavoro di regia con le Regioni – ha dichiarato il Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo Dario Franceschini – e oggi al World Travel Market di Londra si promuove al mondo l'Italia nel suo complesso e non le singole regioni separatamente. Il piano strategico del Turismo che guiderà il nostro lavoro nei prossimi anni si basa sulla necessità di governare la crescita di un settore in grande sviluppo: un ottimo lavoro è stato fatto nel 2017 con l'anno dei borghi, ieri abbiamo presentato il portale dei cammini e il 2019 sarà l'anno del turismo lento, un ulteriore modo – ha concluso il Ministro – per valorizzare i territori italiani meno conosciuti dal turismo internazionale e rilanciarli in chiave sostenibile”. [...]

Fonte: “Italia, Agenzia Nazionale del turismo Enit”, in:

www.enit.it/it/pressroomonline/comunicati.../2984-world-travel-market-2017.html

TEMA

I documenti sopra riportati sottolineano l'eccellenza dell'offerta turistica del nostro Paese, soprattutto per la non comune capacità che ha l'Italia di proporre un “*turismo integrato*”. Il corso quinquennale che hai seguito ti ha preparato a “*promuovere e potenziare il turismo integrato*”.

All'operatore nel settore turistico – alberghiero viene richiesto, da un lato, di conoscere gli elementi fondamentali del “macro-ambiente” della promozione turistica (ad es. normative europee/nazionali/regionali, risorse storiche, ricchezze naturali e artistiche, enogastronomia, costumi ...); dall'altro, di potenziare l'offerta alberghiera e turistica, inserendosi in uno specifico mercato (micro-ambiente) e valorizzando le “esperienze” legate alle caratteristiche del territorio e alla tipicità della clientela che chiede sempre più servizi creati sulla base delle proprie esigenze.

⁴ per “cluster” si intende un gruppo di persone con caratteristiche simili, che viene utilizzato nelle ricerche di mercato



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
I111 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IP07 – SERVIZI PER L'ENOGASTRONOMIA E L'OSPITALITÀ ALBERGHIERA
ARTICOLAZIONE ACCOGLIENZA TURISTICA

Tema di: DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE DELLA STRUTTURA RICETTIVA

Predisponi un “pacchetto vacanza tutto compreso” e, a tal fine, stendi una relazione sviluppando i seguenti punti:

- a) riferisci, con indicazioni essenziali, la normativa di settore che ritieni indispensabile conoscere per operare nel mercato turistico italiano e in quello della Regione di appartenenza;
- b) descrivi le caratteristiche di una destinazione turistica della tua Regione;
- c) con riferimento al territorio selezionato, effettua un'analisi di mercato, dalla domanda della potenziale clientela alla tipologia di offerta già presente sul territorio e al posizionamento dei concorrenti nell'area considerata;
- d) dopo aver scelto un target di clientela, sviluppa un prodotto/servizio, che risponda ai criteri del “turismo sostenibile” e determina i relativi costi di produzione e prezzo di vendita;
- e) calcola il numero minimo di pacchetti da vendere per avere il “break even point”;
- f) riferisci le strategie di comunicazione che intendi adottare per un'efficace commercializzazione del prodotto.

Nello svolgimento della Relazione ti è data facoltà di fare riferimento anche alle conoscenze e/o competenze acquisite nel percorso di Alternanza Scuola – Lavoro.

SECONDA PARTE

Il candidato svolga due quesiti scelti tra i seguenti, utilizzando per ciascuno non più di venti righe.

È data facoltà di fare riferimento anche alle conoscenze e/o competenze acquisite nel percorso di Alternanza Scuola – Lavoro.

1. Per la promozione di una destinazione turistica si ritiene necessaria una stretta collaborazione tra enti pubblici e privati. Il candidato riferisca le motivazioni, sia di carattere promozionale, sia di carattere finanziario, che rendono produttiva l'integrazione tra enti pubblici e imprese.
2. Il candidato riporti gli elementi fondamentali del contratto di vendita di un pacchetto turistico.
3. L'imprenditore, dopo aver definito e verificato la fattibilità dell'idea imprenditoriale, procede agli adempimenti relativi all'avvio della struttura produttiva.
Si descrivano le principali operazioni di questa fase.
4. Nel “business plan” i preventivi di impianto svolgono un ruolo importante: il candidato descriva le finalità dei documenti principali, evidenziando anche i collegamenti tra gli stessi.

Durata massima della prova: 6 ore.

È consentito l'uso del dizionario di lingua italiana.

È consentito l'uso del dizionario bilingue (italiano-lingua del paese di provenienza) per i candidati di madrelingua non italiana.

Non è consentito lasciare l'Istituto prima che siano trascorse 3 ore dalla dettatura del tema.