



Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca
I120 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzi: IT04 – TURISMO, EA07 – ESABAC

Tema di: DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

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

PRIMA PARTE

Documento

dal “**Piano Strategico di Sviluppo del Turismo 2017 – 2022**”
 (Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo)

FOCUS ITALIA

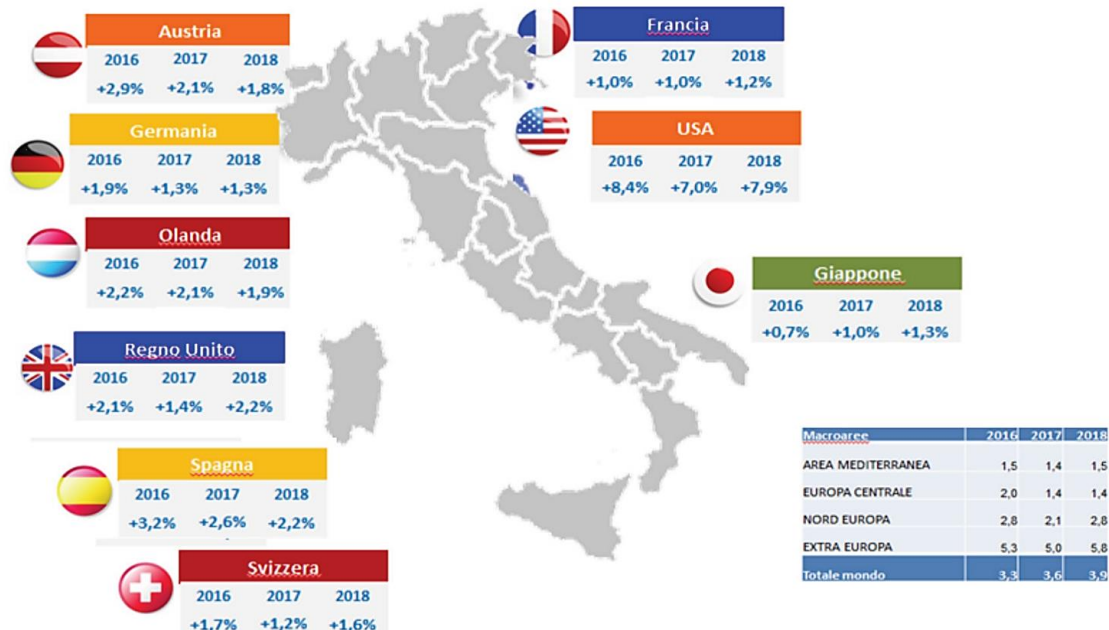
Coerentemente con lo scenario internazionale, anche in Italia il settore turistico ha continuato a registrare risultati positivi nel 2015: i dati degli arrivi complessivi (italiani e stranieri) sul territorio nazionale hanno mostrato una crescita del 3% (109,7 milioni circa) rispetto al 2014 e dell’11% rispetto al 2010. I valori di presenza media, che avevano registrato un decremento costante dal 2001, hanno riportato una piccola inversione di tendenza rispetto all’anno precedente salendo a 3,5 gg e la spesa media pro-capite giornaliera è cresciuta in maniera costante raggiungendo, nel 2015, i 107 euro.

[...]

Il 2015 è stato un anno particolarmente positivo per il turismo straniero in Italia: sono cresciuti di quasi il 4% in valore assoluto i flussi turistici esteri, che hanno speso circa il 5% in più rispetto all’anno precedente.

[...]

Fig. 7 - Turismo internazionale in Italia al 2018





Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca
I120 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzi: IT04 – TURISMO, EA07 – ESABAC

Tema di: DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

CRESCE IL TURISMO MORDI E FUGGI

Di fianco al trend positivo degli arrivi, saliti del 50% tra il 2001 e il 2015, associato anche al vincente connubio tra turismo e cultura, va, nel contempo, segnalato un elemento che impatta negativamente sull'economia turistica nazionale. L'Italia, infatti, pur restando uno dei Paesi più attrattivi per i turisti, ha registrato un decremento della presenza media del turista. I giorni di permanenza media sono infatti diminuiti, passando da 4,1 a 3,6 giorni, nello stesso arco temporale. Si stima che questo abbia comportato un decremento della spesa pro capite, con una perdita quantificabile in 38 miliardi di minori entrate valutarie.

Per contrastare questa dinamica, è necessario ripensare al modello di offerta turistica italiana ponendo al centro il concetto di qualità e, contemporaneamente, valorizzando l'immenso e articolato patrimonio materiale e immateriale che il nostro Paese può offrire. [...]

E' SUL WEB CHE SI DECIDE E SI ACQUISTA

La rivoluzione digitale ha interessato il comparto turistico comportando uno stravolgimento completo dei comportamenti dei consumatori, dalla fase di ispirazione fino a quella di consumo stesso del prodotto turistico.

Tra tutti gli utenti che dispongono di un accesso a internet:

- il 91% ha prenotato online almeno un prodotto o un servizio negli ultimi 12 mesi e utilizza i motori di ricerca come principale fonte attraverso cui cercare o pianificare una vacanza;
- il 42% utilizza un device mobile (smartphone, tablet, ecc.) per pianificare, prenotare, informarsi (il 33% nel 2012);
- il 68% ricerca online prima di decidere luogo e modalità del suo viaggio. L'utilizzo di internet si conferma essenziale per il turista:
 - nella fase di pianificazione l'80% utilizza internet;
 - nella fase di fruizione (una volta a destinazione):
 - (1) il 58% utilizza fonti online per valutare attività e servizi;
 - (2) il 40% crea direttamente nuovo contenuto (e lo condivide).

[...] Da questo punto di vista va considerato come elemento di criticità il ritardo fortissimo che l'Italia sconta nei confronti di quasi tutti i principali competitor rispetto al tema dell'innovazione tecnologica [...]



Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca
I120 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzi: IT04 – TURISMO, EA07 – ESABAC

Tema di: DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

TERRITORIO E PATRIMONIO

[...]

L'Italia è un Paese che si contraddistingue per la diversità e per la ricchezza dei paesaggi, ciascuno caratterizzato da patrimoni territoriali, ambientali e culturali stratificati nei secoli ed estremamente ricchi di conoscenze, forme, relazioni che ne caratterizzano le qualità specifiche. Il riconoscimento e il dialogo con l'identità dei luoghi e le caratteristiche di ciascun paesaggio devono favorire la produzione di beni materiali esclusivi e distintivi, ad alto valore aggiunto e difficilmente imitabili, di tipo agroalimentare, artigianale, manifatturiero e dei servizi turistici. [...] Le unicità e territorialità del patrimonio sono gli elementi fondanti dei modelli di sviluppo locale in grado di essere competitivi sul mercato globale, anche attraverso la scelta di soluzioni organizzative e di governance più efficienti. [...]

IL TURISTA AL CENTRO

[...]

Il viaggiatore è al centro del sistema di valorizzazione: tutti i servizi e più in generale tutte le condizioni che permettano di trasformare la visita in un'esperienza memorabile vanno orientati alla piena soddisfazione del turista, in modo da spingerlo a tornare e a influenzare, tramite la sua narrazione, nuove persone a visitare il nostro Paese.

Il Piano riconosce che nel mercato attuale i viaggiatori tendono a cercare un'esperienza turistica anziché una semplice destinazione e che gli strumenti di promozione vanno calibrati di conseguenza, in coerenza con le esigenze dei molteplici segmenti e mercati di viaggio [...]

SOSTENIBILITA'

La sostenibilità nel turismo è una strategia di sviluppo economico che ha l'obiettivo di tutelare e valorizzare il patrimonio umano, artistico, ambientale e culturale, ed è motore delle economie avanzate. [...]

La sostenibilità nel turismo integra la gestione di tutte le risorse in modo tale che le esigenze economiche e sociali possano essere soddisfatte coniugandosi con la tutela del paesaggio, della memoria dei luoghi, della cultura locale e dell'ambiente. [...]

(Fonte: www.beniculturali.it)



Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca
I120 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzi: IT04 – TURISMO, EA07 – ESABAC

Tema di: DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

CASO AZIENDALE

Il candidato ipotizzi di essere il socio di un' Agenzia Viaggi di piccole dimensioni con attività di dettagliante e di Tour Organizer.

Il candidato predisponga un documento nel quale proponga iniziative per innovare e potenziare l'attività dell'impresa turistica, secondo le seguenti indicazioni concordate con i soci:

- a) Identifichi – anche con riferimenti al documento sopra riportato – elementi utili alla redazione di un “Business Plan”, finalizzato a verificare la validità dell'idea di business che prevede l'ampliamento dell'attività, con particolare attenzione alla creazione di prodotti “incoming”, mirati a turisti alla ricerca di testimonianze storiche e prodotti culturali, di eventi artistici ed enogastronomici, di una vacanza attiva.
- b) Esplori le possibilità di reperire nuove fonti di finanziamento attraverso l'incremento del capitale di rischio, attraverso il capitale di terzi, come pure utilizzando risorse messe a disposizione dalla Pubblica Amministrazione.
- c) Rediga un “Business Plan” che recepisca l'idea progettuale definita al punto a), sia nella parte di analisi dell'ambiente competitivo che in quella contabile ed economico – patrimoniale.
- d) Preveda, infine, un evento finalizzato a promuovere un prodotto “incoming”, di cui sopra, in collaborazione con l'Organizzazione turistica del territorio.

SECONDA PARTE

Il candidato svolga due quesiti scelti tra i seguenti, utilizzando per ciascuno non più di venti righe, fatta eccezione per tabelle e calcoli.

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

1. Agenzia di Viaggio dettagliante e Tour Operator: spiega le differenze nelle attività, nella gestione economico-finanziaria e nell'organizzazione.
2. Il budget è uno strumento significativo per la gestione dell'impresa. Definisci le funzioni e proponi una sintetica applicazione, utilizzando una Tabella esplicativa.
3. Organizza un viaggio studio a Londra per studenti al 4° anno dell'Istruzione Superiore. In particolare, presenta lo studio del viaggio (caratteristiche, motivazioni, richieste dei partecipanti, ...); elabora un sintetico programma e sviluppa la tariffazione dello stesso.
4. Come riferito dal documento sopra riportato, il Web Marketing ha modificato in modo significativo le dinamiche del mercato turistico. Riferisci le innovazioni che tu intendi introdurre nella tua Agenzia, con quali obiettivi, tecniche e risultati attesi.

Durata massima della prova: 6 ore.

È consentito l'uso del dizionario di italiano.

È consentito l'uso della calcolatrice non programmabile.

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.