



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

Indirizzi: IT04, EA07 – TURISMO

Tema di: DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

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

PRIMA PARTE

Turismo e Cultura: una sfida e un progetto per lo sviluppo del nostro Paese

Documento

dal “Rapporto sul Turismo – XX edizione”

Il caso Italia.

“È certo, che il patrimonio culturale è il primo del Mondo [...]

Di contro emerge una constatazione evidente di come in realtà si faccia ben poco per valorizzare, conservare, sviluppare e promuovere questa grande e incommensurabile ricchezza e soprattutto per renderla fruibile alla domanda turistica, fatte salve alcune mete tradizionali e ingolfate da un turismo mordi e fuggi, che “guarda” in modo spesso frenetico e superficiale soltanto alcuni monumenti famosi e arcinoti (ad es. il Colosseo, Palazzo Ducale, Piazza della Signoria), li fotografa e si fotografa davanti a loro e poi via via velocemente, pensando così di aver visto e visitato l'intero Bel Paese!

Si può chiamare davvero turismo culturale questo?

[...]

A livello mondiale la gran parte delle nazioni concorrenti hanno spesso poche e identificate realtà turisticamente interessanti da meritare un viaggio, mentre l'Italia, il Bel Paese, è davvero profondamente e soprattutto capillarmente ricca e viva, non solo di arte, ma di artigianato, di enogastronomia, di valenze naturalistiche e paesaggistiche, di prodotti tipici e unici (che spesso altri copiano più o meno malamente), di innumerevoli varietà di folklore, di cultura tradizionale e così via [...]

È noto che nella moderna promozione si deve parlare di offerta turistica complessiva e articolata, ovvero del “prodotto turistico” che non è fatto di piccole frazioni a sé stanti e scollegate fra loro: se è pur vero che i flussi turistici si muovono in gran parte “per scopi” è altrettanto vero che l'offerta deve essere “diversificata e al contempo integrata”; inoltre deve essere anche “innovativa”.

La competitività della Destinazione Italia: una sfida aperta.

[...] è ormai sempre più chiaro [...] come esista una stretta correlazione tra le varie componenti che contribuiscono all'evoluzione della cosiddetta “immagine paese”. Così un'Italia più apprezzata come destinazione turistica diventa anche un'Italia più ricercata come luogo di produzione di prodotti tipici e, più in generale, come ambiente capace di esprimere tradizioni culturali di alto livello. Il territorio e i suoi “prodotti” seguono percorsi intrecciati, dove il successo degli uni si ripercuote sulla reputazione dell'altro e viceversa [...]. In un momento di sostanziale declino della domanda interna, appare, quindi, chiaro come l'investimento sul rafforzamento del “made in Italy”, nell'accezione più ampia possibile, dovrebbe rappresentare la priorità assoluta degli amministratori pubblici, a livello centrale e locale.



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

Indirizzi: IT04, EA07 – TURISMO

Tema di: DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

Cultura & Turismo: un binomio che può essere vincente.

La tesi che sosteniamo è che il turismo è l'altro lato della cultura e dell'arte e che l'integrazione tra i due aspetti, *Cultura & Turismo*, può essere un modello di sviluppo sociale ed economico di elevato livello qualitativo e vincente.

Se la cultura è l'attività più eterea, meno inquadrabile, più sfuggente, meno definibile, più flessibile, meno decifrabile, più sconfinata e suggestiva, il turismo è il suo volto economico, la logica che la trasforma in un prodotto del mercato e che ne rivaluta la sua marginalità". [...]

(Fonte: *Rapporto sul Turismo Italiano, XX Edizione, a cura di Emilio Becheri e Giulio Maggiore, con il Patrocinio del Ministero dei Beni e delle attività culturali e del Turismo; Rogiosi Editore*)

Caso Aziendale

In un Paese, come l'Italia, che può vantare il più solido e ricco legame tra Turismo e Cultura, per lo studente che conclude il percorso formativo dell'Istituto Tecnico per il Turismo risulta strategica la competenza a promuovere l'immagine del proprio territorio e dell'Italia, valorizzando risorse di varia natura in un **"prodotto turistico diversificato e integrato"**.

Ti si chiede di sviluppare il seguente caso aziendale.

- A. Redigi il piano di marketing di una piccola agenzia tour operator, che desidera rafforzare la propria presenza nel settore del Turismo Culturale: identifica le fasi, presenta i diversi elementi del marketing mix, illustra le tecniche che intendi adottare per pubblicizzare e promuovere il prodotto turistico;
- B. proponi un'escursione di una giornata, nella tua regione, di riscoperta degli aspetti artistico-culturali scegliendo una di queste tre ipotesi:
 - (a) un gruppo di anziani;
 - (b) un gruppo di studenti in visita d'istruzione;
 - (c) un gruppo di appassionati di storia dell'arte provenienti dal Giappone;
- C. tariffa l'escursione ipotizzando diversi scaglioni di partecipanti, con l'eventuale utilizzo di tabelle;
- D. identifica adeguati canali di distribuzione del prodotto di cui sopra.



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

Indirizzi: IT04, EA07 – TURISMO

Tema di: DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

SECONDA PARTE

Il candidato svolga due quesiti scelti tra i seguenti, utilizzando per ciascuno non più di venti righe. E' data facoltà di fare riferimento anche alle conoscenze e/o competenze acquisite nel percorso di Alternanza Scuola – Lavoro.

1. Il Business Plan è un documento particolarmente importante nella fase di start-up o per scelte strategiche che, per esempio, prevedano significativi investimenti per un'impresa. Evidenzia le fasi essenziali nell'elaborazione di un Business Plan, soffermandoti in particolare sulla "SWOT analysis" e sulle modalità di ricerca di nuovi finanziamenti con soggetti pubblici o privati.
2. L'Hotel A1B2 ha una capacità recettiva di 85 posti letto con un tasso di utilizzazione del 60%. I costi fissi ammontano a € 300.000 e i costi variabili unitari a € 10,00. Ti si chiede di determinare un prezzo per pax, che garantisca il pareggio tra costi e ricavi totali.
3. La Direzione di un Istituto di Istruzione Superiore ti chiede di redigere un preventivo, a costi netti, di un viaggio di istruzione a Barcellona, motivando altresì la percentuale di ricarico (8%) applicata:
 - Durata 5 giorni
 - N. 40 partecipanti di cui 2 docenti
 - Volo A/R € 400 pp netti
 - Hotel*** sistemazione in XXB € 95 al giorno prima colazione compresa, docenti in XB, € 65 colazione inclusa
 - Pullman per transfer, visite ed escursioni € 2.100,00
 - Guida € 100 per servizio, previste n. 3 guide.
 - Cene e pranzi in locali tipici (n. 5), € 20 pp, residui pranzi/cene libere
 - Entrate gallerie e musei, euro 12 per pax
4. La certificazione della "Qualità del prodotto e del servizio" viene oggi ritenuta una delle carte vincenti dell'impresa turistica. Riferisci quali sono, a tuo giudizio, i parametri attraverso i quali verificare la qualità di un settore di attività dell'impresa turistica, a tua scelta.

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.