

SPUNTI PER IL COLLOQUIO D'ESAME

di Caterina De Luca e Maria Teresa Fantozzi

In considerazione della particolare situazione di questa fine d'anno scolastico, per la preparazione all'Esame di Stato 2020 riproponiamo:

- **20 schede per il colloquio** per tutte le articolazioni.

Le schede contengono spunti su importanti nodi tematici di DTA, accompagnati da suggerimenti per affrontare l'argomentazione richiesta.

Il docente può utilizzare le schede nella **didattica a distanza** per la preparazione degli studenti ad affrontare l'Esame.

ARTICOLAZIONI

Accoglienza turistica	2
Accoglienza turistica ed Enogastronomia	12
Enogastronomia	20

LA GESTIONE ECONOMICO-FINANZIARIA – Analisi SWOT

STRENGTHS	WEAKNESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Ampia spiaggia a pochi metri • Attrezzature balneari a servizio degli ospiti • Piscina con giardino • Camere ampie vista mare • Parcheggio 	<ul style="list-style-type: none"> • Struttura obsoleta e arredi da rimodernare • Scarso utilizzo del web marketing • Distanza dal centro, dai negozi, dai locali di intrattenimento
OPPORTUNITIES	THREATS
<ul style="list-style-type: none"> • Flussi turistici in aumento nella località in bassa stagione • Tour operator stranieri interessati al territorio 	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura di nuove strutture extralberghiere a pochi chilometri di distanza

Il candidato osservi attentamente la seguente tabella e spieghi di quale strumento di marketing si tratta. Identifichi poi le caratteristiche dell'albergo e suggerisca quali eventuali strategie mettere in atto per cogliere le opportunità.

Suggerimenti

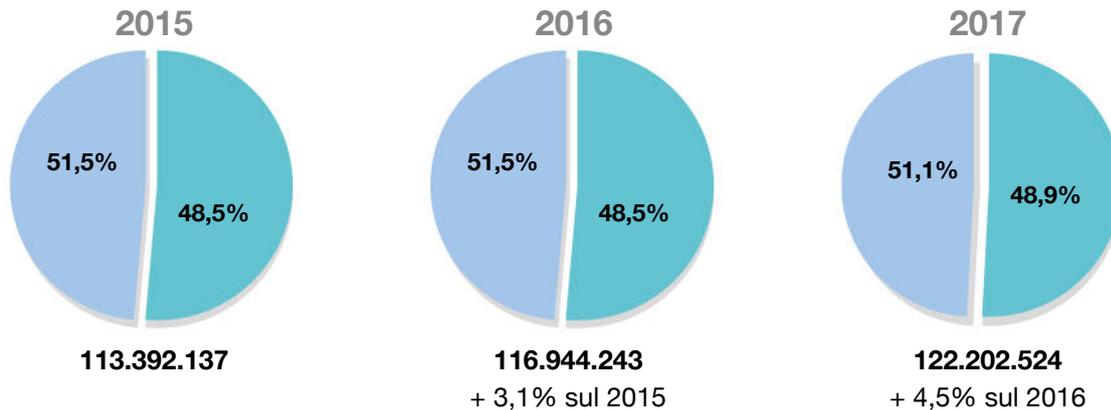
Soffermati sul significato delle parole inglesi presenti nella tabella e descrivi quali aspetti del posizionamento di un'impresa sul mercato mettono in evidenza. Rifletti poi sulle informazioni date e individua:

- il tipo di località in cui si trova l'albergo
- la categoria (media o alta)
- le strategie per ridurre gli effetti dei punti di debolezza
- le strategie per valorizzare i punti di forza
- le strategie per cogliere le opportunità

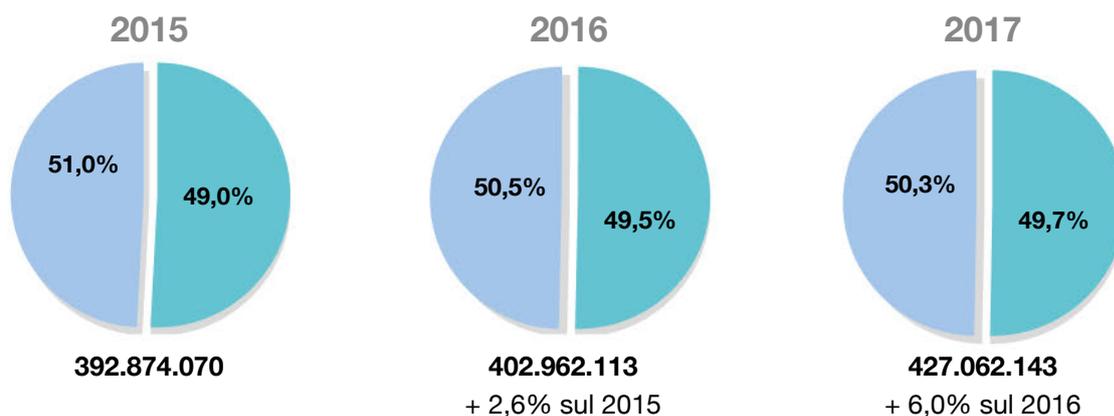
IL FENOMENO DEL TURISMO – Le nuove tendenze e dinamiche di sviluppo

I MOVIMENTI TURISTICI IN ITALIA

ARRIVI



PRESENZE



■ Stranieri ■ Italiani

Fonte: elaborazione ONT su dati ISTAT – Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi – (2017 dati provvisori)

Per l'analisi del fenomeno turistico e del suo impatto sul territorio vengono utilizzati alcuni indici, che permettono anche di confrontare le varie località o i diversi Paesi.

Il candidato, dopo aver osservato attentamente il grafico, argomenti sul significato dei dati in esso contenuti e calcoli l'indice di permanenza media, valutandone il risultato. Illustri poi gli altri principali indici utili all'analisi del fenomeno turistico.

Suggerimenti

La risposta richiede prima di tutto un'attenta osservazione dei dati presentati per comprenderne il significato. Per sviluppare poi l'argomentazione richiesta con una sequenza logica, è utile rispondere ai seguenti quesiti:

- Spiega la differenza tra numero arrivi e numero presenze
- Come si costruisce e cosa rappresenta l'indice di permanenza media?
- Per completare l'analisi, quali sono gli altri indici utili per valutare la potenzialità turistica di una località, il grado di affollamento e l'impatto sul territorio delle presenze turistiche?

L'ACCOGLIENZA TURISTICO-ALBERGHIERA E L'OSPITALITÀ



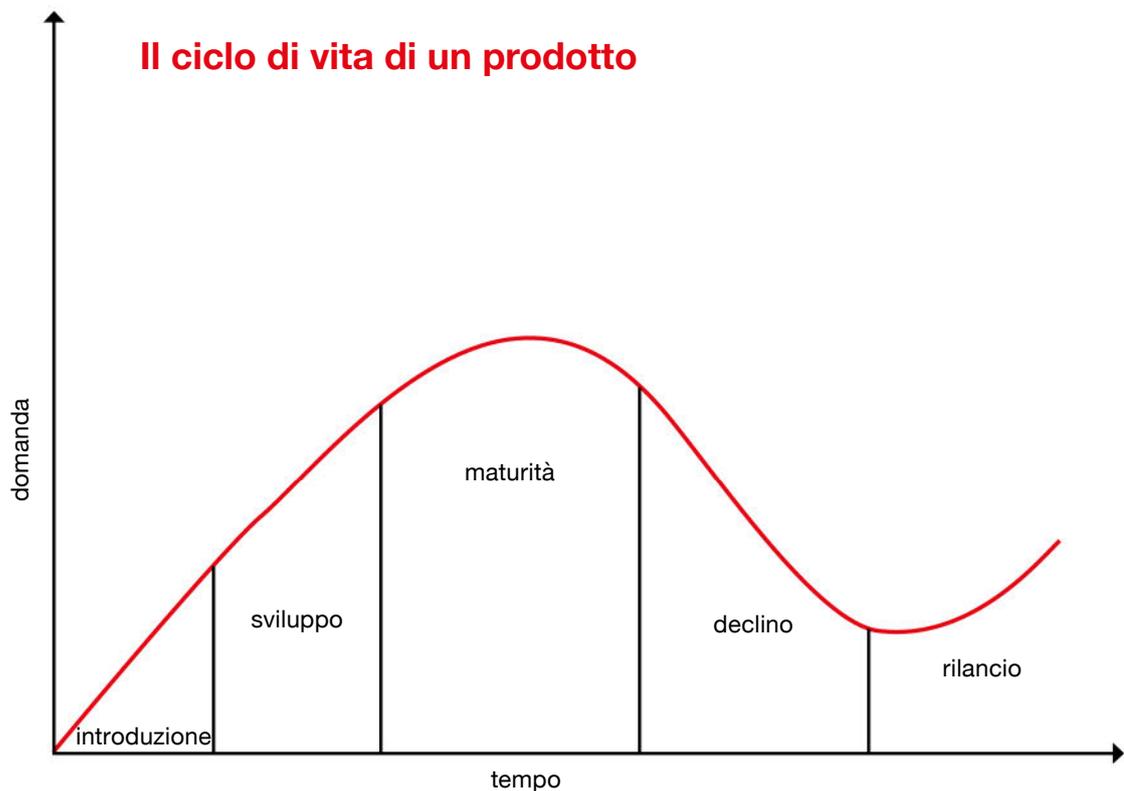
Il candidato, dopo aver osservato lo schema precedente, definisca e descriva nelle sue caratteristiche il rapporto giuridico che vi è rappresentato.

Il panorama delle strutture ricettive presenti oggi sul mercato, sia di tipo alberghiero sia extralberghiero, è molto ampio e variegato. Il candidato descriva le principali, mettendone in evidenza le differenze, facendo riferimento anche alla propria diretta esperienza.

Suggerimenti

- Tra il cliente e la struttura che lo ospita viene concluso un particolare accordo che prende il nome di
- Rifletti sulle conseguenze giuridiche di tale accordo ed elenca i principali impegni e le responsabilità che ne derivano per il titolare della struttura e per il cliente.
- Rifletti inoltre sul diverso tipo di ospitalità offerto nelle strutture alberghiere e in quelle extralberghiere, tenendo conto della classificazione delle strutture stesse e della gamma di possibili servizi.
- L'esempio delle strutture nelle quali hai svolto un periodo di stage e/o lavoro può essere un valido aiuto.

LA GESTIONE ECONOMICO-FINANZIARIA – Marketing mix



Il candidato, dopo aver osservato il grafico, ne spieghi il significato. Analizzi poi il seguente caso.

Un hotel tre stelle, situato in località balneare, ha registrato per molto tempo una crescita della percentuale di occupazione nella media e nell'alta stagione, grazie a una clientela costituita principalmente da famiglie. Negli ultimi due anni le vendite sono risultate stabili nell'alta stagione, ma leggermente in calo nella media e bassa stagione. Dagli ultimi dati sulle presenze del territorio, risulta che sono in aumento i gruppi di turisti stranieri, grazie a viaggi organizzati dai tour operator. Il candidato descriva la fase di vita in cui si trova l'impresa e scelga il marketing mix idoneo al caso in esame.

Suggerimenti

- Rifletti sulle diverse fasi di vita di un prodotto turistico, dal momento del lancio sul mercato alla fase di declino, descrivendo per ciascuna di esse le caratteristiche.
- In riferimento al caso aziendale e aiutandoti col grafico, individua la posizione in cui si trova l'impresa.
- Definisci quindi gli obiettivi di marketing che permettono all'impresa di mantenere la posizione sul mercato.
- Scegli il mix di strategie che ritieni idonee al raggiungimento di tali obiettivi.

LA GESTIONE ECONOMICO-FINANZIARIA – Analisi degli scostamenti

Nella contabilità di un Hotel risultano i seguenti dati riferiti all'anno:

REPORT DEL SETTORE CAMERE (valori in euro)

	Alta stagione	Bassa stagione
Ricavi programmati	1.536.000	455.000
Ricavi effettivi	1.440.000	518.000
Scostamento		
% di scostamento		

Il candidato, dopo aver completato la tabella, commenti i dati, ne spieghi il significato e la sua utilità per il management aziendale al fine di impostare le opportune azioni correttive.

Suggerimenti

- Rifletti sul significato di “ricavi programmati” e sulle ipotesi in base alle quali sono costruiti per il budget.
- Procedi poi al calcolo della differenza con i dati effettivi (scostamento positivo o negativo) e al calcolo della percentuale di scostamento rispetto al dato programmato.
- Descrivi i risultati ottenuti e la diversa situazione dell’alta e della bassa stagione.
- Spiega poi cosa s’intende per “azioni correttive” da parte del management aziendale.

IL PACCHETTO TURISTICO

Il candidato, dopo aver osservato attentamente il documento riportato nelle pagine seguenti, ne spieghi il significato e l'utilizzo, tenendo conto della normativa in esso citata.

Suggerimenti

Leggi con attenzione le tre diverse parti in cui è diviso il documento e rifletti cercando di rispondere secondo il seguente schema logico:

- chi sono i soggetti che compilano e firmano ciascuna parte;
- quale impegno assumono con la firma;
- quale è la normativa citata nel documento e quale materia disciplina;
- qual è la differenza tra le tipologie di pacchetto turistico citate nella prima parte.

Informativa sul trattamento dei dati personali e acquisizione consenso

L'Agenzia di viaggio (di seguito anche "ADV"), in qualità di titolare del trattamento, ai sensi dell'art. 13 del Regolamento Europeo Generale sulla Protezione dei Dati Personali 679/2016 (di seguito il "**GDPR**"), fornisce le seguenti informazioni circa il trattamento dei dati personali che Lei, in qualità di interessato, ci ha comunicato:

- a. per l'organizzazione di un pacchetto turistico;
- b. per agevolare l'acquisto di servizi turistici collegati;
- c. per l'intermediazione nell'acquisto di un pacchetto turistico organizzato da terzi o di singoli servizi turistici prestati da terzi fornitori (es. albergatori, vettori);
- d. per l'intermediazione nell'acquisto di servizi finanziari/assicurativi accessori e collegati ai pacchetti/servizi turistici agevolati o acquistati singolarmente (polizze medico – bagaglio; annullamento; assistenza al viaggiatore in difficoltà; finanziamenti credito al consumo);
- e. per adempiere all'incarico relativo al rilascio di visti;
- f. per la registrazione al nostro sito web e/o all'app o la compilazione dei moduli presenti sul sito web o nell'app; **Finalità e base giuridica del trattamento.**

Inoltre, tra i dati da Lei forniti ci potrebbero essere anche alcuni dati personali definiti dal GDPR e dalla normativa italiana di armonizzazione come "particolari" (es. sanitari, giudiziari). I dati sensibili/particolari saranno trattati secondo le finalità di seguito indicate e solo con il Suo consenso espresso.

a) Finalità relativa alla prestazione contrattuale. I Suoi dati personali saranno trattati ai fini dell'adempimento degli obblighi nascenti dalla trattativa e dal contratto relativo all'organizzazione del pacchetto turistico, ovvero al mandato di agevolare l'acquisto dei servizi turistici collegati o al mandato di intermediazione per l'acquisto di singoli servizi turistici o comunque per l'esecuzione delle obbligazioni discendenti da tutti i rapporti contrattuali, inclusa la fase delle trattative, indicati alle precedenti lett. da a) a f), al fine di consentire alla ADV di erogare in maniera ottimale la prestazione, in particolare per:

- i. la conclusione, gestione ed esecuzione dei rapporti contrattuali fra Lei e l'ADV;
- ii. rispondere alle Sue richieste;
- iii. la comunicazione di avvisi, relativi al pacchetto o servizi turistici acquistati o altri servizi aggiuntivi ed accessori (ad es. informativa relativa ai servizi turistici acquistati; modifica delle condizioni contrattuali; annullamenti);

b) Finalità di legge. I Suoi dati personali saranno trattati anche per:

- i. dare esecuzione ad obblighi di legge, regolamenti, normative nazionali, comunitarie ed internazionali o derivanti da disposizioni impartite da Autorità a ciò legittimate dalla legge;
- ii. accertare, esercitare e/o difendere in sede contenziosa, anche giudiziaria, un diritto di ADV;
- iii. adempiere agli obblighi previsti in ambito fiscale e contabile;
- iv. adempiere ad obblighi legati alla normativa sulla sicurezza e salute dei viaggiatori;
- v. adempiere ad obblighi legati alla normativa del trasporto passeggeri e merci.

c) Finalità legate al business e statistiche. I Suoi dati personali saranno trattati anche per finalità attinenti o pertinenti all'attività svolta dalla ADV e per l'elaborazione in forma anonima di statistiche e ricerche di mercato.

d) Ulteriori finalità. Inoltre, qualora Lei lo acconsenta espressamente, i Suoi dati personali saranno trattati per le seguenti finalità: **Finalità di Marketing**, che comprendono:

- a. *attività promozionali* della ADV, e/o di partner commerciali, realizzate sia con modalità automatizzate (ad es. email, sms, applicazioni per messaggia istantanea, ecc.) che con modalità non automatizzate (ad es. posta ordinaria, telefono con operatore, ecc.). In particolare, l'ADV potrà utilizzare il Suo indirizzo email, fornito al momento dell'acquisto di pacchetti o servizi turistici, per trasmettereLe comunicazioni informative e promozionali legate ai servizi e ai prodotti analoghi ed offerti dalla ADV e/o da partner commerciali anche senza il suo consenso, purché Lei non si opponga a tale uso.
 - a. I partner commerciali appartengono alle seguenti categorie merceologiche:
 - b. attività ricettive;
 - c. compagnie aeree/ compagnie di navigazione; vettori ferroviari; vettori su gomma;
 - d. agenzie di viaggi e Network di agenzie di viaggi;
 - e. assicurazioni.
- b. *attività di profilazione*, ossia di analisi delle Sue preferenze di viaggio e ricerche di mercato allo scopo di migliorare l'offerta dei servizi e le informazioni commerciali presentate da noi, rendendole più conformi ai Suoi interessi. Tale attività potrà avvenire anche tramite la somministrazione di questionari di soddisfazione e/o l'utilizzo di cookies di profilazione utilizzati durante la navigazione sui nostri siti ed app.

Il trattamento per Finalità di Marketing (quindi sia per attività promozionali sia di profilazione) potrà avvenire solo con il Suo consenso.

Natura del conferimento dei dati e conseguenze di un eventuale rifiuto.

Il conferimento dei Suoi dati personali è facoltativo, tuttavia, in mancanza dei dati richiesti per le finalità indicate ai punti a) e b) (finalità relativa alla prestazione contrattuale e di legge) la prestazione richiesta o parte di essa non potrà essere eseguita e Lei non potrà usufruire delle opportunità sopra menzionate.

Il conferimento dei dati facoltativi consentirà alla ADV di migliorare i servizi offerti al fine di renderli sempre più rispondenti agli interessi personali dei propri clienti.

Il conferimento dei dati personali sensibili/particolari è volontario; tuttavia, in mancanza di tale consenso l'ADV potrebbe non essere in grado di ottemperare ad alcuni obblighi contrattuali legati al trattamento di tali dati.

Categorie di destinatari dei dati personali.

I Suoi dati non saranno diffusi. I Suoi dati potranno essere comunicati, esclusivamente per le finalità di cui sopra, alle seguenti categorie di soggetti:

- il personale interno della ADV, in qualità di incaricato e/o responsabile del trattamento;
- ai fornitori di servizi turistici inclusi nei pacchetti venduti, o che prestino quelli collegati o singoli acquistati presso l'ADV;
- alle Compagnie di assicurazione che prestano le coperture accessorie e collegate con i pacchetti e servizi turistici acquistati;
- persone, società, associazioni o studi professionali che prestino servizi o attività di assistenza e consulenza a favore della ADV al fine di tutelare un proprio diritto (ad esempio, commercialisti, avvocati, consulenti fiscali, revisori contabili, consulenti nell'ambito di operazioni di auditing o *due diligence*, etc.); persone, società, o agenzie che prestino servizi di marketing e analisi o attività di consulenza a favore della ADV;
- soggetti cui la facoltà di accedere ai Suoi dati sia riconosciuta da disposizioni di legge e di normativa secondaria o da disposizioni impartite da Autorità a ciò legittimate dalla legge, fra cui le autorità aeroportuali, portuali, doganali e di frontiera.

Trasferimento dei dati personali al di fuori dell'Unione Europea.

I Suoi dati personali potranno essere trasferiti all'estero a Società terze appartenenti o meno all'Unione Europea, sempre per le finalità sopra indicate.

In caso di trasferimento dei dati in paesi al di fuori dell'Unione Europea, tali paesi garantiranno un livello di protezione adeguato sulla base di una specifica decisione della Commissione Europea o in alternativa il destinatario sarà obbligato contrattualmente alla protezione dei dati con un livello adeguato e paragonabile alla tutela prevista dal GDPR.

Conservazione dei dati personali.

I dati personali saranno conservati per un periodo non superiore a quello necessario per il conseguimento degli scopi per i quali gli stessi sono stati raccolti e successivamente trattati. I dati personali saranno conservati per tutta la durata del contratto da lei concluso e anche per un periodo successivo:

- i. entro i termini stabiliti dalla normativa vigente;
- ii. entro i termini stabiliti dalla normativa anche secondaria che impongono la conservazione dei dati (ad esempio dichiarazioni fiscali);
- iii. entro il periodo necessario per proteggere i diritti del titolare dei dati nelle ipotesi di eventuali controversie legate all'erogazione della prestazione.

I dati personali raccolti e trattati per finalità di profilazione saranno conservati per un periodo massimo di dieci (10) anni al termine dei quali saranno cancellati automaticamente o resi anonimi in modo permanente.

Titolare e Responsabili del trattamento.

Titolare del trattamento è l'Agenzia di Viaggi, con sede in, legale rappresentante

Responsabile della Protezione dei Dati (RPD o DPO) (NB DA COMPILARE SE NOMINATO)

Il Responsabile della Protezione dei Dati nominato è contattabile ai seguenti indirizzi:

.mail /PEC o per raccomandata presso

Diritti dell'interessato.

In qualsiasi momento, ai sensi degli artt. 15 a 22 del GDPR Lei ha il diritto, anche in relazione all'attività di profilazione, di:

- chiedere al titolare l'accesso ai Suoi dati personali ed alle informazioni relative agli stessi; la rettifica dei dati inesatti o l'integrazione di quelli incompleti; la cancellazione dei dati personali che La riguardano (al verificarsi di una delle condizioni indicate nell'art. 17, paragrafo 1 del GDPR e nel rispetto delle eccezioni previste nel paragrafo 3 dello stesso articolo); la limitazione del trattamento dei Suoi dati personali (al ricorrere di una delle ipotesi indicate nell'art. 18, paragrafo 1 del GDPR);
- richiedere ed ottenere dal titolare - nelle ipotesi in cui la base giuridica del trattamento sia il contratto o il consenso, e lo stesso sia effettuato con mezzi automatizzati - i Suoi dati personali in un formato strutturato e leggibile da dispositivo automatico, anche al fine di comunicare tali dati ad un altro titolare del trattamento (c.d. diritto alla portabilità dei dati personali);
- opporsi in qualsiasi momento al trattamento dei Suoi dati personali al ricorrere di situazioni particolari che La riguardano;
- revocare il consenso in qualsiasi momento, limitatamente alle ipotesi in cui il trattamento sia basato sul Suo consenso per una o più specifiche finalità e riguardi dati personali comuni (ad esempio data e luogo di nascita o luogo di residenza), oppure particolari categorie di dati (ad esempio dati che rivelano la Sua origine razziale, le Sue opinioni politiche, le Sue convinzioni religiose, lo stato di salute o la vita sessuale). Il trattamento basato sul consenso ed effettuato antecedentemente alla revoca dello stesso conserva, comunque, la sua liceità;
- proporre reclamo a un'autorità di controllo (Autorità Garante per la protezione dei dati personali – www.garanteprivacy.it).

Prestazione del Consenso al trattamento

A) Letta l'informativa sopra riportata, esprimo il consenso al trattamento, secondo le modalità indicate, dei miei dati personali per le finalità indicate ai punti a) e b) (finalità relativa alla prestazione contrattuale e di legge). Do il consenso Nego il consenso

B) Letta l'informativa sopra riportata, esprimo il consenso al trattamento, secondo le modalità indicate, dei miei dati personali per le finalità indicate al punto c) (finalità legate al business e statistiche). Do il consenso Nego il consenso

C) Letta l'informativa sopra riportata, esprimo il consenso al trattamento, secondo le modalità indicate, dei miei dati personali per le finalità indicate al punto d) (finalità di marketing), Do il consenso Nego il consenso

(NB le caselle NON devono essere pre-flaggate).

LUOGO, _____ Firma _____

AGENZIA DI VIAGGIO
(denominazione)
(indirizzo – città)
(tel) – (fax)
(Email)
P. I.
Aut. Prov.
Polizza RC n. Presso Garanzia
insolvenza / fallimento:
.....

**ACCETTAZIONE/ CONFERMA
CONTRATTO DI PACCHETTO TURISTICO**

Modulo da utilizzare per adempiere le disposizioni dell'art. 36 del Codice del Turismo.
Il cliente ha diritto di ricevere copia del presente contratto di pacchetto turistico

Al proponente	COGNOME e NOME	
	NAZIONALITÀ	CODICE FISCALE
	TIPO DI DOCUMENTO	NUMERO
	LUOGO E DATA DI NASCITA	TELEFONO
	CAP	CITTÀ
	INDIRIZZO	
	INDIRIZZO E-MAIL / PEC	

RIFERIMENTI PRATICA
OPERATORE ADV
N°PRATICA ADV
OPERATORE T.O.
N°PRATICA T.O.

si comunica che l'Organizzatore

ha accettato la proposta di contratto di pacchetto turistico formulata dal Proponente, di cui ai riferimenti sopra riportati:

- ad eccezione delle seguenti richieste specifiche del viaggiatore
- con la specifica che i costi aggiuntivi indicati come non calcolabili in sede di informazioni precontrattuali, ammontano ad Euro

si comunica inoltre che

- l'organizzatore è responsabile dell'esatta esecuzione di tutti i servizi turistici inclusi nel contratto ai sensi dell'articolo 42 Codice del Turismo (D.Lgs 79/2011) ed è tenuto a prestare assistenza qualora il viaggiatore si trovi in difficoltà ai sensi dell'articolo 45 del medesimo Codice;
- la garanzia per l'insolvenza o il fallimento dell'Organizzatore è prestata da consede in recapiti
- il rappresentante locale dell'organizzatore, o il punto di contatto o altro servizio a cui il viaggiatore potrà comunicare per chiedere assistenza o per rivolgere eventuali reclami relativi a difetti di conformità riscontrati durante l'esecuzione del pacchetto è il seguente:
- nome/denominazione, indirizzo, telefono, fax, posta elettronica
- nel caso di minori non accompagnati da un genitore o altra persona autorizzata, che viaggiano in base a un contratto di pacchetto turistico che include l'alloggio, le informazioni che consentono di stabilire un contatto diretto con il minore o con il responsabile del minore nel suo luogo di soggiorno, sono le seguenti:
- è obbligo del viaggiatore comunicare, senza ritardo, eventuali difetti di conformità rilevati durante l'esecuzione del pacchetto ai sensi dell'articolo 42, comma 2 cod. Tur.;
- le informazioni riguardo alle esistenti procedure di trattamento dei reclami e ai meccanismi di risoluzione alternativa delle controversie (ADR - Alternative Dispute Resolution), ai sensi del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e alla piattaforma di risoluzione delle controversie online ai sensi del regolamento (UE) n. 524/2013 sono indicate nel catalogo, sul sito web od in altri documenti dell'organizzatore;
- il viaggiatore ha diritto di cedere il contratto, ai sensi dell'articolo 38 del Codice del Turismo, ad un'altra persona che soddisfa tutte le condizioni del contratto, previo preavviso entro 7 giorni dall'inizio del pacchetto, a fronte del saldo del prezzo e dei costi effettivi della cessione (diritti, imposte, altri costi aggiuntivi, ivi comprese le eventuali spese amministrative e di gestione delle pratiche).

Luogo, li,

Firma del Cliente
(per ricevuta della presente conferma)

Timbro e firma
L'AGENZIA DI VIAGGIO

Comunicazione obbligatoria ai sensi dell'articolo 17 della legge n. 38/2006

*La legge italiana punisce con la reclusione i reati concernenti la prostituzione e la pornografia minorile, anche se commessi all'estero.
Il rispetto per i diritti dei bambini non conosce frontiere*

(fonte: FIAVET e ASSOVIAGGI)

IL MARKETING TERRITORIALE

Secondo l'UNWTO (United Nations World Tourism Organization) entro il 2030 il mercato del "turismo esperienziale" aumenterà del 57%. Oggi gli ospiti ricercano la vera identità dei luoghi, nuovi "paesaggi culturali" dove incontrare persone vere con le quali poter condividere un'esperienza, partecipando attivamente e in prima persona alle attività locali, andando a scavare nelle tradizioni, negli usi e nei costumi. La domanda non è solo "dove voglio andare?" ma "quale esperienza voglio vivere?"

Il candidato, dopo aver letto attentamente il testo, argomenti sulle nuove tendenze delle motivazioni al viaggio da parte di turisti che non si accontentano più della vacanza tradizionale.

Spieghi poi come le imprese private del settore possono far fronte a queste nuove esigenze e il ruolo importante degli enti pubblici territoriali.

Suggerimenti

- Rifletti sul concetto di turismo esperienziale e cerca di delineare il profilo di questo nuovo tipo di turista.
- Descrivi poi le sue aspettative e gli interessi specifici verso le località che visita.
- Secondo la tua opinione, l'Italia ha molto o poco da offrire a questi turisti?
- Essi possono rappresentare una nuova opportunità per le mete turistiche italiane anche meno conosciute?
- Quali sono gli enti pubblici territoriali e in che modo possono aiutare le imprese del settore a cogliere queste opportunità?
- Che cos'è il marketing turistico integrato? Riporta esempi di cui sei a conoscenza.

LA GESTIONE ECONOMICO-FINANZIARIA – Documenti contabili

Dati consuntivi di un'impresa funzionante al 31/12/n		Bilancio d'esercizio anno n
Dati previsionali di un'impresa funzionante al 31/12/n		Budget anno n+1
Dati previsionali di una futura impresa		Piano economico-finanziario

Il candidato, dopo aver osservato attentamente la tabella, ne spieghi il significato nell'ambito della contabilità aziendale.

Suggerimenti

- Osserva la prima colonna e rifletti sulla distinzione tra impresa funzionante in un certo anno n e futura impresa, cioè un'impresa che è in progetto ma che deve ancora essere avviata.
- Chiarisci poi la differenza tra dati consuntivi e dati previsionali in un'impresa funzionante e definisci lo scopo del bilancio d'esercizio e del budget.
- Per una risposta più completa descrivi da quali parti è formato il bilancio e quali sono i budget settoriali di un albergo.
- In riferimento alla terza riga della tabella spiega lo scopo del piano economico-finanziario nella progettazione di una nuova impresa.

IL BUSINESS PLAN – La programmazione di una nuova iniziativa imprenditoriale

La preparazione del business plan è un lavoro complesso, che prevede una serie di fasi.



Il candidato, dopo aver osservato lo schema, argomenti sulle caratteristiche delle varie fasi del business plan, ponendo l'attenzione in particolare sui prospetti riguardanti i preventivi di impianto e sulla valutazione complessiva dei dati.

Suggerimenti

Per sviluppare l'argomentazione richiesta con una sequenza logica, è utile rispondere ai seguenti quesiti.

- Definisci il business plan.
- Quali sono le informazioni che vengono fornite dall'analisi del contesto esterno?
- Come si effettua lo studio della domanda?
- Quali informazioni fornisce l'analisi del contesto interno?
- Che cosa si intende per definizione delle strategie?
- Che cosa sono i preventivi di impianto?
- In che cosa consiste la valutazione dei dati?
- Che cos'è la fase di start up?

ANALISI DI BILANCIO PER INDICI – Gli indici di equilibrio patrimoniale e finanziario

STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO (anno n)					
ATTIVO	n	n-1	PASSIVO	n	n-1
Attivo immobilizzato	542.600	374.800	Patrimonio netto	260.000	153.000
Attivo corrente:			Passività consolidate	402.000	318.000
- rimanenze	98.000	81.000	Passività correnti	143.000	179.000
- liquidità differite	130.400	150.200			
- liquidità immediate	34.000	44.000			
Totale attivo corrente	262.400	275.200			
TOTALE ATTIVO	805.000	650.000	TOTALE PASSIVO	805.000	650.000

Il candidato, dopo aver osservato attentamente la tabella, argomenti sul significato dei dati in essa contenuti. Calcoli poi gli indici di composizione degli investimenti (indice di elasticità e di rigidità) e gli indici dell'equilibrio finanziario, commentando il risultato ottenuto nei due anni consecutivi.

Suggerimenti

La risposta richiede prima di tutto un'attenta osservazione dei dati presentati per comprenderne il significato. Per sviluppare poi l'argomentazione richiesta con una sequenza logica, è utile rispondere ai seguenti quesiti.

- Che cosa evidenziano gli indici di composizione degli investimenti?
- Calcola l'indice di elasticità e di rigidità nei due anni consecutivi
- Che significato hanno i valori ottenuti?
- Quando un'impresa è in equilibrio finanziario?
- Calcola l'indice di disponibilità e di liquidità e spiega la differenza.
- Spiega il significato dei valori ottenuti.

LA GESTIONE ECONOMICO-FINANZIARIA – Business plan

Nel business plan di una nuova impresa ricettiva è compreso il seguente piano economico-finanziario (valori in euro).

PREVENTIVO FINANZIARIO

INVESTIMENTI		FINANZIAMENTI	
Fabbisogno per capitale fisso	1.000.000	Capitale proprio	900.000
Fabbisogno per cap. circolante	350.000	Debiti a medio termine	450.000
TOT. INVESTIMENTI	1.350.000	TOT. FINANZIAMENTI	1.350.000

PREVENTIVO ECONOMICO

	N1	N2	N3
A) Valore della produzione			
- ricavi delle vendite	830.000	950.000	1.100.000
B) Costi della produzione			
- per materie prime, merci, lavanderia	170.000	220.000	230.000
- per servizi	70.000	78.000	85.000
- per il personale	330.000	330.000	370.000
- canoni di leasing	22.000	22.000	22.000
- ammortamenti	90.000	90.000	90.000
- costi commerciali	15.000	15.000	10.000
TOTALE B	697.000	755.000	807.000
Differenza tra valore e costi della produzione	133.000	195.000	293.000
C) Proventi e oneri finanziari	- 9.000	- 8.600	- 8.200
Risultato prima delle imposte	124.000	186.400	284.800
Imposte sul reddito	50.000	75.000	115.000
UTILE D'ESERCIZIO	74.000	111.400	169.800

Il candidato spieghi come viene costruito il piano economico finanziario e qual è il suo scopo nello studio di fattibilità di una nuova impresa. Prendendo poi in esame i due preventivi, il candidato esprima un giudizio sulle previste condizioni finanziarie ed economiche della nuova impresa.

Suggerimenti

- Definisci il business plan.
- Spiega il significato delle varie voci contenute nel preventivo finanziario.
- Calcola i principali indici per verificare le condizioni di equilibrio patrimoniale.
- Spiega il significato delle varie voci contenute nel preventivo economico e il motivo per cui viene costruito con dati programmati per tre anni.
- Esprimi un giudizio sulla redditività nei tre anni.

ANALISI DI BILANCIO PER INDICI – Gli indici di redditività: il ROI e il ROE

STATO PATRIMONIALE al 31/12/n					
ATTIVITÀ	n	n - 1	PASSIVITÀ	n	n - 1
Immobilizzazioni	420.000	405.000	Capitale proprio	200.000	200.000
Attivo circolante	140.000	112.000	Utile d'esercizio	49.000	41.000
Totale investimenti	560.000	517.000	Debiti a m/l termine	185.000	176.000
			Debiti a breve termine	126.000	100.000
			Totale finanziamenti	560.000	517.000

CONTO ECONOMICO al 31/12/n		
	n	n - 1
A Valore della produzione	840.000	610.000
B Costi della produzione	690.000	540.000
Reddito operativo	150.000	70.000
C Proventi e oneri finanziari	- 37.000	- 26.000
Risultato prima delle imposte	113.000	44.000
Imposte sul reddito	64.000	29.000
Utile d'esercizio	49.000	41.000

Il candidato, dopo aver osservato attentamente i due prospetti di bilancio, argomenti sul significato dei dati in essi contenuti e calcoli i due principali indici di redditività, il ROI e il ROE, commentando poi il risultato ottenuto nei due anni consecutivi.

Suggerimenti

La risposta richiede prima di tutto un'attenta osservazione dei dati contenuti negli schemi per comprenderne il significato. Per sviluppare poi l'argomentazione richiesta con una sequenza logica, è utile rispondere ai seguenti quesiti.

- Che cosa evidenziano gli indici di redditività?
- Quando un'impresa può definirsi in equilibrio economico?
- Che cosa misura l'indice di redditività degli investimenti (ROI)?
- Utilizzando i dati contenuti nei prospetti calcola il ROI e spiega il significato della variazione nei due anni consecutivi.
- Che cosa misura l'indice di redditività del capitale proprio (ROE)?
- Utilizzando i dati contenuti nei prospetti calcola il ROE e spiega il significato della variazione nei due anni consecutivi.
- Complessivamente la situazione è migliorata o peggiorata da un anno all'altro?

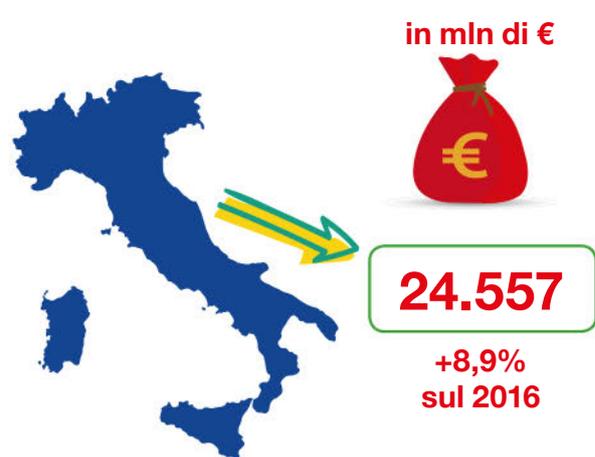
IL FENOMENO DEL TURISMO – Le nuove tendenze e dinamiche di sviluppo

SPESA TURISTICA 2017

Stranieri in Italia



Italiani all'estero



SALDO
14.598
+ 5,7% sul 2016

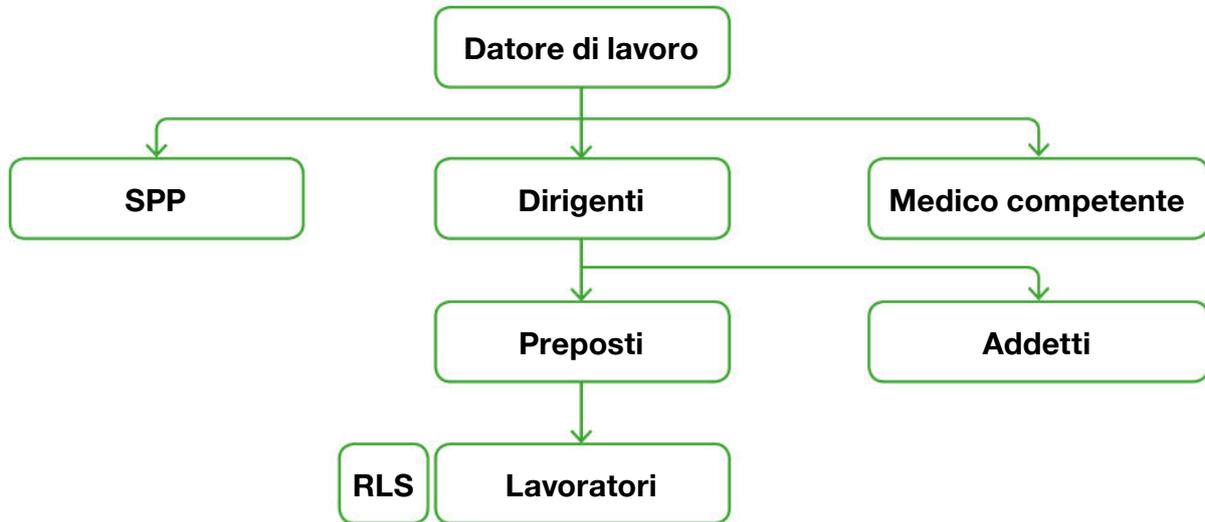
Il candidato, dopo aver osservato attentamente la tabella, argomenti sul significato dei dati in essa contenuti, mettendo in evidenza gli aspetti del turismo come fenomeno economico, i suoi importanti effetti sull'economia di un Paese e i principali fattori che spingono i turisti italiani e stranieri a fare vacanze oltre frontiera.

Suggerimenti

La risposta richiede prima di tutto un'attenta osservazione dei dati presentati per comprenderne il significato. Per sviluppare poi l'argomentazione richiesta con una sequenza logica, è utile rispondere ai seguenti quesiti.

- Che cosa si intende per turismo attivo e turismo passivo?
- Che cos'è la bilancia turistica e che significato ha il saldo?
- Che significato ha la crescita del saldo positivo della bilancia turistica italiana nel 2017 ?
- Quali sono gli effetti del turismo sull'economia di un Paese?
- La spesa turistica degli italiani all'estero nel 2017 è aumentata rispetto al 2016. Che cosa spinge il turista italiano a decidere di fare vacanze all'estero?
- Quali sono le più frequenti motivazioni dei viaggi degli stranieri in Italia?
- Puoi completare l'argomentazione descrivendo la tua esperienza di alternanza scuola-lavoro in strutture nelle quali ti sei trovato a contatto con turisti stranieri.

LA NORMATIVA SULLA SICUREZZA



Il candidato spieghi il significato dello schema proposto e argomenti sulla normativa a cui si riferisce, soffermandosi sull'importanza della sua applicazione in tutti i luoghi di lavoro.

Suggerimenti

- Osserva attentamente lo schema: è un diagramma che rappresenta le relazioni tra persone che lavorano in una stessa azienda; si tratta quindi di un
- Quale normativa rappresenta?
- Definisci brevemente il ruolo di ciascun soggetto, secondo la normativa indicata, e i principali obblighi.
- Quale importante documento viene elaborato per definire le particolarità della singola azienda nell'applicazione della normativa? Descrivilo.
- Concludi l'esposizione spiegando l'importanza dell'applicazione di queste norme nei luoghi di lavoro, anche sulla base di una tua personale esperienza.

LE TECNICHE DI MARKETING – L'analisi SWOT

L'analisi SWOT è un metodo di indagine per valutare i punti di forza e di debolezza di un'impresa e le condizioni di mercato in cui opera (fattori ambientali favorevoli e difficoltà da affrontare).

Si consideri il seguente caso.

Il ristorante “L'antico Borgo” situato nell'area pedonale del centro di una città d'arte è aperto tutto l'anno, due volte al giorno. È dotato di una piccola sala che si affaccia su una terrazza dove poter organizzare nelle serate estive eventi di vario genere. Il ristorante è conosciuto in città per l'accogliente atmosfera che offre ai suoi clienti e per l'ampia varietà di piatti tipici della cucina regionale. Nelle vicinanze stanno aprendo altre trattorie tipiche. Adiacente al locale vi è un vecchio edificio che è stato di recente ristrutturato e ora accoglie un centro di organizzazione di mostre ed eventi a livello nazionale.

ANALISI SWOT - L'ANTICO BORGO	
PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
•	•
OPPORTUNITÀ	MINACCE
•	•

Il candidato, dopo aver letto il caso del ristorante “L'antico Borgo” completi l'analisi SWOT, con altre informazioni a scelta.

Suggerimenti

Per sviluppare l'argomentazione richiesta con una sequenza logica, è utile rispondere ai seguenti quesiti:

- Cosa significa l'acronimo SWOT?
- Quali sono i punti di forza e di debolezza del ristorante in oggetto?
- Quali sono i fattori esterni ambientali favorevoli allo sviluppo dell'impresa?
- Quali sono le informazioni che vengono fornite dall'analisi del contesto interno?
-

Puoi completare l'argomentazione descrivendo i punti di forza e di debolezza delle imprese ristorative o delle altre strutture presso le quali hai svolto la tua esperienza di alternanza scuola-lavoro.

I CONTRATTI RISTORATIVI – Catering e banqueting



Il candidato, dall'osservazione delle immagini proposte, definisca le due tipologie di contratto che vi sono rappresentate, evidenziandone le caratteristiche e le principali differenze.

Suggerimenti

La risposta richiede un'attenta osservazione delle immagini presentate per individuare la tipologia di contratto concluso tra le parti. Per sviluppare poi l'argomentazione richiesta con una sequenza logica, è utile rispondere ai seguenti quesiti:

- Definisci il contratto di catering
- Quali attività possono essere comprese in un contratto di catering?
- Definisci il contratto di banqueting
- Quali sono gli obblighi del fornitore del servizio di banqueting?

Puoi completare l'argomentazione descrivendo la tua esperienza di alternanza scuola-lavoro presso imprese ristorative che gestiscono mense o che organizzano eventi.

LA SICUREZZA ALIMENTARE – La strategia “dai campi alla tavola”



La globalizzazione dei mercati, cioè la crescita progressiva degli scambi tra Paesi e gli accordi internazionali a livello mondiale, hanno permesso la libera circolazione di materie prime e di prodotti che, se non adeguatamente controllati, mettono a rischio la sicurezza alimentare per milioni di individui, con scarsa possibilità di individuazione e controllo delle fonti di rischio.

L'interesse generale per la salute pubblica ha indotto la Commissione Europea e, sul piano nazionale, il Ministero della Salute a emanare norme per garantire il raggiungimento degli standard, più elevati possibili, di sicurezza alimentare in tutta la filiera alimentare.

Il candidato, dopo aver letto con attenzione il brano, argomenti sulle problematiche legate ai nuovi modelli alimentari e sulla necessità di armonizzare la normativa europea sulla sicurezza alimentare. Illustri le principali leggi emanate dall'UE in materia.

Suggerimenti

Per sviluppare l'argomentazione richiesta con una sequenza logica, è utile rispondere ai seguenti quesiti.

- Prendendo spunto dall'immagine, spiega il significato del termine “globalizzazione” in riferimento al crescente uso da parte dei consumatori di cibi etnici.
- Il principale intervento dell'UE in materia di sicurezza alimentare è la strategia “dai campi alla tavola”. Spiega in cosa consiste.
- Spiega quali sono le principali norme comunitarie in materia di sicurezza alimentare, soffermandoti in particolare sul “pacchetto igiene”.
- Cos'è il sistema HACCP?

Puoi completare l'argomentazione descrivendo come le imprese ristorative o le altre strutture presso le quali hai svolto l'esperienza di alternanza scuola-lavoro abbiano applicato le indicazioni suggerite dalle norme di igiene alimentare. (HACCP, smaltimento rifiuti ecc.)

I MARCHI DI QUALITÀ – I marchi di qualità agroalimentari

Da tempo l'UE si occupa della definizione e tutela dei marchi di qualità, sia per garantire uniformità di simboli all'interno dell'area comunitaria, evitando confusione nelle scelte del consumatore, sia per difendere i produttori dal fenomeno dell'“agro pirateria”, cioè la presenza sul mercato di prodotti contraffatti.



Il candidato, dopo aver osservato le immagini, argomenti sulle problematiche legate al fenomeno dell'agropirateria e sulla necessità di armonizzare la normativa europea in materia di certificazione di prodotti alimentari. Metta poi in evidenza quali sono le principali leggi emanate dall'UE per fornire informazioni adeguate e trasparenti a tutti i cittadini.

Suggerimenti

Per sviluppare l'argomentazione richiesta con una sequenza logica, è utile rispondere ai seguenti quesiti.

- Spiega il significato dei simboli elencando le diverse caratteristiche.
- Come si ottiene il riconoscimento di un marchio di qualità?
- Spiega come il turismo enogastronomico si avvantaggi della presenza sul territorio di prodotti contraddistinti dai marchi di qualità.

Puoi completare l'argomentazione elencando i prodotti con marchio certificato presenti nel territorio in cui vivi. Puoi inoltre descrivere come le imprese ristorative o le altre strutture, presso le quali hai svolto l'esperienza di alternanza scuola-lavoro, abbiano utilizzato prodotti con marchio di qualità o prodotti a chilometro zero.

LE TECNICHE DI MARKETING – Il web marketing

“Se prima la prenotazione al ristorante avveniva dopo aver chiesto consigli a parenti ed amici, adesso le cose sono cambiate. Prima che il telefono del vostro ristorante squilli e vi troviate dall'altra parte un cliente che vuole riservare il suo tavolo, quel cliente sa già molto di voi.

Avrà infatti digitato il nome del vostro ristorante su internet, notando l'indice di gradimento su TripAdvisor, avrà letto qualche recensione, poi avrà fatto un salto sul vostro profilo Facebook, controllando il vostro comportamento: la frequenza dei post, le foto e la data dell'ultima vostra traccia lasciata sulla bacheca di questo social network.

Ma non finisce qui perché, statene certi, prima di prenotare darà anche una sbirciatina al vostro profilo Instagram alla ricerca di belle foto di piatti succulenti. Se poi tutto è di suo gradimento, vi chiama per riservare il tavolo.....”

Tratto da:

<http://www.panoramachef.it/come-pubblicizzare-un-ristorante-marketing-ristorazione-instagram/>



Il candidato dopo aver letto il testo proposto, argomenti sulle principali attività di web marketing che possono essere utilizzate con efficacia nel settore della ristorazione, descrivendone le caratteristiche.

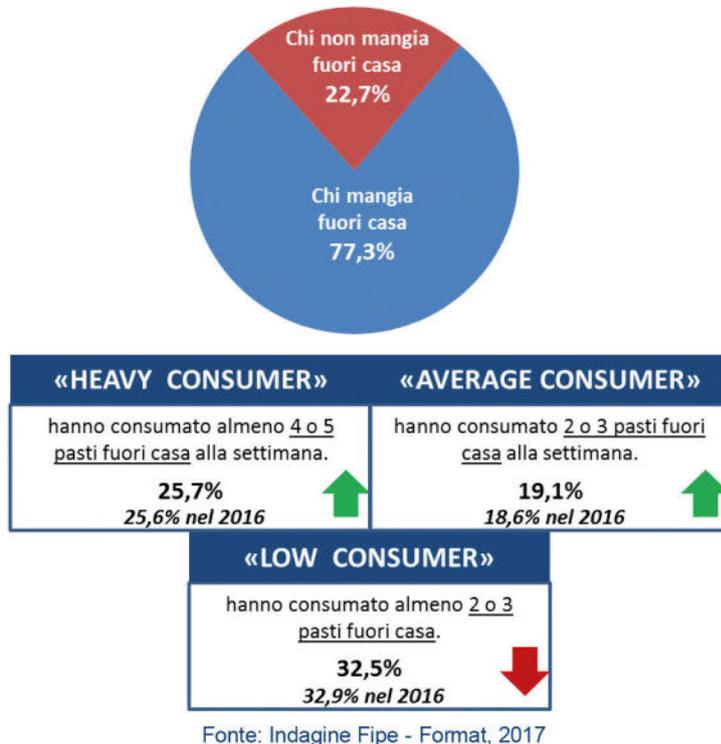
Suggerimenti

Per sviluppare l'argomentazione richiesta con una sequenza logica, è utile rispondere ai seguenti quesiti.

- Illustra l'importanza dei social network nella comunicazione aziendale.
- Il sito web è il biglietto da visita con il quale un ristorante si presenta. Quali caratteristiche dovrà avere?
- Quali altre strategie di comunicazione tramite il web conosci?

Puoi completare l'argomentazione descrivendo le forme di marketing utilizzate per fidelizzare la clientela dagli operatori del settore ristorativo che hai incontrato nella tua esperienza di alternanza scuola-lavoro.

IL MERCATO DELLA RISTORAZIONE – Il cambiamento negli stili alimentari



Il candidato osservi lo schema e argomenti sulle principali motivazioni che spingono le persone a consumare i pasti fuori casa; descriva poi le varie tipologie di offerta ristorativa presenti sul mercato, evidenziando le differenti caratteristiche delle imprese della ristorazione commerciale e collettiva.

Suggerimenti

Per sviluppare l'argomentazione richiesta con una sequenza logica, è utile rispondere ai seguenti quesiti.

- Chi sono gli “heavy consumer”?
- Quali sono le motivazioni che spingono una persona a consumare 4/5 pasti fuori casa?
- Quali sono le tipologie di strutture ristorative alle quali si rivolgono coloro che lavorano fuori casa?
- Cosa si intende per ristorazione collettiva?
- Quali sono le differenze tra ristorazione commerciale e collettiva?

Puoi completare l'argomentazione descrivendo la tipologia di clientela che hai incontrato nelle imprese ristorative presso le quali hai svolto l'esperienza di alternanza scuola-lavoro, descrivendo inoltre come queste abbiano fronteggiato le problematiche legate alle nuove esigenze della clientela derivanti dal cambiamento degli stili di vita.

LA SICUREZZA ALIMENTARE – La tracciabilità e la rintracciabilità

Tutti gli operatori coinvolti nella filiera alimentare sono obbligati per legge a documentare ogni fase del processo produttivo.



Il candidato, dopo aver osservato l'immagine, argomenti sulle principali motivazioni che hanno spinto il legislatore ad affrontare il problema del rischio alimentare lungo tutta la filiera, evidenziando i principi generali sui quali si fonda la normativa comunitaria in materia di sicurezza alimentare.

Suggerimenti

Per sviluppare l'argomentazione richiesta con una sequenza logica, è utile rispondere ai seguenti quesiti.

- Che cos'è la filiera produttiva?
- Che cosa si intende per emergenza alimentare?
- Che cosa si intende per tracciabilità di un alimento?
- Che cosa si intende per rintracciabilità?

Puoi completare l'argomentazione descrivendo come le imprese ristorative o le altre strutture, presso le quali hai svolto l'esperienza di alternanza scuola-lavoro, abbiano applicato le indicazioni suggerite dalle norme di sicurezza e igiene alimentare. (documentazione obbligatoria, HACCP, smaltimento rifiuti ecc.)



internet: deascuola.it
e-mail: info@deascuola.it



Redattore responsabile: Lorena Melchiorre
Tecnico responsabile: Daniela Maieron
Progetto grafico e impaginazione: Rossana Salvi

Art Director: Nadia Maestri

Proprietà letteraria riservata
© 2020 De Agostini Scuola SpA – Novara
1a edizione: aprile 2020
Printed in Italy

L'editore dichiara la propria disponibilità a regolarizzare eventuali omissioni o errori di attribuzione.

Nel rispetto del DL 74/92 sulla trasparenza nella pubblicità, le immagini escludono ogni e qualsiasi possibile intenzione o effetto promozionale verso i lettori.

Tutti i diritti riservati. Nessuna parte del materiale protetto da questo copyright potrà essere riprodotta in alcuna forma senza l'autorizzazione scritta dell'Editore.

Fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633.

Le fotocopie effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali, Corso di Porta Romana, 108 – 20122 Milano – e-mail: autorizzazioni@clearedi.org e sito web www.clearedi.org.

Eventuali segnalazioni di errori, refusi, richieste di chiarimento di funzionamento tecnico dei supporti multimediali o spiegazioni sulle scelte operate dagli autori e dalla Casa Editrice possono essere inviate all'indirizzo di posta elettronica info@deascuola.it.