

Tema in preparazione all'esame di Stato

CODICE DEL TURISMO, PROGRAMMA PER UN SOGGIORNO, CONTO ECONOMICO, STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO, WEB MARKETING, OTA di Fabio FERRIELLO	MATERIE: DIRITTO E TECNICHE AMMINISTRATIVE DELLA STRUTTURA RICETTIVA (Classe 5° IP Indirizzo Servizi per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera – Articolazione accoglienza turistica) <i>Proponiamo una simulazione di seconda prova scritta dell'Esame di Stato costituita di una parte a trattazione obbligatoria, mentre nella seconda parte, il candidato deve svolgere almeno due dei punti a scelta</i>
---	---

Tema di Diritto e tecniche amministrative della struttura ricettiva

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

PRIMA PARTE

Il d.lgs. n. 79/2011, Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo (Codice del Turismo) ha riordinato la normativa precedente del settore con l'intento di promuovere il mercato turistico e di rafforzare la tutela del consumatore. Il candidato esponga i principali contenuti della normativa in materia di definizione di impresa turistica, di disciplina del contratto di vendita del pacchetto turistico, di Carta dei servizi turistici e di circuiti turistici di eccellenza.

Successivamente ipotizzi di essere impiegato in una struttura alberghiera della sua zona e di ricevere da un'impresa di viaggio la richiesta di collaborare alla predisposizione di un programma da proporre al responsabile di un circolo ricreativo aziendale per un soggiorno di quattro giorni e tre notti per 22 persone in un periodo di bassa stagione. Il soggiorno deve essere organizzato nell'ambito di un itinerario tematico (culturale, enogastronomico, sportivo, culturale, religioso, ecc.) a scelta e deve contenere:

- il soggiorno con trattamento di mezza pensione;
- due visite guidate nel territorio;
- una serata di intrattenimento a tema organizzata in hotel.

Presentare il programma sintetico e il preventivo economico contenente il calcolo dei costi e il prezzo di offerta totale e per persona redatto dall'impresa di viaggio, che applica un mark up del 20%.

SECONDA PARTE

1. Indicare le principali categorie di costi e di ricavi d'esercizio di un hotel di medie dimensioni e presentare il Conto economico dell'impresa alberghiera, dal quale risulta un risultato economico positivo di 86.500 euro.
2. Descrivere il contenuto dello Stato patrimoniale riclassificato secondo criteri finanziari e spiegare con un esempio numerico in che modo lo schema può essere utilizzato per controllare la situazione finanziaria di un'impresa alberghiera.
3. Spiegare quali vantaggi si riescono a ottenere con le tecniche di web marketing e illustrare le caratteristiche che deve avere il sito web di un hotel di medie dimensioni.
4. Descrivere il ruolo svolto dalle OTA nelle prenotazioni alberghiere e spiegare quali sono i vantaggi e gli svantaggi per un hotel che utilizza i servizi di prenotazione delle Online Travel Agency.

SVOLGIMENTO

PRIMA PARTE

Il decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79 (**Codice del Turismo**) è un intervento normativo che ha riordinato la normativa preesistente che riguardava singoli aspetti dell'attività turistica. Nasce dall'esigenza di predisporre una normativa organica capace di incentivare il settore turistico – alberghiero italiano e di rafforzare la tutela del turista contro gli imprevisti che possono verificarsi nella scelta della struttura ricettiva e nello svolgimento del viaggio.

I principali contenuti del Codice del turismo riguardano la definizione di impresa turistica, la disciplina del contratto di vendita del pacchetto turistico, l'obbligo per le Amministrazioni pubbliche che operano nel settore del turismo di adottare una Carta dei servizi turistici e la promozione dei circuiti turistici di eccellenza.

La nozione di impresa turistica viene ampliata perché il Codice comprende in questo termine, oltre alle imprese di intermediazione e di organizzazione dei viaggi (ADV e TO) e le imprese ricettive alberghiere, anche altri soggetti come per esempio le imprese di ristorazione, gli stabilimenti balneari, i bar e i parchi divertimento; anche questi soggetti sono ammessi a godere delle eventuali agevolazioni previste per le imprese turistiche.

Per pacchetto turistico si intende un viaggio, una vacanza o un circuito "tutto compreso" che contenga la combinazione di almeno due dei seguenti elementi: trasporto, alloggio, altri servizi turistici non accessori al trasporto o all'alloggio (attività ricreative, visite guidate ecc.). Il Codice del Turismo detta una serie di norme che regolano gli obblighi delle parti e amplia la tutela del consumatore in quanto prevede la possibilità di accordare al turista un risarcimento in caso di danno da vacanza rovinata a causa di inadempimento dell'organizzatore.

La Carta dei servizi turistici è un documento predisposto da un'Amministrazione pubblica che informa il turista sui servizi turistici che può ottenere in un certo territorio, sugli standard di qualità accolti dall'Amministrazione pubblica e sui controlli predisposti su questi standard di qualità. La Carta dei servizi turistici informa anche sulle modalità di inoltrare degli eventuali reclami.

Il Codice del Turismo, infine, dedica una parte delle norme ai circuiti tematici e di eccellenza, che sono i settori di offerta per i quali l'Amministrazione pubblica si impegna a effettuare particolari attività di promozione indirizzate soprattutto ai turisti stranieri. Sono circuiti tematici e di eccellenza il turismo della natura, della montagna, del mare, dei laghi e dei fiumi, il turismo religioso, enogastronomico, termale, congressuale, giovanile, del made in Italy, delle arti e dello spettacolo e il turismo culturale.

Programma soggiorno

Il nostro hotel è un quattro stelle che dispone di 40 camere, è inserito in un circuito di turismo enogastronomico ed è in possesso del Marchio di ospitalità rilasciato dalla Camera di commercio; è anche citato dalle guide redatte dagli esperti del settore che valutano la qualità dei servizi offerti e che elencano le migliori strutture della zona. Si trova in un territorio noto per le sue peculiarità enogastronomiche e nel quale gli enti pubblici hanno segnalato e pubblicizzato con appositi cartelli una "Strada del vino". Il soggiorno proposto è il seguente:

1° giorno	Arrivo in hotel, check in, aperitivo di benvenuto Pranzo in hotel con menù (antipasti, tris di primi, secondo, contorni, frutta, dolce) di piatti tipici regionali Visita alla "Cantina sociale Rossi", degustazione di vini e prodotti alimentari locali
2° giorno	Colazione in hotel Mattina libera visita città Pranzo in hotel con menù (antipasti, tris di primi, secondo, contorni, frutta, dolce) di piatti tipici regionali Visita all'"Agriturismo Bianchi"', degustazione di vini e prodotti alimentari locali
3° giorno	Colazione in hotel Mattina libera visita città Pranzo in hotel con menù (antipasti, tris di primi, secondo, contorni, frutta, dolce) di piatti tipici regionali Relax Serata di intrattenimento in hotel, esibizione del gruppo musicale "Orchestra Neri" con musiche e danze della tradizione regionale, allestimento di uno stand di prodotti enogastronomici locali.
4° giorno	Colazione in hotel Check out

I prezzi applicati ai diversi servizi sono:

- soggiorno in hotel 55,00 euro a persona per trattamento di mezza pensione;
- pullman 160,00 euro per ogni escursione nel territorio;
- accompagnatore turistico 120,00 euro a escursione;
- degustazioni 450,00 euro ciascuna;
- intrattenimento 950,00 euro.

Il **preventivo economico** è il seguente:

Preventivo economico	
Hotel 55,00 euro x 22 persone x 3 notti	3.630,00
Pullman 160,00 x 2	320,00
Visite nel territorio accompagnatore 120,00 x 2	240,00
Visite nel territorio degustazioni 450,00 x 2	900,00
Intrattenimento	950,00
Totale costi diretti	6.040,00
Mark-up 20%	1.208,00
Prezzo totale di offerta	7.248,00

euro (7.248,00 : 22) = **330 euro**, quota individuale

SECONDA PARTE

1. I componenti del reddito di un hotel possono riguardare la gestione caratteristica, la gestione accessoria, la gestione finanziaria, la gestione straordinaria e le imposte.

La gestione caratteristica comprende i ricavi e i costi tipici e rappresentano l'attività principale svolta dall'hotel. Rientrano in questa categoria i ricavi derivanti dalla prestazione di servizi di alloggio e dalla somministrazione di servizi di ristorazione e i costi per gli acquisti di generi alimentari, di materie di consumo, i costi per servizi, i costi del personale e gli ammortamenti dei beni durevoli. La gestione accessoria comprende componenti di reddito quali plusvalenze e minusvalenze da alienazione, sopravvenienze e insussistenze. La gestione finanziaria comprende gli interessi attivi bancari e postali e gli interessi passivi che derivano dal ricorso a finanziamenti a breve, medio e lungo periodo. La gestione straordinaria riguarda tutti i costi e i ricavi che sono estranei all'attività corrente, come per esempio le insussistenze passive derivanti da furti, incendi ecc. Le imposte dirette a carico di un hotel avente forma giuridica di società di capitali sono l'IRES e l'IRAP.

Il nuovo schema di Conto economico elenca nei raggruppamenti A) Valore della produzione e B) Costi della produzione i ricavi e i costi della gestione caratteristica, della gestione accessoria e della gestione straordinaria e nel raggruppamento C) Proventi e oneri finanziari i ricavi e i costi della gestione finanziaria. Il risultato economico che scaturisce da queste gestioni è il Risultato prima delle imposte, dal quale si ottiene l'utile o la perdita d'esercizio togliendo i costi per imposte dirette. Lo schema di Conto economico dell'hotel è il seguente:

Conto economico dell'impresa alberghiera

A) Valore della produzione		318.600
Servizi di alloggio e ristorazione	310.000	
Altri servizi	8.600	
B) Costi della produzione		193.200
Acquisti di materie e materiali di consumo	44.200	
Costi per servizi	22.300	
Costi del personale	93.200	
Ammortamenti	29.000	
Oneri diversi di gestione	4.500	
Differenza A - B		125.400
C) Proventi e oneri finanziari		- 5.050
Interessi attivi	250	
Interessi passivi	5.300	
Risultato prima delle imposte		120.350
Imposte dell'esercizio		33.850
Utile d'esercizio		86.500

2. Lo **Stato patrimoniale** riclassificato secondo criteri finanziari è uno schema a sezioni divise che deriva dallo Stato patrimoniale di bilancio. La sezione di sinistra, denominata Impieghi, distingue l'Attivo immobilizzato e l'Attivo circolante. L'Attivo immobilizzato è formato dai beni durevoli a disposizione dell'impresa ricettiva, come per esempio il fabbricato, le cucine, l'arredamento ecc. L'Attivo circolante è formato dai beni a breve ciclo di utilizzo come le rimanenze, i crediti a breve termine e le disponibilità liquide.

Le fonti di finanziamento possono essere di capitale proprio e di capitali di debito. Il capitale proprio comprende i finanziamenti del proprietario o dei soci che derivano da apporti iniziali, da apporti successivi o dall'autofinanziamento, cioè da utili destinati a riserva e non distribuiti. Il capitale di debito comprende le passività correnti, cioè i debiti con scadenza entro i dodici mesi, e le passività consolidate, cioè i debiti con

scadenza a medio e lungo periodo. Lo Stato patrimoniale riclassificato di un'impresa alberghiera è il seguente:

Stato patrimoniale riclassificato secondo criteri finanziari

Attivo circolante	285.600	Passività correnti	192.000
Attivo immobilizzato	612.400	Passività consolidate	286.000
		Capitale proprio	420.000
Totale impieghi	898.000	Totale fonti	898.000

Lo Stato patrimoniale riclassificato consente di verificare se il totale impieghi è sufficientemente coperto da finanziamenti di capitale proprio; in caso contrario l'impresa alberghiera sarebbe eccessivamente indebitata. Consente anche di verificare la capacità dell'impresa di far fronte agli impegni a breve scadenza poiché l'impresa alberghiera deve avere a disposizione un attivo circolante sufficiente a coprire le passività correnti.

3. Il progresso tecnologico ha cambiato le abitudini dei consumatori, che sono diventati soggetti indipendenti capaci di progettare autonomamente le proprie vacanze, utilizzando le informazioni e i contatti che la rete Internet mette loro a disposizione. Per questa ragione gli hotel devono utilizzare le tecnologie informatiche per fornire le informazioni che i turisti richiedono; i principali strumenti di **web marketing** sono i siti web aziendali, i portali di settore, la pubblicità on line, i social media, i blog e la posta elettronica. Questi strumenti sono integrati tra loro, nel senso che l'utente può passare dall'uno all'altro (per esempio da un banner pubblicitario al sito web dell'hotel) con un semplice clic del mouse, attraverso dei collegamenti ipertestuali.

Il sito web di un hotel è composto da una home page, cioè da una pagina iniziale di presentazione e da pagine secondarie alle quali si può accedere dalla home page. Le principali funzioni di un sito sono quelle di descrivere la struttura ricettiva, veicolare la fiducia del cliente e consentire il booking on line.

La descrizione della struttura ricettiva deve essere effettuata con precisione e senza storture; i servizi proposti devono essere quelli realmente offerti e i prezzi quelli effettivamente applicati.

Il sito deve anche conquistare la fiducia del potenziale cliente e invogliarlo a compiere l'azione di chi richiede un'informazione, un preventivo o di effettuare una prenotazione. Dal punto di vista tecnico il sito deve essere di semplice utilizzo, con pagine che si caricano velocemente attraverso pochi clic del mouse; inoltre deve essere ottimizzato (deve comparire fra i primi risultati di una ricerca con determinate parole chiave) e compatibile con i dispositivi mobili. Per quanto riguarda i contenuti questi devono essere multilingue e di qualità, corredati da foto professionali e presentati con una grafica accurata.

Infine nel sito devono essere presenti le funzioni di booking on line, che consentono al cliente di effettuare in modo autonomo le prenotazioni. Il software deve essere in grado di fornire informazioni sulla disponibilità delle camere e sulle tariffe applicate, aggiornandole in tempo reale. Inoltre deve consentire al cliente di prenotare rapidamente, essere in grado di proteggere i dati personali dei clienti e deve garantire la sicurezza dei pagamenti.

4. Le **OTA** sono le Online Travel Agency, cioè agenzie di viaggio online che danno informazioni sulla disponibilità delle camere negli hotel e sui prezzi applicati; attraverso le OTA i clienti possono conoscere, oltre alle caratteristiche dei servizi offerti dalla struttura ricettiva, anche i pareri di chi vi ha soggiornato e possono effettuare prenotazioni on line. Questa attività di intermediazione è svolta da imprese come per esempio Lastminute.com, Booking.com, Expedia e Trivago. Inizialmente il cliente effettuava le prenotazioni alberghiere online interrogando un motore di ricerca, visitando il sito dell'hotel e concludendo con una telefonata o con messaggi di posta elettronica; attualmente i clienti prenotano direttamente dalle OTA, perché preferiscono avere rapporti con i grandi portali di settore piuttosto che con le singole strutture ricettive.

I vantaggi che ottengono gli hotel (specie quelli di piccole dimensioni) sono collegati al fatto di poter accedere a una vasta clientela attraverso la rete Internet risparmiando sui costi connessi alla realizzazione di un sito web dell'hotel.

D'altra parte bisogna considerare che le commissioni che percepiscono le OTA per la loro attività di intermediazione sono molto più alte di quelle richieste dalle ADV tradizionali. Inoltre le OTA hanno imposto contrattualmente per lungo tempo agli albergatori di riservare loro le tariffe più basse, applicando la cosiddetta *parity rate*. Questo ha impedito agli hotel di utilizzare liberamente la leva del prezzo per conquistare nuova clientela e quindi ha costituito un impedimento al libero mercato. In Italia il legislatore è intervenuto per risolvere questo problema con la legge 4 agosto 2017, n. 124 (legge annuale per il mercato e la concorrenza), che ha abolito la *parity rate* nei rapporti con gli intermediari; le strutture ricettive potranno quindi offrire sconti maggiori rispetto ai prezzi applicati dalle OTA.