

# «Spiego io agli italiani che cosa fare nella Grande Mela»

Piero Armenti, l'urban explorer salernitano  
che racconta New York a 2,7 milioni di follower

Lavoravo per un tour operator e notai  
con un collega che nessuno offriva il giro delle  
terrazze panoramiche: abbiamo iniziato noi

Alessandro Vinci  
09/08/22

## Mille euro a notte Il turismo di lusso non conosce crisi

Il 35% dei viaggiatori sceglie hotel a 5 stelle

Leon Vincenti  
13/10/23

Turismo: nel 2023 ricavi su dei 30%. Il ritorno dell'Italia  
Assalto alla Bit. Lasciata alle spalle la pandemia. Preferite le mete locali e le crociere verso i fiordi

Alessio di Soro  
14/02/23

## Acqua dal mare e calore dai motori È salpata Euribia, la nave green

Inaugurato lo scalo più sostenibile della flotta MSC. «L'obiettivo è l'impatto zero»

Alessio Ribaldo  
09/06/23

## Via alla Bit dei giovani «Al lusso si preferisce cultura e sostenibilità»

A Milano più 13% di presenze. Battute Londra e Parigi

Simone Buscaglia  
05/01/24

## PROVA B – PRIMA PARTE

Gli articoli proposti offrono diversi spunti: ne sottolineiamo due.

Il primo riguarda la variabilità della domanda turistica: sono moltissimi i fattori che la rendono incerta sia negli aspetti quantitativi che qualitativi. Anche l'utilizzo delle varie app e di Internet in generale, pur rendendo il turismo più fruibile, ne complica la gestione.

Il secondo aspetto è il seguente: sostenibilità e responsabilità condizionano sempre più le scelte dei turisti; oltre alle considerazioni più ovvie, possiamo dire che il turista responsabile dovrebbe scegliere o non scegliere certe mete anche sulla base di valutazioni etiche.

In questo contesto, un'attenta analisi del mercato per prevederne l'evoluzione e intercettare i bisogni dei consumatori diventa fondamentale per acquisire un vantaggio competitivo.

Il/La candidato/a presenti le sue riflessioni in merito.

Può anche succedere che le aziende, in tali contesti, scelgano di introdurre elementi di novità nei prodotti in portafoglio.

È il caso del tour operator "X", specializzato nell'outgoing, che decide di inserire elementi di sostenibilità e responsabilità nei propri viaggi.

Il primo passo compiuto dal TO è quello modificare la sua Vision e Mission: al candidato indicare i nuovi slogan che le riassumono.

Il/La candidato/a scelga, quindi, un viaggio con le caratteristiche di cui sopra, il relativo target e la nazione europea nella quale svolgerlo, motivando la propria decisione e presentando anche la relativa analisi SWOT effettuata dal tour operator.

Espliciti, quindi, le risorse materiali ed umane necessarie sia al tour operator che agli operatori con i quali interagisce per operare nel nuovo settore, le relative competenze, le fonti a cui può ricorrere il tour operator per finanziare la propria attività; di tutti questi elementi individui le principali attività e passività/costi e ricavi e li inserisca opportunamente nei prospetti del patrimonio e del reddito

Presenti, infine, almeno 4 scritture in P.D. sul libro giornale o sul libro mastro relative all'acquisto e/o alla vendita di beni e/o servizi collegati a quanto sopra.

Il tour operator, nella fase di cambio dell'attività, decide di modificare anche il logo.

Il/La candidato/a tratti dei segni distintivi delle aziende dal punto di vista giuridico.

Illustri, quindi, i contratti che vengono stipulati nel settore turistico.

## **PROVA B – SECONDA PARTE**

Il/La candidato/a, con riferimento allo Stato europeo scelto nella prima prova, ne illustri il quadro turistico generale e si soffermi in particolare su: motivazioni turistiche prevalenti, provenienza del target, risorse che fungono da attrattori con particolare riferimento alle implicazioni con valenza di sostenibilità.

Presenti, quindi, un itinerario analitico di 3 giorni/2 notti (indicandone il periodo se non specificato nella prima prova) con riferimento ai viaggi outgoing di cui alla prima prova.

Con riferimento allo Stato di cui alla prima prova, il/la candidato/a organizzi un evento green che colleghi almeno due siti o monumenti storico-artistici e ne motivi la scelta.

### **LINGUA INGLESE (250/350 PAROLE)**

Il/La candidato/a scriva un articolo di presentazione dei servizi sostenibili (es. trasporti green) presenti nello Stato europeo individuato.

Tale articolo verrà pubblicato sul sito web ufficiale nella sezione dedicata alla sostenibilità.

### **SECONDA LINGUA (250/350 PAROLE)**

Il/La candidato/a presenti gli elementi peculiari della località scelta con particolare attenzione a quelli sostenibili: prodotti tipici, attività ed eventi.