

8° Istituto di Istruzione secondaria superiore
Liceo polivalente “M. F. Quintiliano” – Siracusa
a.s. 2009/2010

Concorso provinciale “Cre@ l’impres@a”

“GPS tourer”

Progetto elaborato da:
Giardina Chiara
Malespini Antonella
Malfa Federica
Venuti Alessandra
classe IV DX
del Liceo delle Scienze Sociali

referente: prof.ssa Giarrizzo Elisabetta

Business plan

“GPS tourer”

L’idea imprenditoriale

La nostra idea è nata dalla constatazione (supportata dall’analisi dei flussi turistici a Siracusa e dalla loro composizione) che il settore turistico necessita, innanzitutto, di un approccio più moderno e aperto alle nuove proposte del mercato. Queste, come è noto, risultano sempre più orientate dal ricorso alle tecnologie informatiche e multimediali, ormai in grado di offrire (a prezzi accessibili) servizi un tempo impensabili. Per questo abbiamo pensato alla realizzazione di una guida turistica multimediale in grado di fornire sia indicazioni di navigazione lungo itinerari prestabiliti, sia presentazioni multimediali sui luoghi visitati, supportate da contributi audio, video e 3D. Non solo semplici descrizioni dei luoghi, come le comuni (e, indubbiamente, sempre valide) guide turistiche offerte dalle migliori case editrici, ma qualcosa che vada oltre: un racconto “animato” che accompagni i turisti lungo il loro percorso, guidandoli attraverso informazioni e sensazioni capaci di renderli protagonisti di un’esperienza indimenticabile.

Avendo osservato che Siracusa, per il turista indipendente, che non ama i viaggi organizzati e non ama muoversi con gruppi di visitatori confusionari e distratti al seguito di una guida locale, risulta particolarmente deficitaria in materia di indicazioni e validi supporti che consentano una piena e gratificante fruizione dei beni culturali e dei siti di interesse, abbiamo pensato ad un palmare che coniughi praticità e semplicità di utilizzo a chiarezza, completezza e ricchezza di informazioni. Il palmare (tipo I-phone con tecnologia touch screen) sarà disponibile per il noleggio. Dotato anche di bluetooth, social network, fotocamera e PDF converter, il nostro GPS Tourer presenta automaticamente le informazioni relative ai punti di interesse presenti lungo l’itinerario di visita, in base alla posizione del turista ed al suo profilo.

Oltre ad informazioni audio e testuali, arricchisce l'esperienza turistica attraverso l'offerta di filmati correlati al punto di interesse in cui ci si trova e ricostruzioni in 3D di opere di particolare pregio. Esso fornisce indicazioni di direzione facili da comprendere (tramite istruzioni vocali e mappe sempre aggiornate); essendo dotato di connessione internet permette, inoltre, di inviare testi o immagini in tempo reale, ad amici e parenti.

Il software di cui è dotato prevede il GPS ed è in grado di fornire presentazioni multimediali basate su audio, immagini, testi, itinerari e ricostruzioni in 3D.

Per completezza di informazione, il nostro palmare è in grado di segnalare la presenza di B&B, strutture ricettive, punti di ristoro, esercizi commerciali, farmacie e servizi utili. A tali segnalazioni corrispondono anche flussi di ricavo per attività promozionale nei riguardi di esercenti e operatori commerciali.

La nostra impresa sarà costituita nella forma di una società cooperativa a responsabilità limitata, composta da 18 soci, attualmente tutti studenti del nostro Istituto, alcuni dei saranno impegnati in attività lavorative per conto della costituenda società.

La nostra impresa rivolgerà la propria offerta ai turisti (italiani e stranieri) che visiteranno la città e la provincia di Siracusa, inoltre offrirà servizi promo-pubblicitari ad esercenti commerciali ricadenti lungo gli itinerari di guida. Infine, nei periodi di bassa stagionalità, noleggerà i palmari a società omologhe operanti in territori differenti.

L'imprenditore/soci

La nostra iniziativa nasce a seguito dell'attivazione di un percorso formativo in materia di nuova imprenditorialità, realizzato nell'ambito del PON. In tale contesto, i corsisti hanno ipotizzato più soluzioni imprenditoriali, partendo dalla ricognizione delle potenzialità di Siracusa. A valle di questo processo, si è deciso di dare seguito all'iniziativa GPS Tourer, in quanto maggiormente in linea con le iniziative di sviluppo economico promosse dalla Provincia di Siracusa.

La compagine societaria è composta, assieme alle studentesse ideatrici e promotrici dell'iniziativa, anche da alcuni dei partecipanti all'iniziativa formativa succitata. Nonostante i promotori non abbiano esperienze lavorative di rilievo, la prospettiva di realizzare un'attività indipendente, dinamica e dagli esiti fortemente correlati al merito e all'impegno di ciascuno costituisce uno sprone per avviare e condurre il progetto d'impresa. A fronte di una consistente dose di entusiasmo, l'iniziativa si scontra con l'ovvia inesperienza dei soci in questo settore e con la limitata disponibilità di fondi per gli investimenti tecnologici iniziali.

Di seguito si indica l'elenco di tutti i soci della cooperativa GPS Tourer.

Dati anagrafici	Attuale occupazione
Arella Sarah nata a Siracusa il 12/03/1992 residente in via B. F. Campisano – Siracusa C.F.: RLLSRH92C52I754D	Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali
Armieri Martina nata a Siracusa il 18/03/1992 residente in via A. Montorsoli – Siracusa C.F.: RMRMTN92C58I754C	Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali
Burgio Simona nata a Catania il 27/11/1992 residente in Via Goito 37 – Belvedere (SR) C.F.: BRGSMN92S67C351X	Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali
Capodicasa Alessandra nata a Siracusa il 16/01/1992 residente in via Catenanuova 9 – Siracusa C.F.: CPDLSN92A56I754Q	Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali
Curcio Lorenza nata a Siracusa il 10/08/1992 residente in via Paolo Rio 1 – Siracusa C.F.: CRCLNZ92M50I754N	Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali
Genovese Liliana nata a Siracusa il 10/08/1992 residente in via V. Bordone 1 – Siracusa C.F.: GNVLLN92M50I754W	Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali
Giannossi Andrea nata a Siracusa il 20/06/1992 residente in via Natale Bonajuto 5 – Siracusa C.F.: GNNNDR92H60I754P	Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali

<p>Giardina Chiara nata a Augusta (SR) il 30/06/1992 residente in via Teofane 2 – Siracusa C.F.: GRDCHR92H70A494U</p>	<p>Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali</p>
<p>Guarneri Fabiana nata a Siracusa il 20/09/1992 residente in via Bulgaria 9/A – Siracusa C.F.: GRNFBN92P60I754M</p>	<p>Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali</p>
<p>Intagliata Jessica nata a Siracusa il 27/06/1992 residente in via Pietro Micca 17 – Belvedere (SR) C.F.: NTGJSC92H67I754X</p>	<p>Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali</p>
<p>Leocata Ilaria nata a Catania il 23/01/1992 residente in via Caltanissetta 11 – Città Giardino C.F.: LCTLRI92A63C351U</p>	<p>Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali</p>
<p>Malespini Antonella nata a Siracusa il 01/09/1992 residente in via Siracusa 58 – Belvedere (SR) C.F.: MLSNNL92P41I754Y</p>	<p>Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali</p>
<p>Malfa Federica nata a Siracusa il 10/11/1992 Residente in via Taranto 9 – Siracusa C.F.: MLFFRC92S50I754F</p>	<p>Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali</p>
<p>Olivieri Maria Grazia nata a Siracusa il 18/12/1992 residente in via C. Forlanini 3 – Siracusa C.F.: LVRMGR92T58I754V</p>	<p>Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali</p>
<p>Orecchia Marika nata a Siracusa il 06/08/1991 residente in via Reno 2 - Priolo Gargallo (SR) C.F.: RCCMRK91M46I754N</p>	<p>Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali</p>
<p>Puzzo Ileana nata a Siracusa il 12/11/1992 residente in Ronco a Via Damone 2 – Siracusa C.F.: PZZLNI92S52I754S</p>	<p>Studentessa del IV anno del Liceo scientifico tecnologico</p>
<p>Romeo Pasquale nato a Siracusa il 30/06/1992 residente in via S. Monteforte 59 – Siracusa C.F.: RMOPQL92H30I754Q</p>	<p>Studente del IV anno del Liceo delle scienze sociali</p>
<p>Venuti Alessandra nata a Siracusa il 09/11/1992 residente in via Impellizzeri 5 – Siracusa C.F.: VNTLSN92S49I754Q</p>	<p>Studentessa del IV anno del Liceo delle scienze sociali</p>

Il settore di intervento è stato scelto innanzitutto perché in linea con il percorso di studio (incentrato, tranne nel caso di un'allieva, sullo studio di discipline umanistiche e sulla realizzazione di un percorso biennale di studio dei BBCC del territorio e della Provincia di Siracusa) e in quanto presenta le maggiori possibilità di successo, poiché rivolto ad un territorio a forte vocazione turistica, particolarmente strutturato in merito all'offerta di ricettività alberghiera ed extra-alberghiera, ma assolutamente carente sul piano dei servizi al turista. In tal senso, il servizio che si propone si porrà quale elemento di raccordo tra le strutture ricettive, le società operanti nel settore della promozione dei Beni e delle attività culturali e il vastissimo patrimonio culturale e paesaggistico, in modo da garantirne la migliore fruibilità.

Prodotti e servizi

La seguente tabella sintetizza le caratteristiche principali dei prodotti e servizi offerti:

PRODOTTI	CARATTERISTICHE PRODOTTI
Palmare	<p>Il servizio che offriamo è il noleggio del GPS Tourer, un palmare tipo I-phone con tecnologia touch screen. Dotato anche di bluetooth, social network, fotocamera e PDF converter, il nostro GPS Tourer presenta automaticamente le informazioni relative ai punti di interesse presenti lungo l'itinerario di visita, in base alla posizione del turista ed al suo profilo. Oltre ad informazioni audio e testuali, arricchisce l'esperienza turistica attraverso l'offerta di filmati correlati al punto di interesse in cui ci si trova e ricostruzioni in 3D di opere di particolare pregio. Esso fornisce indicazioni di direzione facili da comprendere (tramite istruzioni vocali e mappe sempre aggiornate); essendo dotato di connessione internet permette, inoltre, di inviare testi o immagini in tempo reale, ad amici e parenti.</p> <p>Il software di cui è dotato prevede il GPS ed è in grado di fornire presentazioni multimediali basate su audio, immagini, testi, itinerari e ricostruzioni in 3D.</p> <p>Per completezza di informazione, il nostro palmare è in grado di segnalare la presenza di B&B, strutture ricettive, punti di ristoro, esercizi commerciali, farmacie e servizi utili.</p>

<p>promo pubblicitari</p>	<p>Dato che il nostro software è in grado di segnalare la presenza di locali, alberghi, punti di ristoro ed esercizi commerciali, il GPS Tourer include la possibilità di aggiungere in questa sezione un profilo commerciale, con possibilità di acquisto di spazi promozionali da parte degli operatori interessati e comunque operanti lungo le zone di itinerario caricate sul palmare.</p>
---------------------------	---

Caratteristiche tecniche

Sullo schermo del palmare multimediale viene rappresentata la mappa, la posizione dell'utente, i punti di interesse ed il percorso prescelto. Il sistema si basa sull'individuazione di alcuni punti di interesse a cui vengono associate una serie di informazioni multimediali, che permettono di scegliere il percorso in base alla tipologia e alla durata, di ricevere dettagliate informazioni testuali o vocali, di avere la descrizione audio-video di un luogo o di un'opera, di visualizzare immagini collegate ai contenuti audio, di approfondire i contenuti con video inerenti ai luoghi e alle opere osservare ricostruzioni digitali di siti di interesse storico

Il maggior vantaggio offerto dal GPS Tourer è che la fruizione delle informazioni può avvenire nei momenti ritenuti più opportuni dal singolo utente. Il software segnala anche locali, alberghi, indirizzi per lo shopping e include la possibilità di aggiungere a questa sezione un profilo commerciale, con l'acquisto di spazi promozionali da parte degli operatori. Con il nostro supporto è quindi possibile georeferenziare tutto il territorio. Quando il visitatore si avvicina ad un punto di interesse, il palmare ne rileva la posizione tramite consentendo, quindi, al turista di sapere, in tempo reale, dove si trova e che percorso seguire per raggiungere i luoghi di interesse di una località turistica.

Con il nostro palmare l'utente ha la possibilità di:

- conoscere sempre la propria posizione,

- intercettare un punto di interesse accedendo alle informazioni ad esso associate e visualizzare su mappa i punti di interesse limitrofi alla propria posizione,
- accedere a servizi (punti di informazione, punti di ristoro, strutture ricettive),
- richiedere un percorso guidato verso uno specifico punto.

Il palmare pesa poco meno di duecento grammi, è integrato con tecnologia Wi-Fi e Bluetooth e, tramite rete Wireless, può connettersi ad Internet e permette di effettuare telefonate con Skype.

Per realizzare la cartografia della guida turistica mobile vengono ovviamente utilizzate mappe georeferenziate. La cartografia può essere implementata con diverse tipologie di mappa (ortofoto digitali, planimetrie, mappe turistiche), in base alla dimensione e alla fedeltà con cui si desidera rappresentare il territorio.

La tabella seguente riporta, in sintesi, le motivazioni d'acquisto da parte del nostro cliente e i bisogni che si intende soddisfare:

TIPOLOGIA CLIENTI	BISOGNI DEL CLIENTE / MOTIVI D'ACQUISTO
Turisti	<p>Il nostro turista di riferimento (con un livello socio-culturale e reddituale medio-alto) gradisce informazioni complete e accattivanti sui luoghi di visita, non rinuncia alla propria autonomia nella scelta degli itinerari, apprezza segnalazioni su siti e manifestazioni di interesse, rispetto ai quali vuole testi approfonditi (scientificamente rigorosi) e filmati.</p> <p>Essendo incline all'utilizzo delle tecnologie informatiche, ama condividere le sue esperienze di viaggio con amici e conoscenti, avvalendosi dei principali mezzi comunicazione telematica (posta elettronica, social network, skype, msn, ecc.).</p>
Esercenti	<p>Gli esercenti necessitano di buona visibilità commerciale e opportunità di affari rispetto ai flussi turistici che si muovono lungo gli itinerari di visita predisposti.</p>

Società terze	<p>Disponibilità di palmari ad un costo di noleggio contenuto con servizio di assistenza garantito dalla società proprietaria.</p> <p>In considerazione dell'elevata concentrazione dei flussi turistici a Siracusa di fatto limitati al periodo aprile-agosto, i palmari saranno concessi in affitto a società omologhe operanti in contesti diversi e con differenti stagionalità, al fine di migliorare le prestazioni reddituali della società</p>
---------------	--

Analisi macro del settore turistico a Siracusa

I dati seguenti sono estratti da un'analisi ben più ampia realizzata con l'intento di tratteggiare l'andamento dei flussi turistici a Siracusa sulla base dell'osservazione della ricettività alberghiera, che fornisce valide indicazioni circa la composizione e la fisionomia della domanda.

1. Nota Metodologica

L'analisi e l'interpretazione dei principali trend che caratterizzano il mercato del turismo nella provincia di Siracusa, oggetto specifico della presente indagine, si sono mosse nell'ottica di fornire risposte adeguate ai seguenti principali quesiti:

1. intensità e direzione di sviluppo nei flussi turistici;
2. composizione, evoluzione, stagionalità dei flussi turistici;
3. contenuti e principali caratteristiche dell'offerta turistica.

Sul piano metodologico, la scelta delle succitate tematiche è derivata, principalmente, dall'esigenza di effettuare un percorso di valutazione propedeutico alla progettazione e all'avvio della nostra attività.

Nella conduzione di tutte le analisi svolte sono state utilizzate le più importanti fonti ufficiali del settore, che comprendono: l'APIT di Siracusa (per tutti i dati inerenti i flussi turistici della provincia di Siracusa); l'Assessorato Turismo della Regione Sicilia (con particolare riguardo alla recente indagine della Mercury). L'elaborazione degli indicatori statistici (quali quelli inerenti la permanenza media o il tasso di occupazione) è avvenuta sulla base di criteri omogenei a quelli comunemente impiegati dagli Enti competenti, per assicurare alla committente la necessaria comparabilità e garantire un'efficace capacità di lettura e rappresentazione dei contesti indagati.

2. Andamento dei flussi turistici nella Provincia di Siracusa nel periodo 1974-2001, riferito a ciascuna macro area ricettiva.

L'andamento dei flussi turistici in Provincia di Siracusa è stato analizzato nel periodo 1974-2001, con l'obiettivo di coglierne le tendenze di fondo e di apprezzarne le variazioni più significative. L'indagine è stata effettuata rispetto al numero degli

arrivi e delle presenze di italiani e stranieri, nonché riguardo alla natura, alla tipologia ed alla consistenza delle varie tipologie di offerta di ricettività.

Durante il periodo in esame è stato possibile osservare quattro distinte fasi storiche, le cui peculiarità sono riassumibili nelle seguenti brevi considerazioni:

- a. **1974-1980 – Forte crescita** nel numero degli arrivi (da 58.945 unità a 172.845), soprattutto nel segmento degli stranieri (da 19.616 a 69.811). La crescita è stata accompagnata da un altrettanto sostenuto incremento nel numero di presenze complessive (da 173.691 a 512.415), che ha prodotto una permanenza media pari a circa 3 giornate per ciascun turista.
- b. **1981-1990 – Deciso rallentamento** nella dinamica degli arrivi (da 151.907 a 214.959, con un tasso medio di crescita annua del 3,5%, contro il 16,6% del periodo precedente). Il trend è risultato particolarmente negativo nel segmento dei turisti stranieri (che sono infatti passati da 52.488 a 61.311, ad un tasso medio composto di crescita di +1,6%). In termini complessivi, comunque, le maggiori presenze dei turisti italiani hanno positivamente innalzato il numero medio di giorni di presenza complessiva (3,3 giorni alla fine del 1990);
- c. **1991-1995 – Stagnazione e crisi.** Andamento piatto nei flussi di arrivo (da 207.708 a 211.247, con un modestissimo +0,3%) e addirittura negativo per le presenze (-0,9%). La performance ha riguardato, in modo specifico, il segmento dei turisti italiani (-0,6% all'anno per i flussi in arrivo, rispetto al 1991 e -3,9% medio annuo per le presenze), lasciando sostanzialmente inalterata la permanenza media (3,73 gg.). Il comparto degli stranieri ha invece registrato, in maniera sempre più marcata, a partire dal 1994, una crescita decisa e da quell'anno costantemente positiva.
- d. **1996-2001 – Ripresa modesta** nella dinamica del flusso dei turisti italiani (con tassi medi annui nel periodo di + 0,5% in termini di arrivi e di +1,1% in termini di presenze) e ulteriore balzo in avanti dei flussi di turismo straniero (+6,7% in termini di arrivi e +9,5% in termini di presenza).

I suddetti andamenti sono stati determinati in misura preponderante dalla dinamica del comparto alberghiero, che ancora oggi, nella Provincia di Siracusa, come in Sicilia, costituisce la formula ricettiva nettamente prevalente. A tale riguardo, è comunque interessante segnalare che alla fine del periodo indagato (1974 – 2001) l'offerta alberghiera sembra aver assunto un peso meno significativo rispetto al dato della ricettività complessiva, soprattutto nel segmento dei turisti italiani. Nel 1974, il 98% dei turisti italiani e il 97% di quelli stranieri che arrivavano a Siracusa, impiegavano e preferivano strutture di tipo alberghiero. Nel 2001, al termine del periodo di analisi, le corrispondenti percentuali si sono attestate rispettivamente all'82% e al 90%.

Circa il mix delle preferenze da parte degli utenti, rispetto alle differenti categorie di offerta, la struttura alberghiera a 3 stelle costituisce indubbiamente la classe di maggiore rilevanza. Durante il periodo 1995-2001, gli arrivi di italiani in alberghi hanno riguardato, per circa il 60%, strutture classificate a 3 stelle. Rispetto agli analoghi flussi di stranieri, il dato ha assunto un valore intorno al 70%. Le strutture di maggior pregio (4 stelle), si collocano, in termini di arrivi, rispettivamente al 27,1% e al 12,7% nel 2001. Sul piano dei giorni di permanenza media specifica, anche in questo caso si osserva una maggiore durata dei soggiorni all'interno di strutture a 3 stelle (3,9 giorni alla fine del 2001) ed una sostanziale stabilità rispetto a quella a 4 stelle (1,8 giorni).

La variazione di preferenze che è stata precedentemente osservata e la conseguente alterazione dei mix d'offerta è andata a tutto vantaggio del ramo extralberghiero o complementare e, negli ultimi anni, delle formule particolarmente "leggere" di ricettività, quali sono, attualmente, gli affittacamere, le case per ferie, i bed & breakfast, le residenze turistico alberghiere, le case per vacanze o gli alloggi privati. Il ramo extralberghiero, più in particolare, nel periodo 1974-2001 ha registrato tassi medi di incremento annuo del +14,2% in termini di arrivi, e del +13,4% rispetto al numero di presenze. Nell'ultimo quinquennio (1996-2001) la crescita è stata ben più contenuta ed in linea con l'andamento generale del turismo provinciale, attestandosi a +6,5% annui in termini di arrivi e +2,7% in termini di presenze. Il mercato complementare siracusano, si caratterizza pertanto per una crescita inferiore al trend nazionale pari nel decennio 1990 -1999 a +75%, e a quello della Sicilia pari a +31,2%.

Il dato di permanenza del settore extralberghiero evidenzia una durata media dei soggiorni pari a 4,5 giorni, superiore di circa 1,5 unità rispetto al corrispondente dato della ricettività alberghiera, attestato a 3,02. Tale dato sembra segnalare che la scelta di una struttura alternativa all'albergo possa farsi dipendere anche dalla durata programmata del soggiorno.

All'interno di queste dinamiche, gli alloggi agrituristici hanno manifestato un trend di sviluppo contenuto, nonostante i buoni segnali del 1996, quando tali forme alternative di ricettività erano al loro esordio. Fino a quell'anno, il ramo extralberghiero della provincia di Siracusa era stato sempre caratterizzato dalla presenza di una quindicina di camping, con una dotazione media di 230 posti letto, in grado di attrarre e sostenere un flusso turistico quasi esclusivamente composto da stranieri, durante il periodo estivo (luglio-agosto). L'introduzione di innovazioni normative in agricoltura, di facilitazioni fiscali ed agevolative, e l'avvio di una politica di diffusione dell'agriturismo di natura imitativa, anche in provincia di Siracusa, sulla scia di quanto avveniva già da tempo in ambito nazionale, hanno favorito la nascita di nuove iniziative in questo campo.

L'effetto di sostituzione, all'interno del comparto extralberghiero ed in favore di strutture alternative al camping, può evincersi abbastanza chiaramente dall'esame e dal confronto dei dati riguardanti il numero di esercizi del comparto e quello relativo alla media di posti letto disponibili. A partire dal 1996, in modo sempre più marcato, all'aumentare del numero di esercizi registrati (+14,6% nel periodo 1996-2001) si è

contrapposto un calo drastico nel numero medio di posti letto offerti (-12,8% nello stesso periodo).

In termini assoluti, quindi, la capacità operativa del ramo extralberghiero non ha subito rilevanti modificazioni (il numero complessivo dei posti letto offerti dal comparto è infatti cresciuto soltanto dello 0,5% ed è addirittura diminuito dello 0,2% nel periodo 1996-2001), ma è fortemente cambiato al proprio interno, includendo sempre più strutture ricettive di piccola dimensione (agriturismo; affittacamere; B&B; case per ferie; case e appartamenti per vacanze; residenze turistico-alberghiere). All'interno di questo comparto, l'agriturismo ha registrato una tendenza moderata alla crescita, passando, in termini di peso relativo, dal 12,1% del 1996 al 15,7% del 2001.

Sin dagli esordi, comunque, le strutture agrituristiche della provincia sembrano aver orientato le proprie strategie verso un target di clientela quasi esclusivamente locale, mediante l'organizzazione di un'offerta rivolta soprattutto ad esaltare i contenuti della ristorazione e molto meno quelli della ricettività. In tali condizioni, l'andamento degli arrivi e delle presenze dei turisti nel comparto, hanno manifestato un andamento piuttosto erratico e vistosamente altalenante da un anno all'altro, nonostante le buone performance complessive di cui abbiamo precedentemente discusso.

Rispetto alla provenienza della clientela servita dalle strutture agrituristiche, queste risultano prevalentemente e tradizionalmente scelte da turisti italiani (76,6% degli arrivi complessivi nel 2001, contro il 23,4% di stranieri).

Circa il mix delle preferenze, rispetto alle differenti categorie di offerta, la struttura agrituristica a 3 stelle costituisce indubbiamente la classe di maggiore rilevanza dimensionale. Nel 2001, rispetto al 15,7% dei turisti che hanno scelto l'agriturismo all'interno dell'offerta extralberghiera, l'11,7% ha preferito la categoria 3 stelle (il 3,1% quella a 4 stelle).

3. Focus sugli andamenti turistici a Siracusa, territorio comunale e provinciale, nel periodo 1998 - 2001, con riferimento alla provenienza dei turisti, alla stagionalità, alla tipologia di struttura ricettiva e alla permanenza media.

Nel periodo in esame, il numero complessivo dei turisti arrivati nel comune di Siracusa è cresciuto dell'1,4% all'anno in media. Le presenze, analogamente, sono cresciute ad un tasso dell'1,7% (456.389 unità alla fine del 2001), con l'effetto di lasciare immutata la permanenza media a 2,4 giorni. All'interno di questo dato, i turisti italiani sono leggermente diminuiti, sia in termini di arrivi che di presenze (-0,6%). In parte, l'andamento negativo dei flussi di italiani è stato compensato da quello che ha riguardato gli stranieri, che sono infatti cresciuti, sia in termini di arrivi (+3,5%) che di presenze (+5,6%), con un lieve incremento della durata media di soggiorno, che si ha raggiunto nel 2001 le 2 giornate.

Con riferimento alle strutture ricettive localizzate nel territorio della provincia di Siracusa, il numero complessivo dei turisti arrivati è cresciuto del 3,7% all'anno in media, su base composta. Le presenze, sono anch'esse aumentate del 7% (547.309 unità alla fine del 2001), con la conseguenza che è anche leggermente aumentata la

permanenza media: da 4 a 4,5 giorni. All'interno di questo dato, i turisti italiani sono cresciuti dell'1,3% (in termini di arrivi) contro il 12,8% degli stranieri.

Con riguardo alle presenze, i tassi si sono attestati, rispettivamente, a +3,7% e a +17%, segnalando anche in questo caso una buona crescita della permanenza media, soprattutto nel ramo dei turisti stranieri (da 4,7 a 5,4, a fronte di una crescita degli italiani da 3,9 a 4,2).

Relativamente al comparto alberghiero, si sono potute osservare le dinamiche più interessanti e che hanno riguardato in modo particolare e prevalente le strutture ricettive ricadenti al di fuori del territorio comunale di Siracusa.

Nel periodo 1998-2001, gli arrivi complessivi dei turisti negli alberghi di Siracusa sono aumentati dell'1,1%, in termini di tasso medio composto. Rispetto alle presenze, si è registrato un analogo incremento, pari all'1,8%, con conseguente stabilizzazione del dato di presenza media a 2,3 giorni. All'interno del dato, si è registrato un calo di arrivi e presenze per gli italiani (dell'ordine dell'0,8% e dell'0,5% in media), contro una crescita di arrivi e presenze degli stranieri, pari a 3,3% e al 5,9%.

Al di fuori del territorio comunale, gli italiani sono diminuiti dell'1,9%, in termini di arrivi e cresciuti del 3,1% in termini di presenza, con conseguente innalzamento della durata media di soggiorno, che si è infatti attestata a 4,5 giorni. Gli stranieri hanno evidenziato le dinamiche maggiormente significative, con una crescita media del 12,7%, in termini di arrivi e, addirittura, del 19,1% in termini di presenze, con una contemporanea crescita della presenza media a 5,9 giorni, dai 4,7 del 1998.

All'interno del ramo extralberghiero, nel periodo in esame, il numero complessivo dei turisti arrivati a Siracusa è cresciuto del 6,1% all'anno in media, su base composta. Le presenze, invece, sono rimaste assolutamente stazionarie (37.557 unità alla fine del 2001), con la conseguenza che si ridotta la permanenza media da 4,6 a 3,6 giorni. All'interno di questo dato, i turisti italiani sono cresciuti in misura inferiore agli stranieri, ad un tasso del 3,9% (in termini di arrivi) contro l'8,9%.

Relativamente alle presenze, i tassi si sono attestati, rispettivamente, a -1,3% e a +2,5%, segnalando un calo di permanenza media nel ramo delle presenze di turisti italiani di circa un giorno (da 5,3 a 4,4) e di pari entità (da 3,6 a 2,8) per gli stranieri.

Con riferimento alle strutture ricettive localizzate nel territorio della provincia di Siracusa, il numero complessivo dei turisti arrivati è cresciuto dell'11,4% all'anno in media, su base composta. Le presenze, invece, sono anch'esse aumentate del 6,3% (133.460 unità alla fine del 2001), con la conseguenza che si leggermente ridotta la permanenza media da 4,6 a 3,8 giorni.

All'interno di questo dato, i turisti italiani sono cresciuti in misura inferiore agli stranieri, ad un tasso del 10,9% (in termini di arrivi) contro il +13,3%. Rispetto alle presenze, i tassi si sono attestati, rispettivamente, al +5,7% e all'8,6%, segnalando anche in questo caso un calo di permanenza media nel ramo delle presenze di turisti italiani di circa un giorno (da 4,6 a 3,8) e di pari entità (da 4,5 a 3,8) per gli stranieri.

Sul piano della stagionalità, la seguente tabella illustra le dinamiche registrate nei comparti alberghiero ed extralberghiero durante il 1999:

Mese	Alberghiero	Extralberghiero
Gennaio	2,9%	0,5%
Febbraio	3,4%	0,5%
Marzo	4,2%	0,7%
Aprile	7,4%	2,5%
Maggio	13,1%	3,3%
Giugno	13,7%	5,7%
Luglio	13,5%	20,0%
Agosto	16,7%	53,6%
Settembre	12,1%	11,0%
Ottobre	6,3%	1,5%
Novembre	3,3%	0,2%
Dicembre	3,4%	0,5%
	100%	100%

Concentrazione dei flussi di presenza turistica

Periodo	Alberghiero	Extralberghiero
Gennaio- Maggio	31%	7,5%
Giugno- Settembre	56%	90,3%
Ottobre- Dicembre	13%	2,2%

Grado di utilizzo della capacità operativa disponibile (2001)

Periodo	Alberghiero	Agriturismo	Extralberghiero
Gennaio-Maggio	30,4%	3,2%	2,1%
Giugno-Settembre	68,9%	48,8%	31,1%
Ottobre-Dicembre	21,3%	1,6%	1,0%
Media Annua	41,4%	18,2%	11,6%

L'esame di tali dati evidenzia in modo chiaro e, abbastanza inequivocabile, la diversa "vocazione" dell'offerta alberghiera rispetto a quella di natura extralberghiera. Quest'ultima sembra maggiormente votata ad assecondare ed intercettare flussi di turismo vacanziero estivo, anche per il fatto che la maggior parte di tali strutture sono collocate al di fuori del territorio comunale. Le prime, tipicamente, sono in grado di soddisfare e sostenere esigenze molteplici, connesse a turismo d'affari (rispetto al quale la residenza in città e la prossimità ad uffici o aziende possono costituire un fattore critico di scelta) o anche al turismo culturale o religioso.

Alla luce di queste dinamiche, possiamo affermare che la crescita del movimento turistico in Provincia di Siracusa nel corso degli ultimi anni, ha particolarmente riguardato il territorio extra-comunale, interessando in modo specifico la componente di flusso straniero. Più in dettaglio, il positivo andamento che è stato registrato al di fuori dell'area di Siracusa può imputarsi alle eccellenti performance del comparto alberghiero ed extralberghiero, capaci di sostenere volumi di presenze vicine a quelle realizzate dalle strutture situate nel comune di Siracusa, con un flusso nettamente inferiore di arrivi.

In riferimento al comparto extralberghiero, tuttavia, si segnala il limite di una capacità di attrazione quasi esclusivamente concentrata nel corso del periodo estivo (il 90% dell'impegno ricade nel periodo giugno-settembre) rendendo assolutamente problematica la gestione dei costi di struttura, la stabilizzazione del personale e l'ottimizzazione della redditività di buona parte degli investimenti durevoli.

In tale contesto, applicando le suddette percentuali di stagionalità ai flussi di presenza complessiva nel settore extralberghiero del 2001 (171.017 unità) e alla disponibilità di offerta delle stesse strutture provinciali (4135 posti letto), rispetto ai quattro mesi di massima concentrazione operativa (giugno-settembre, pari al 90,3%), il tasso di occupazione dei posti letto disponibili risulta pari a circa il 30%.

Mercato del turismo in Italia

Il mercato del turismo italiano può essere diviso in due grandi comparti: il turismo vacanziero (leisure) ed il turismo d'affari (business). Oltre tali due macro aggregazioni, esiste un comparto intermedio, costituito da formule di turismo che non sempre è possibile classificare in modo netto in una delle due categorie: es. turismo congressuale; turismo religioso; turismo per soggiorni studio o per seminari; ecc. Inoltre appare ovvio che, spesso, motivazione d'affari e leisure a volte si combinano, come appunto nel caso di un turista che si reca in una città per un meeting di lavoro ma che dedica parte del soggiorno, ad esempio, alla visita di un'opera d'arte oppure ad un'escursione in barca.

La prima importante conclusione che deriva dalle osservazioni fatte è che il mercato del turismo è diviso in due grandi segmentazioni che hanno motivazione, regole di comportamento e logiche del tutto diverse: le vacanze e gli affari.

Nell'ambito di questa macro segmentazione va sottolineato che esistono delle distinzioni possibili non solo con riferimento alle tipologie classiche (mare, monti, terme, arte e cultura, sport, religione, affari, congressuale, studio, visita a parenti e/o amici), ma anche al riferimento a categorie particolari (studenti, terza età, handicap, nozze), al tipo di organizzazione (viaggio individuale, di gruppo; senza intermediari, pacchetto tutto compreso, appoggiato ad agenzia); al periodo di effettuazione (alta, media e bassa stagione), ed alla durata (short break, settimane ecc..).

In un'interpretazione di sintesi di tutte queste tassonomie e delle altre possibili quella fra vacanze e affari è la distinzione fondamentale del turismo, come ben sanno gli operatori.

Dimensioni del mercato, andamento storico e previsioni

Il turismo rappresenta un settore particolarmente significativo per quel che riguarda i servizi e alcuni aspetti particolari dei viaggi effettuati dagli italiani possono evidenziare il peso che la componente di servizio ha sull'organizzazione complessiva dei viaggi.

L'ISTAT informa che le persone residenti in Italia hanno effettuato, nel corso del 2000, 89 milioni 55 mila viaggi con almeno un pernottamento, per un totale di 636 milioni 865 mila notti. L'85,6% di questi viaggi è stato realizzato per motivi di vacanza, mentre il 14,4% per motivi di lavoro o affari. Oltre la metà dei viaggi è stata effettuata da uomini, ma se i viaggi per lavoro hanno visto prevalere la componente maschile (78,7% dei viaggi per motivi professionali), nei viaggi di vacanza invece il rapporto tra viaggi effettuati da uomini e da donne è equilibrato. Sono soprattutto i giovani adulti (tra i 25 e i 44 anni) che fanno viaggi di vacanza, mentre gli anziani ultrasessantatrenni si attestano al 9,8%.

La maggiore economicità favorisce i viaggi all'interno del territorio nazionale (85,4%), mentre la vacanza oltre confine si attesta sull'11,1% per i viaggi con destinazione europea e sul 3,5% per le mete extraeuropee.

Al di là della quantificazione dei viaggi e delle persone che viaggiano, è importante considerare alcune caratteristiche legate all'offerta di servizi nel settore del turismo. In particolare, si possono considerare il livello dell'organizzazione del viaggio, i mezzi di trasporto e il tipo di alloggio come indicatori del ricorso a servizi da parte della popolazione che viaggia.

Al riguardo, l'ISTAT evidenzia una diffusa persistenza di comportamenti ancora orientati alla vacanza "fai da te" (con alti livelli di autonomia dei viaggiatori per quel che concerne l'organizzazione del viaggio, la scelta del mezzo di trasporto e il tipo di alloggio). Considerando il comportamento di viaggio degli italiani, l'ISTAT conferma le tendenze già emerse negli anni recenti riguardo l'abitudine a partire, prevalentemente, senza fruire dei servizi di prenotazione, anche se sta crescendo leggermente per i viaggi di vacanza la quota di quelli prenotati sia direttamente dal viaggiatore sia tramite agenzia (rispettivamente il 24,9% e il 13,1% nel 1997, il 27,1% e il 15,3% nel 2000). Il ricorso alla prenotazione per i viaggi per lavoro è, ovviamente, molto frequente e in crescita (62,2% nel 1997 e 65,1% nel 2000), anche se non va dimenticato che il volume di viaggi è in questo caso assai più ridotto. L'automobile privata rimane il mezzo di trasporto più utilizzato mentre decisamente più ridotto è l'uso di mezzi di trasporto alternativi. I mezzi di spostamento più utilizzati per lavoro sono l'auto (nel 39,7% dei viaggi) e l'aereo (nel 34,1%); il treno viene utilizzato nel 17,7% dei casi.

Rispetto ai servizi rappresentati dalle strutture ricettive, sempre in relazione a quanto riportato dall'ISTAT, gli italiani hanno pernottato più frequentemente in alloggi privati (52,6%, dato leggermente superiore a quello del 1997, spiegato essenzialmente da una lieve crescita dell'utilizzo di case di proprietà) piuttosto che presso strutture collettive (47,4% nel 2000 e 49,4% nel 1997). L'albergo è stato utilizzato nel 39,4% dei casi, soprattutto in occasione dei viaggi di lavoro (76,4%), e quasi un terzo dei soggiorni è stato trascorso presso abitazioni di parenti o amici. In

occasione delle vacanze, inoltre, frequenti sono stati anche i soggiorni trascorsi presso abitazioni di proprietà (12,6%) o in alloggi privati presi in affitto, soprattutto in occasione delle vacanze lunghe (13,2% delle vacanze di almeno 4 notti di durata). La dicotomia tra alloggi privati e strutture collettive è ancora più evidente se si considerano i viaggi in Italia: rispettivamente 57,3% e 42,7% dei viaggi. A livello territoriale risulta che la quota di viaggi nelle strutture collettive è più elevata al Centro (49%) e al Nord (42,5%), rispetto al Mezzogiorno (37,1%), dove invece maggiore è la quota di soggiorni in alloggi privati (62,9%).

In relazione all'analisi della spesa per vacanze desumibile dall'indagine sui consumi, in tale voce sono inclusi i viaggi tutto compreso, i pernottamenti, la pensione completa realizzati all'estero e in Italia. Ovviamente le spese più alte si hanno per i viaggi tutto compreso organizzati all'estero, la cui spesa media sostenuta dalle famiglie è infatti pari a 1 milione 903 mila delle vecchie lire. Le famiglie italiane che più spesso si recano all'estero con la formula tutto compreso vivono nelle regioni del Nord, in particolare nell'area occidentale (2,2%), all'opposto le famiglie siciliane e sarde effettuano viaggi all'estero in misura molto inferiore (0,6%). Sono soprattutto i giovani single ad essere attratti dalle mete turistiche estere (3,2%) a differenza delle persone sole anziane (0,5%). Se la quota di famiglie che usufruisce di pensione completa quando va all'estero è piuttosto bassa, la spesa effettiva è invece consistente (pari a 1,4 milioni di vecchie lire a livello nazionale). Guardando ai viaggi tutto compreso fatti in Italia si rileva che le famiglie italiane spendono in media circa 750 mila lire. È significativo evidenziare come le famiglie residenti nelle Isole, proprio per la loro collocazione geografica, spendono circa 200 mila delle vecchie lire in più rispetto alla media nazionale.

Più frequentemente le coppie con figli scelgono mete nazionali, in quanto i costi sono indubbiamente più consoni per il budget a loro disposizione. Gli anziani soli o in coppia effettuano viaggi anche all'interno del territorio nazionale abbastanza raramente e, inoltre, per questa tipologia familiare si registra la spesa più bassa.

Rispetto alle prospettive del comparto, la tendenza complessiva alla crescita, registrata sino agli ultimi anni, ha subito un certo rallentamento, soprattutto a seguito dei noti e dolorosi fatti dell'11 settembre del 2001. In proposito, le rilevazioni dell'ISTAT sui clienti delle strutture alberghiere italiane, nel periodo tra Natale e l'Epifania, confermano il difficile momento del comparto turistico che, nel settore, deve registrare perdite secche: - 11,7 % negli arrivi; - 3,5 % nelle presenze. L'analisi dell'Istituto nazionale di statistica specifica che a determinare la forte flessione di arrivi e presenze hanno contribuito sia la clientela interna che quella straniera. Così gli arrivi di italiani sono stati il 10,6% in meno rispetto all'anno precedente; quelli di stranieri si sono attestati su un 14,6. Per quanto riguarda le presenze, quelle italiane si sono contratte di 2,1 punti percentuali, quelle stranieri di 6,7.

L'ISTAT, nella sua analisi sul periodo 23 dicembre-6 gennaio, si è soffermato sulla distribuzione geografica di arrivi e presenze, rilevando come il dato negativo riguarda un po' tutte le componenti dei flussi. Fanno eccezione le presenze italiane nel Nord-Est (+0,8%) e quelle straniere nel Sud e nelle Isole (+1,8%). Per il resto, tutti segni

negativi, con punte a dir poco preoccupanti soprattutto per il Centro. Qui, per quanto riguarda gli arrivi, sono state sensibili le flessioni sia di italiani (-21,5%) che di stranieri (-27%).

Il 70,5 per cento della clientela italiana, secondo l'ISTAT, ha preferito le località turistiche di tipo prevalentemente stagionale (località montane, marine, lacuali, termali, collinari), mentre il restante 29,5 per cento si è recato in città d'arte e capoluoghi. La quota di stranieri che ha optato per queste ultime località è più elevata (41,4 per cento).

Per l'ISTAT, che come consuetudine ha raccolto le opinioni degli operatori sia riguardo all'andamento del settore che dell'occupazione nel trimestre successivo, "i giudizi sulla tendenza del turismo nel trimestre gennaio-marzo 2002, rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente, mostrano una diffusa presenza di opinioni sfavorevoli". Il saldo tra giudizi negativi e positivi rispetto all'andamento delle presenze è pari a -13,4 per cento, senza sostanziali differenze geografiche (con una punta nell'Italia centrale, -24,4%).

Secondo l'ENIT, tuttavia, l'effetto 11 settembre per gli operatori turistici sembra essere passato. A cinque mesi dagli attentati che avevano provocato un crollo della domanda, in Europa, e in particolare in Italia, tutto sta rapidamente tornando ai mesi precedenti e se la tendenza verrà confermata, a Pasqua saranno recuperati i livelli del 2000. Solo Gran Bretagna e Stati Uniti restano al momento penalizzate. Ciò è, in particolare emerso, dal secondo monitoraggio realizzato da Astra/Demoskopea per Astoi, l'Associazione dei Tour Operator Italiani.

La vera e propria "svolta" registrata a dicembre nel sentimento collettivo, appare oggi ulteriormente rafforzata, e dopo il predominio dell'incertezza tra dicembre e fine gennaio-inizio febbraio sembra affermarsi l'ottimismo, per quanto moderato. Resta una nicchia di pessimisti, soprattutto al di sopra dei 54 anni (nel Sud) e concentrata nei Comuni tra i 10mila e i 30mila abitanti, con titolo di studio e reddito familiare inferiore alla media nazionale.

Il 76% degli intervistati desidera "godersi la vita, divertirsi, viaggiare", con un aumento di 1,7 milioni di persone in un solo mese e mezzo. Da gennaio a novembre del 2001 i ricavi generali del turismo in Italia sono stati pari a 53.550 miliardi di lire (oltre 2.766 miliardi di Euro). Il calo, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, è stato del 3,1%, più contenuto rispetto a quello previsto immediatamente dopo l'11 settembre. La flessione dei turisti statunitensi spiega in gran parte quella che si è fatta sentire soprattutto sulle città d'arte. L'ENIT, comunque, non ha mai temuto il peggio, anche nei momenti di maggiore allarme. L'Italia non era e non è uno dei Paesi a maggior rischio.

Concorrenti

Principali concorrenti della nostra iniziativa sono, essenzialmente, guide turistiche e accompagnatori (che operano prevalentemente in nero e sono pertanto difficilmente quantificabili poiché sfuggono ad ogni controllo di tipo statistico), nonché le tradizionali guide a stampa editate dalle maggiori case editrici (Guide Touring Club, Guide Michelin) e le audioguide a noleggio.

La seguente tabella sintetizza i rispettivi punti di forza e di debolezza dei concorrenti individuati:

CONCORRENTI	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
Guide turistiche	<ul style="list-style-type: none">- professionalità (garantita solo nel caso di guide in possesso di regolare licenza)- buona competenza linguistica- ottima padronanza del territorio	<ul style="list-style-type: none">- rigida predisposizione degli orari e degli itinerari di visita- limitata possibilità di interazione- costi elevati per gruppi poco numerosi
Guide a stampa (Touring, Michelin)	<ul style="list-style-type: none">- completezza delle informazioni- chiarezza espositiva- semplicità di utilizzo- possibilità di riutilizzo dopo l'acquisto	<ul style="list-style-type: none">- mappe e testi non sempre aggiornati- scarsa maneggevolezza- servizio monolingua- costo elevato- mancanza di interattività
Audioguida (Ciceronguide)	<ul style="list-style-type: none">- maneggevolezza- chiarezza espositiva- buona offerta di itinerari- offerta plurilingue	<ul style="list-style-type: none">- mancanza di interattività- noleggio limitato ad una giornata- necessità di rilasciare un documento di identità e un deposito

Di contro, il nostro GPS Tourer si presenta competitivo in merito a:

- innovazione e interattività,
- semplicità di utilizzo,
- completezza informativa,

- chiarezza espositiva,
- ottimo rapporto qualità/prezzo,
- ottima offerta di itinerari flessibili,
- offerta plurilingue,
- aggiornamento continuo
- possibilità di generazione di file PDF da scaricare;

presentando, nel contempo, pochissimi elementi di debolezza che, secondo le nostre valutazioni, possono essere riassunti in termini di:

- noleggio limitato ad una giornata;
- necessità di possedere una carta di credito.

Clienti

Il nostro cliente prevalente è un consumatore finale, di condizione socio-culturale e reddituale medio-alta, gradisce informazioni complete e accattivanti sui luoghi di visita, non rinuncia alla propria autonomia nella scelta degli itinerari, apprezza segnalazioni su siti e manifestazioni di interesse, rispetto ai quali vuole testi approfonditi (scientificamente rigorosi) e filmati. Essendo incline all'utilizzo delle tecnologie informatiche, ama condividere le sue esperienze di viaggio con amici e conoscenti, avvalendosi dei principali mezzi comunicazione telematica (posta elettronica, social network, skype, msn, ecc.). I nostri clienti "business" comprano l'inserzione una volta l'anno ed hanno come obiettivo quello di intercettare una parte dei flussi turistici governati dal GPS tourer e stimolati da un bisogno d'acquisto "d'impulso".

Politica di prezzo

La tabella seguente mostra la fascia di prezzo sulla quale intendiamo posizionare i prodotti/servizi da noi offerti:

PRODOTTI	MIO PREZZO (noleggio mezza giornata)	Prezzo concorrenti + alto	Prezzo concorrenti + basso
Palmare	50,00		15,00
Promo-pubblicitari	1.250,00	1.500,00	1.000,00

Pubblicità, promozione e vendita

Per la pubblicizzazione del nostro servizio intendiamo avvalerci di inserzioni su siti specializzati, nonché di banner su siti dedicati al turismo nazionale e internazionale, con un costo complessivo annuo di 1.000,00 €.

Il nostro servizio sarà diffuso mediante una rete di promotori interni, soci della cooperativa, che a tale riguardo si recheranno presso i principali agenti di viaggio, tour operator, strutture alberghiere ed enti di promozione turistica presenti ed operanti nella provincia di Siracusa.

Localizzazione dell'impresa

Data la particolare natura dell'intervento, si ritiene necessario che l'immobile che ospiterà la GPS Tourer sia ubicato in prossimità del centro storico (o del parco archeologico Neapolis) in quanto la maggiore vicinanza con le zone a più alta densità di flusso turistico della città potrebbe permetterci di intercettare un maggior numero di potenziali clienti. Il locale dovrà essere dotato di ampio salone di ingresso e aree

per attività di tipo amministrativo e tecnico (per l'aggiornamento e la manutenzione dei palmari). Il noleggio dei palmari avverrà presso la nostra sede operativa.

In tale contesto sarà inizialmente spiegato il funzionamento del dispositivo, attraverso una breve presentazione, ed illustrati i principali itinerari di visita. Sarà altresì fornito il numero di contatto per il nostro servizio di assistenza.

Il costo annuo che abbiamo previsto di sostenere per l'affitto è di 9.600,00 €.

Catena del valore e del ciclo produttivo

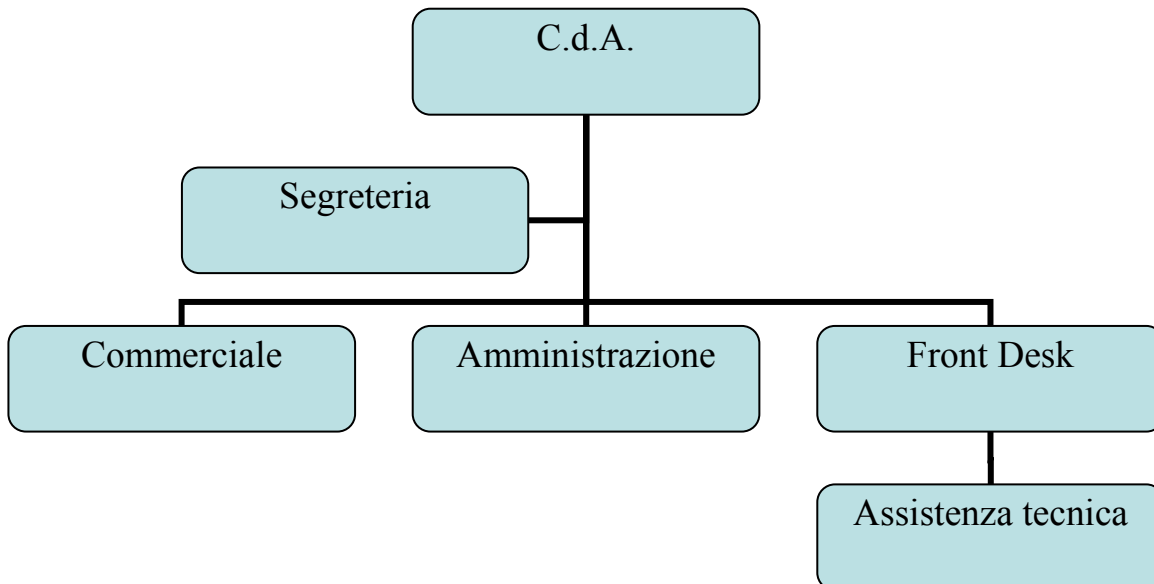
Il ciclo operativo è reso semplice dalla natura del servizio, che è un noleggio.

All'interno di questo processo, assumono rilevanza le fasi iniziali di configurazione del palmare e di caricamento degli itinerari di visita e dei relativi contenuti multimediali. Le ulteriori fasi del ciclo produttivo riguarderanno la promozione dei servizi, l'attività materiale del noleggio ai turisti e l'assistenza post vendita. A supporto di tali fasi si svolgeranno attività di tipo amministrativo e direzionale.

Il fornitore principale è la software house proprietaria dell'applicativo, che è stata già contattata e che vanta numerose esperienze in contesti simili al territorio di Siracusa. Tale fornitore nasce da uno spin-off accademico per iniziativa di un gruppo di ricercatori dell'Università di Udine.

Risorse umane

Organigramma



Principali compiti per funzione:

- C.d.A. (funzione di indirizzo e governo della Cooperativa)
- Segreteria
 - Archiviazione e protocollo corrispondenza
 - Tenuta libri societari
 - Convocazione assemblea soci e organi
- Commerciale
 - Promozione e diffusione servizi presso strutture ricettive e tour operator
- Amministrazione
 - Tenuta contabilità
 - Adempimenti periodici in materia fiscale e previdenziale
 - Rapporti con i consulenti esterni
- Front Desk
 - Rispondere al telefono e accoglienza turisti
 - Consegna palmari e assistenza all'uso
 - Ritiro palmari e verifica di funzionalità
 - Emissione fatture e gestione incasso a mezzo carta credito
- Assistenza tecnica
 - Aggiornamento palmari/portale
 - Configurazione e manutenzione palmare/portale
 - Rapporti con la software house

Ruoli e principali criticità operative

Accoglienza ai turisti: presentazione/ informazioni sul prodotto

Per l'accoglienza ai clienti il nostro operatore deve possedere una buona conoscenza delle lingue principali (inglese, francese, tedesco e spagnolo) e mostrarsi sempre cordiale, disponibile e paziente nella spiegazione del palmare. Deve saper presentare nel migliore dei modi il palmare e tutte le sue funzioni, senza dilungarsi troppo, senza rendere pesante e complicata la spiegazione.

L'operatore preposto a questa funzione deve, quindi, essere accattivante, loquace e suscitare interesse sottolineando la convenienza del nostro prodotto.

Deve, inoltre, essere a conoscenza degli eventi e manifestazioni programmate e/o in corso (eventi, mostre, locali ecc..) e possedere ampie conoscenze del territorio (soprattutto del percorso itinerario).

Previsioni economico-finanziarie e analisi del punto di pareggio

I seguenti prospetti contengono il piano triennale di costi e ricavi e dei correlati flussi finanziari della nuova iniziativa imprenditoriale. Gli scenari di previsione sono stati elaborati sulla base dei dati di flusso e stagionalità turistica a Siracusa, ipotizzando, in via del tutto prudenziale, un volume di noleggi corrispondente al 2.5% del numero di turisti annualmente presenti nel territorio di Siracusa.

Sulla base di tali dati, il picco massimo di **fabbisogno dei palmari** è stato stimato in **tre dici unità** durante il periodo aprile-agosto.

(C)	PROVENTI E ONERI FINANZIARI				
15.	Proventi da partecipazioni:				
16.	Altri proventi finanziari:				
17.	Interessi ed altri oneri finanziari da altri	(1.239,29)	(989,87)	(727,70)	
17-bis	Utili e perdite su cambi				
	Totale proventi e oneri finanziari (15+16-17+-17bis)	€ (1.239,29)	€ (989,87)	€ (727,70)	-0,77% -0,56%
(D)	RETTIFICHE DI VALORE E DI ATTIVITA' FINANZIARIE				
18.	Rivalutazioni:				
19.	Svalutazioni				
	Totale delle rettifiche (18-19)	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	
(E)	PROVENTI E ONERI STRAORDINARI				
20.	Proventi:				
	Plusvalenze da alienazioni	€			
	Altri proventi	€	0,00	0,00	contr.
21.	Oneri:				
	Minusvalenze da alienazioni	€			
	Imposte relative ad esercizi precedenti	€	0,00	0,00	
	Altri oneri	€			
	Totale delle partite straordinarie (20-21)	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	
	Risul. prima delle imposte (A-B +/-C +/-D +/-E)	€ 18.366,55	€ 36.632,82	€ 48.446,62	
22.	Imposte sul reddito dell'esercizio correnti, differite e anticipate	€ (9.767,01)	€ (15.847,20)	€ (19.850,78)	
23.	Utile (perdita) di periodo	€ 8.599,55	€ 20.785,62	€ 28.595,85	5,36% 11,77%

La realizzazione dell'investimento avrà inizio nel corso del corrente anno, mediante l'acquisizione del software, dei palmari e delle ulteriori immobilizzazioni. Ai fini di una copertura integrale dei fabbisogni finanziari connessi alla realizzazione del piano di investimenti, oltre quella che sarà assicurata dall'apporto a capitale dei soci, si è ipotizzata l'accensione di un finanziamento in leasing della durata di cinque anni, con un tasso pari al 5% a rateizzazione mensile e maxi canone iniziale del 10%. Il fabbisogno finanziario specifico sarà di circa 5.000,00 € annui e troverà ampia copertura nei saldi di gestione corrente derivanti dall'attività caratteristica. La durata dei crediti e dei debiti di funzionamento è stata valutata in circa 30 giorni, per quanto i crediti non dovrebbero di fatto sussistere, essendo l'attività prevalente rivolta a consumatori finali. Sarebbe auspicabile l'attivazione di una linea di finanziamento agevolato, tenendo conto del fatto che la compagine societaria è nella sua totalità composta da giovani. Le agevolazioni sarebbero, pertanto, sostitutive del finanziamento in leasing e ridurrebbero significativamente l'onere connesso alla remunerazione per interessi finanziari e l'esborso conseguente all'ammortamento del leasing.

	2010	2011	2012	2013
Rendiconto Finanziario				
Crediti Iniziali			16.051,88	17.657,06
Ricavi imponibili		160.518,75	176.570,63	194.227,69
IVA		32.103,75	35.314,13	38.845,54
Ricavo lordo		192.622,50	211.884,75	233.073,23
Crediti finali		- 16.051,88	- 17.657,06	- 19.422,77
Incessi		176.570,63	210.279,56	231.307,52
Debiti iniziali		- 4.980,00	- 4.980,00	- 5.079,60
Acquisti		- 16.600,00	- 16.932,00	- 17.270,64
IVA		- 3.320,00	- 3.386,40	- 3.454,13
Acquisti lordi		- 19.920,00	- 20.318,40	- 20.724,77
Debiti finali		4.980,00	5.079,60	5.181,19
Imposte e versamenti IVA		- 29.712,92	- 47.774,93	- 55.242,19
Personale		- 99.203,00	- 104.163,15	- 109.371,31
Oneri finanziari su leasing		- 1.239,29	- 989,87	- 727,70
Pagamenti Totali		(45.892,21)	(68.983,60)	(76.593,06)
Saldo gestione corrente	0,00	31.475,41	37.132,81	45.343,15
Immobilizzi materiali	- 16.789,17			
Immobilizzi immateriali	- 27.400,00			
IVA su immobilizzi	- 8.837,83			
Investimenti lordi	- 53.027,00			
Variazione debiti su immobilizzi	18.240,00	- 18.240,00		
Pagamento immobilizzi	- 34.787,00	- 18.240,00		
Fabbisogno finanziario	(34.787,00)	13.235,41	37.132,81	45.343,15
Apporto capitale proprio	10.000,00			
Quota contributo c/impianti		-		
Leasing strumentale	27.000,00	- 4.874,99	- 5.124,41	- 5.386,58
Incasso contributo c/gestione				
Fonti di copertura	37.000,00	(4.874,99)	(5.124,41)	(5.386,58)
Saldo finanziario netto	2.213,00	8.360,42	32.008,40	39.956,57

	2010	2011	2012	2013
Stato Patrimoniale				
Immobilizzazioni immateriali	16.789,17	16.789,17	16.789,17	16.789,17
Fondo	-	8.989,17	10.189,17	11.389,17
Immateriali nette	16.789,17	7.800,00	6.600,00	5.400,00
Immobilizzazioni materiali	27.400,00	27.400,00	27.400,00	27.400,00
Fondo	-	5.480,00	10.960,00	16.440,00
Materiali nette	27.400,00	21.920,00	16.440,00	10.960,00
Immobilizzazioni nette	44.189,17	29.720,00	23.040,00	16.360,00
Crediti		16.051,88	17.657,06	19.422,77
Crediti in c/gestione				
Lavori in corso				
Liquidità disponibile	2.213,00	10.573,42	42.581,82	82.538,39
Credito IVA	8.837,83			
Attivo Circolante	11.050,83	26.625,30	60.238,89	101.961,16
Totale attivo	55.240,00	56.345,30	83.278,89	118.321,16
Capitale Sociale	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Risultati precedenti	-	-	8.599,55	29.385,17
Risultato d'esercizio		8.599,55	20.785,62	28.595,85
Patrimonio netto	10.000,00	18.599,55	39.385,17	67.981,01
Fondo TFR		10.640,74	21.813,52	33.544,94
Finanziamento Leasing	27.000,00	€ 22.125,01	€ 17.000,60	€ 11.614,02
Debiti su finanziamenti	18.240,00	4.980,00	5.079,60	5.181,19
Debiti su forniture				
Debiti di funzionamento	45.240,00	27.105,01	22.080,20	16.795,21
Totale passivo	55.240,00	56.345,30	83.278,89	118.321,16

Analisi del punto di pareggio

Ricavo Unitario (a noleggio)	€	42,47
Costo variabile unitario	-€	29,06
Margine Contribuzione		
Lordo	€	13,41
<hr/>		
Costi fissi	€	44.189,17
Numero di noleggi		3.296

Al fine di valutare la sostenibilità economica dell'iniziativa, si è stimato il margine di contribuzione lordo per ciascuna unità di noleggio, considerando come solo costo variabile il costo del personale diretto. Sulla base di tale criterio, per ogni noleggio, il margine netto è pari a 13,41 €, che è sufficiente a garantire la copertura integrale dei costi fissi per investimento dell'iniziativa, già a 3300 noleggi circa. Relativamente al primo anno di esercizio, in via prudenziale, si è stimato un volume di noleggi pari a circa 3800 unità, ben al di sopra del predetto limite di pareggio. Ciò permette di concludere che la nostra iniziativa imprenditoriale presenta un'elevata possibilità di successo.