



**ISTITUTO MAGISTRALE STATALE  
I LICEI " T. CAMPANELLA "  
DI BELVEDERE MARITTIMO ( CS )**

Via Annunziata, 4 – 87021 Belvedere M.mo (CS) – P.I./C.F. 82001110780 – C.U. Fatturazione elettronica: UFYZMO

tel/fax: 0985 82409 - web: [www.liceibelvedere.gov.it](http://www.liceibelvedere.gov.it)

e-mail : [cspm070003@istruzione.it](mailto:cspm070003@istruzione.it) - pec: [cspm070003@pec.istruzione.it](mailto:cspm070003@pec.istruzione.it)

## **DESCRIZIONE DELLA BUSINESS IDEA**

### **1) Profilo del soggetto proponente**

*(Descrivere il profilo formativo del proponente mettendo in evidenza le coerenze con l'idea proposta)*

Classe terza del Liceo linguistico

### **2) Caratteristiche dell'iniziativa progettuale**

*(Descrivere l'idea imprenditoriale che si intende realizzare – le motivazioni che sono all'origine – lo specifico settore di attività – la validità sociale ed economica – la ricaduta occupazionale)*

*L'idea imprenditoriale è quella di realizzare un'agenzia viaggi, creata per offrire pacchetti turistici outgoing e incoming e per soddisfare nel migliore dei modi le richieste degli utenti nonché di attivare un centro di animazione estiva rivolta ai ragazzi tra i 14 e i 18 anni.. L'animazione verrà organizzata e svolta in un lido o villaggio turistico con il compito di curare i vari momenti della giornata, fornendo loro assistenza e stimolandoli, proponendo attività diversificate per rendere più gradevole e divertente il soggiorno. Sarà indirizzata all'ideazione, organizzazione e realizzazione di una serie di appuntamenti diurni e serali volti ad intrattenere i ragazzi. Faranno parte di questa attività l'organizzazione di giochi, la proposizione di spettacoli, gli appuntamenti di tipo sportivo come le lezioni di vari tipi di ballo e ginnastiche, tornei di giochi sportivi o sedentari e spettacoli serali. L'insieme di queste attività rappresenta la struttura portante dell'attività di animazione.*

### **3) Prodotto /Servizio (Descrivere le caratteristiche del Prodotto/Servizio che si intende proporre)**

Si propone di promuovere il territorio della Riviera dei cedri nella sua complessità, con i suoi problemi e le speranze di un popolo fiducioso nelle proprie capacità, di far scoprire le bellezze nascoste ed incontaminate che la nostra terra possiede, di offrire i nostri servizi a tutti coloro che sono interessati a una vacanza che

rispetti la cultura e l'ambiente locale, nonché conservare questo patrimonio per le future generazioni, nel rispetto di un turismo sostenibile.

#### **4) Lo scenario di riferimento (Descrivere il mercato di sbocco). Zona periferica**

Il panorama turistico mondiale sta rapidamente modificandosi sia per quanto riguarda la domanda che l'offerta. Le rendite di posizione, come esistevano fino ad alcuni anni fa, e delle quali il nostro paese ha tratto notevoli vantaggi, vanno rapidamente esaurendosi.

Il turista del nuovo millennio ha caratteristiche completamente diverse rispetto a quelle del passato. È più colto, richiede servizi moderni, è molto attento alla qualità del territorio e dell'ambiente, è alla ricerca di una vacanza personalizzata e tende sempre più a suddividere in più periodi le proprie ferie e il proprio tempo libero per soddisfare molteplici esigenze.

Di conseguenza, la ricettività turistica si amplia e si riqualifica, con notevoli vantaggi per l'economia e l'occupazione. Il turismo, per il nostro paese, ha una grande importanza economica e sociale. A livello di settori, l'industria dei viaggi e delle vacanze è quello che registra, oggi e in prospettiva, gli aumenti maggiori, a livello mondiale sia in termini di fatturato che di occupazione. L'Italia, in questo contesto, ha posizioni di assoluto valore.

Il turismo calabrese è ancora prevalentemente di tipo balneare, estivo e "di massa". La struttura dei flussi turistici rimane, pertanto, caratterizzata da:

- un'elevata stagionalità che risulta più significativa che per le altre realtà territoriali;
- un'eccessiva dipendenza dal turismo interno e nazionale (più marcato anche rispetto all'intero territorio del mezzogiorno);
- una maggiore durata del soggiorno nelle strutture extra/alberghiere rispetto a quelle alberghiere;
- una limitata presenza distributiva dell'offerta turistica calabrese.

Il settore deve fronteggiare sia problematiche interne, quali la riduzione delle lunghezze delle coste balneabili, che fattori concorrenziali esterni, relativi alla crescente competitività di aree turistiche del bacino del mediterraneo.

In termini di offerta, il sistema ricettivo calabrese è caratterizzato (diversamente da quanto rilevato in generale in Italia e nel Mezzogiorno) dalla prevalenza dell'offerta extra/alberghiera (in particolare campeggi e villaggi turistici). Il sistema ricettivo alberghiero è di medio/basso livello, essendo composto maggiormente da alberghi a 3 stelle (dato invece in linea con il contesto nazionale e del Mezzogiorno).

Il sistema ricettivo calabrese negli ultimi cinque anni ha subito notevoli cambiamenti. Gli esercizi extralberghieri oggi rappresentano il 64% dell'offerta ricettiva, mentre nel 2005 rappresentavano il 42%; al contrario, in riferimento ai posti letto il fenomeno è opposto, e cioè oggi i posti letto alberghieri (50,4% dell'offerta ricettiva) superano i posti letto extralberghieri (49,6%), mentre nel 2005 i posti letto extralberghieri erano circa il 55% dell'offerta.

Considerando il comparto alberghiero, aumentano le strutture (+7,4%) aumenta la dimensione media degli alberghi, da 112 posti letto per esercizio a 120, e di conseguenza, i posti letto aumentano con proporzioni superiori (+15,5%) rispetto all'aumento degli esercizi. Il comparto extralberghiero, invece, vede aumentare il numero dei piccoli esercizi: i B&B quasi triplicati, da 566 sono oggi 1358 e continuano ad aumentare con una variazione media annua del 45%. Nel mese di gennaio 2010 sono già pervenute comunicazioni di nuove aperture, sono aumentati notevolmente gli agriturismo, ma a causa del trasferimento di competenze tra enti diversi, ci sono difficoltà nel determinare il numero certo di questa tipologia di ricettiva.

La provincia che offre il maggior numero di posti letto è la provincia di Cosenza (82.286, 42% dei posti letto regionali), segue Vibo Valentia (43.859, 22%), mentre l'area territoriale provinciale che è più fornita di posti letto è la costa Tirrenica vibonese (Costa Degli Dei) con 41.629 posti letto, (21% dei posti letto regionali), seguita dalla Costa Ionica cosentina (37.138, 19%). Le aree dove si è registrato il maggior incremento di posti letto sono le aree interne +80% e le aree montane +60%, bisogna però tener presente che i valori assoluti di partenza sono bassi.

Per rilanciare e consolidare il turismo regionale, la classificazione delle strutture ricettive deve costituire il punto di partenza da cui far scaturire nuove idee ed energie per individuare un modello di qualità fortemente selettivo e competitivo sui mercati nazionali ed esteri.

Alla luce dei dati appena esposti e delle considerazioni fatte, si può concludere affermando che lo stato di salute del Turismo Calabrese è "buono", ma necessita un grande impegno per mettere la nostra offerta in grado di reggere alle sfide molto agguerrite che ormai caratterizzano anche questo settore.

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo, nei prossimi dieci anni l'incremento delle entrate turistiche in Europa sarà connesso alle forme alternative di viaggio, scollegate dalla formula classica "sole e mare"; in quest'ottica, estrema importanza avranno le forme di turismo legate al patrimonio naturale e culturale; per questi tipi di offerta turistica si attende la crescita più elevata e rapida rispetto a qualsiasi altro segmento di mercato. E' necessario aumentare in maniera sostenibile la competitività internazionale delle destinazioni turistiche della Regione Calabria, migliorando la qualità dell'offerta e l'orientamento al mercato dei pacchetti turistici territoriali e valorizzando gli specifici vantaggi competitivi locali, in primo luogo le risorse naturali e culturali. E' necessario favorire l'integrazione e la valorizzazione dei beni e delle attività culturali, facendo leva sui saperi, sulla storia, sulle identità, sulle testimonianze, allo scopo di diversificare l'offerta turistica, di differenziare la domanda di fruizione, di allungare la stagione attraverso processi di destagionalizzazione dei flussi, puntando sul miglioramento della qua

Firma del/dei proponente/i

1° Nome e Cognome ..... Firma primo richiedente

2° Nome e Cognome .....

\_\_\_\_\_  
(firma leggibile)  
Firma

3° Nome e Cognome .....

\_\_\_\_\_  
(firma leggibile)  
Firma

4° Nome e Cognome .....

\_\_\_\_\_  
(firma leggibile)  
Firma

5° Nome e Cognome .....

\_\_\_\_\_  
(firma leggibile)

Firma