



*Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca*

**ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE**

**Indirizzo:** IPBC – SERVIZI PER L'ENOGASTRONOMIA E L'OSPITALITÀ ALBERGHIERA  
ARTICOLAZIONE ACCOGLIENZA TURISTICA

**Tema di:** ECONOMIA AZIENDALE

Alfa Burgers è un'azienda che opera nel business dei *fast food*. Uno dei componenti principali della sua strategia di marketing è quello di aumentare le vendite espandendosi in mercati nuovi, anche via web.

Utilizzando informazioni di tipo qualitativo e quantitativo, Alfa Burgers deve decidere se continuare ad aprire nuovi ristoranti/punti vendita.

Cinque anni fa, l'azienda ha aperto un ristorante in una grande città utilizzando a supporto della sua decisione le informazioni seguenti:

Informazioni finanziarie

- Informazioni operative
- Stima dei costi delle materie prime, manodopera e altri costi operativi (ad es. imposte e tasse, assicurazioni, servizi pubblici ecc.)
- Prezzo di vendita stimato per ogni prodotto offerto
- Informazioni sugli investimenti di capitale
- Costi relativi agli immobili, alle attrezzature e agli arredi
- Opzioni di finanziamento e relativi importi.

Altre informazioni

- Numero stimato giornaliero di clienti, sandwiches/hamburger da vendere, dipendenti da assumere
- Densità/popolazione presente e relative fasce orarie di traffico
- Reddito medio delle persone che vivono nella zona
- Rapporto tra popolazione e numero di ristoranti/fast food nell'area di riferimento
- Aspetti normativi, tasse e imposte, interlocutori politici
- Vincoli ai locali
- Visibilità del sito web e del punto vendita
- Accessibilità del punto vendita.

Per finalizzare la decisione di una nuova apertura, Alfa Burgers chiede una consulenza fornendo, per un confronto, un conto economico relativo a un punto vendita in una città simile attualmente in perdita.

A partire dalle informazioni precedentemente utilizzate, si costruiscano delle ipotesi con dati ed eventuali informazioni aggiuntive a scelta presentando un Business Plan e una nuova strategia (di marketing, ma non solo) per il nuovo punto vendita.

Dati mancanti a scelta.

---

Durata massima della prova – prima parte: 4 ore.

La prova si compone di due parti. La prima è riportata nel presente documento ed è predisposta dal MIUR mentre la seconda è predisposta dalla Commissione d'esame in coerenza con le specificità del Piano dell'offerta formativa dell'istituzione scolastica e della dotazione tecnologica e laboratoriale d'istituto.

È consentita soltanto la consultazione del Codice Civile non commentato e di calcolatrici scientifiche e/o grafiche purché non siano dotate di capacità di calcolo simbolico (O.M. n. 205 Art. 17 comma 9).

È consentito l'uso del dizionario bilingue (italiano-lingua del paese di provenienza) per i candidati di madrelingua non italiana.

Non è consentito lasciare l'Istituto prima che siano trascorse 3 ore dalla dettatura del tema.