

BUSINESS PLAN

“Feedback Viaggi”
Società Cooperativa Sociale- ONLUS

PROGRAMMA OPERATIVO NAZIONALE 2007-2013

Obiettivo "Convergenza"

“Competenze per lo Sviluppo”

2007 IT 05 1 PO 007 F.S.E.

Titolo del progetto: **C-6-FSE-2009-207 “AGENZIA TURISTICA”**

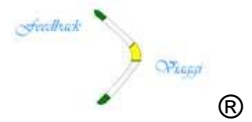
Sede del corso: **Istituto Magistrale “M. Immacolata” Piazza Europa, 37**

71013 San Giovanni Rotondo FG

Modulo: Business plan e Marketing

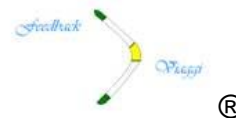
Docente: dott. Alfredo Ernesto Di Noia

Tutor: prof. Michele Cristino



Sommario

1. DEFINIZIONE DELL' IDEA - presentazione sintetica	3
2. PROFILO PROFESSIONALE DEI COMPONENTI	5
ORGANIGRAMMA AZIENDALE	6
3. LO SCENARIO.....	8
4. DESCRIZIONE SINTETICA SERVIZI	35
5. L' ANALISI DEL MERCATO.....	37
6. IL PIANO MARKETING	41
7. LA MISSION AZIENDALE DELL' IMPRESA TURISTICA	44
8. REQUISITI DI CANTIERABILITA'DELL'ATTIVITA' OGGETTO.....	46
DELL'INIZIATIVA	46
9. PRODOTTI/SERVIZI CHE SI PENSA DI OFFRIRE.....	47
10. PIANO ECONOMICO-FINANZIARIO	51
CONCLUSIONI.....	67



1. DEFINIZIONE DELL' IDEA - presentazione sintetica

La società Feedback Viaggi nasce dall' idea imprenditoriale di un gruppo di 15 ragazzi che durante il modulo “Business plan e Marketing” decidono di simulare la costituzione di un' impresa che ha l'obiettivo principale di offrire servizi turistici di “outcoming” per gli abitanti di San Giovanni Rotondo, San Marco in Lamis e Rignano Garganico. La società simulata nasce nell'ambito del progetto di impresa simulata realizzata dagli studenti dell'Istituto Magistrale “Maria Immacolata” nel 2009. La sua forma giuridica è di società Cooperativa Sociale Onlus con sede in San Giovanni Rotondo.

Essa è una società cooperativa di tipo B. La Cooperativa, ispirandosi ai principi di solidarietà, nel rispetto dei principi della mutualità e senza finalità speculative, ha lo scopo di perseguire l'interesse generale della comunità alla promozione umana e all'intergrazione sociale dei cittadini, senza distinzione di razza, credo religioso e politico. La **Cooperativa “Feedback Viaggi”** impiega principalmente soci lavoratori retribuiti, attraverso lo svolgimento di attività diverse (commerciali, industriali, di servizio) con lo scopo dell'inserimento lavorativo di persone svantaggiate e in particolare di tossicodipendenti e soggetti afflitti da patologie collegate, carcerati, portatori di handicap fisici, psichici, sensoriali e altri soggetti, in misura non inferiore al 30% dei lavoratori.

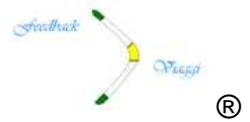
La **Cooperativa “Feedback Viaggi”** è un'organizzazione non lucrativa di utilità sociale (ONLUS).

Essa è composta da 21 soci, di cui 15 sono gli studenti dell'Istituto Magistrale Maria Immacolata

L' azienda si inserisce nell' ampio panorama del terziario, offrendo pacchetti turistici nell'ambito del turismo responsabile caratterizzati dall'adozione di principi di giustizia sociale ed economica, di tutela ambientale e rispetto delle culture.

L' Attività Principale riguarda:

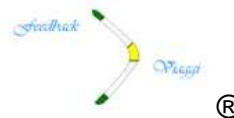
- 1) Vendita di pacchetti turistici organizzati da imprese che si occupano di viaggi solidali
- 2) Vendita di pacchetti turistici organizzati per proprio conto e rivolti al turismo scolastico
- 3) Prenotazione di pernottamenti e soggiorni
- 4) Prenotazione e vendita di biglietti ferroviari nazionali e internazionali



I Servizi Accessori sono:

- 5) Vendita di assicurazioni sul viaggio e sui bagagli
- 6) Vendita di libri e guide sul settore turistico

Il mercato di riferimento che si intende servire è quello dei residenti nei comuni di San Giovanni Rotondo, San Marco in Lamis e Rignano Garganico. Il punto di forza dell'iniziativa è costituito dall'offerta di servizi turistici unici nel territorio di riferimento nell'ambito del turismo responsabile, che attualmente non sono proposti in modo diffuso dagli altri concorrenti diretti e indiretti.



2. PROFILO PROFESSIONALE DEI COMPONENTI

I 21 componenti della compagine sociale, di comune accordo, hanno suddiviso tra loro i compiti istituzionali dell'impresa definendo funzioni e ruoli tra di essi.

Questi hanno eletto di comune accordo un Consiglio di Amministrazione, costituito da **Bisceglia Michele**, presidente del CdA e responsabile dell'analisi del territorio; **Danza Angelo**, vice-presidente, che si occuperà della definizione della mission e dei requisiti di cantierabilità; **Perna Maria Pia**, addetta alla pianificazione economico-finanziaria; **Di Legge Angelo**, addetto all'analisi di mercato; **Palladino Rossella**, responsabile della scelta e dell'organizzazione di pacchetti turistici.

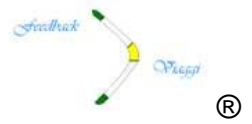
Sono stati inoltre definiti ruoli di responsabilità per ogni singolo socio:

- Direttore: Bisceglia Michele
 - Vice-direttore: Danza Angelo

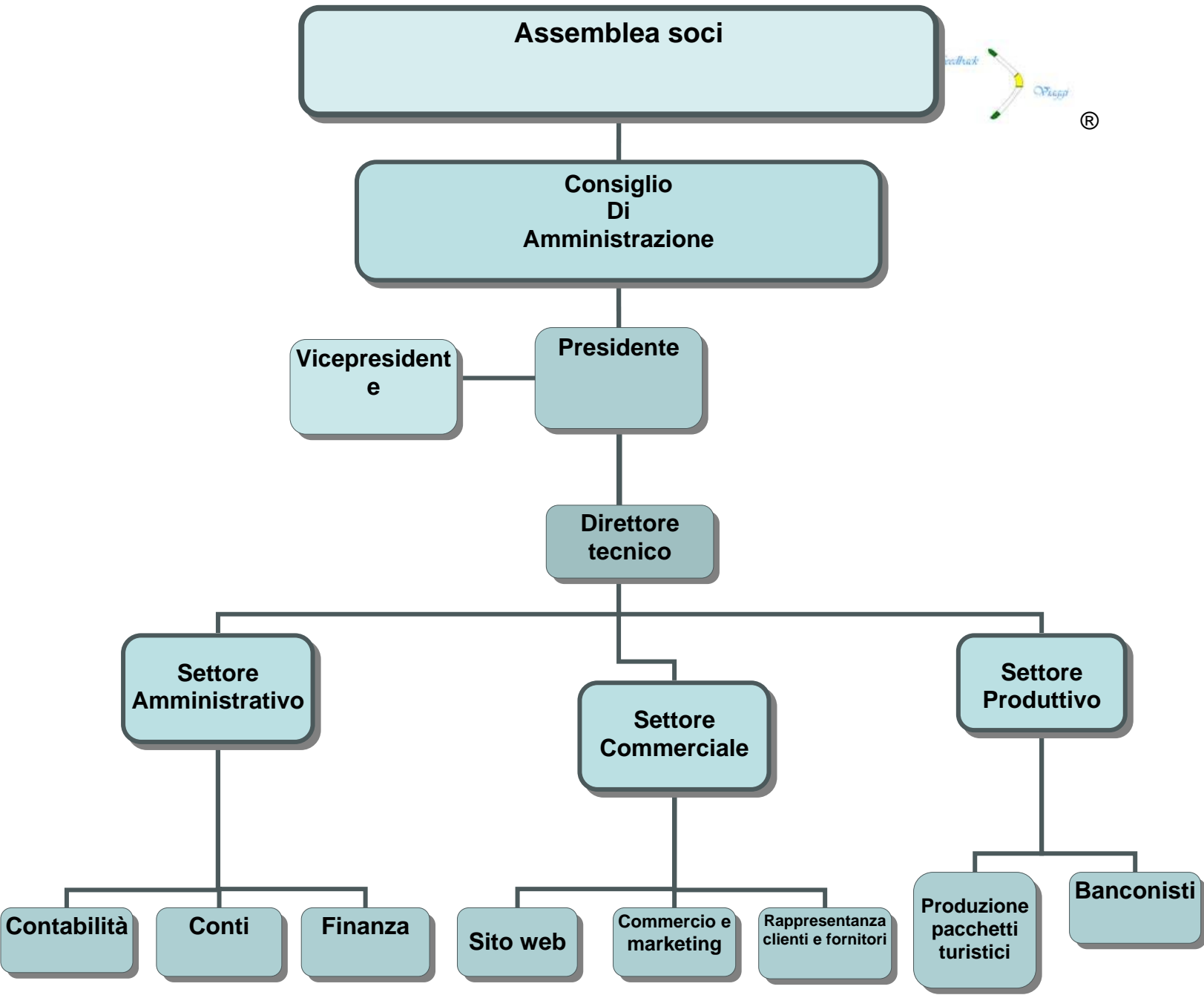
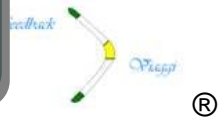
 - Settore Amministrativo:
 - Responsabile contabilità: Cuttitta Claudio
 - Responsabile conti: Quitadamo Francesco Pio
 - Responsabile finanza: Nardella Leonardo

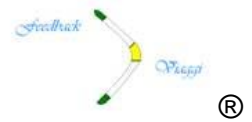
 - Settore Commerciale:
 - Responsabile sito web: Di Legge Angelo
 - Responsabile commerciale-marketing: Perna Maria Pia
 - Rappresentante clienti e fornitori: Cappucci Maria Teresa

 - Settore produttivo:
 - Addetti alla produzione di pacchetti turistici: Palladino Rossella
 - Banconisti e guide turistiche: Fiore Antonio, Siena Antonio, Siena Sonia, Buttacchio Angelo, Nardella Anna Rita, Paziienza Annalisa
- + 6 soci lavoratori svantaggiati



ORGANIGRAMMA AZIENDALE





3. LO SCENARIO

- IL TERRITORIO DI SAN GIOVANNI ROTONDO

Il Gargano è sicuramente conosciuto per i suoi circa duecento chilometri di costa. Le quote massime che si raggiungono sono di circa 1000 metri, con: Monte Calvo, Montenero, Monte Spigno e Monte Croce. Sul Gargano è possibile incontrare grossi altipiani e anche grosse depressioni (le doline).

Da non dimenticare i due grossi esempi di lagune presenti con il lago di Lesina e quello di Varano, da diversi anni oggetto di studi da parte del CNR. Sviluppata la pesca dell'Anguilla e del Capitone nel lago di Lesina, e la coltura delle Cozze nel Lago di Varano.

Molte specie di uccelli utilizzano queste due lagune per nidificare o per sostare nelle loro migrazioni; per questo motivo potrebbe essere interessante e, nello stesso tempo, attento all'ecosistema organizzare la caccia fotografica nei periodi di nidificazione e di migrazione delle varie specie volatili.

Il Gargano è l'unica vera e propria area montagnosa presente in Puglia. Geologicamente il territorio è costituito di roccia calcarea, ed anticamente era un'isola separata dalla terraferma. In seguito i depositi sedimentari portati dai torrenti hanno contribuito a legare il promontorio garganico alla Puglia.

Popolazione: 25.545 abitanti

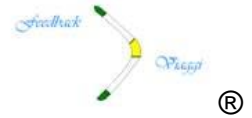
Altitudine: m 566 s.l.m.

Superficie: 20,850 kmq

CAP: 71013

Immersa nel verde del Parco Nazionale del Gargano e poggiata sulle alture delle colline a ridosso del Monte Calvo, la città di San Giovanni è incastonata al centro di un bellissimo scenario naturale. Andando a ritroso nel tempo, per scoprire le origini di questo comune, risaliamo fino all'anno Mille. Fu fondata, sulle rovine di un preesistente villaggio del IV secolo A. C., di questo borgo restano dei segni visibili, come alcune tombe e un battistero circolare che anticamente era destinato al culto di Giano, in seguito consacrato a San Giovanni.

La città vive alterne vicende, fino a quando nel 1916 vi giunge l'allora giovanissimo Padre Pio. Egli dedicò la sua vita al servizio della Chiesa, promuovendo la nascita dei Gruppi di Preghiera, e la realizzazione di opere caritative, primo fra tutti l'Ospedale "Casa Sollievo della Sofferenza", dallo stesso Padre Pio definito "Tempio di Preghiera e di Scienza". Inaugurato il 5 Maggio 1956, l'Ospedale è da un decennio, riconosciuto Istituto di Ricovero e Cura a carattere scientifico e dispone di oltre mille posti-



letto. Il centro storico di San Giovanni, è una parte a sè stante della città, per chi è abituato a frequentarla per i luoghi sacri legati al culto di Padre Pio.

Il Gargano rappresenta il promontorio della Puglia Settentrionale, situato in provincia di Foggia, corrispondente ad un massiccio montuoso di origine calcarea, anche denominato come lo Sperone d'Italia.

In passato le sue origini erano quelle di un'isola, successivamente, con accumuli di depositi alluvionali provenienti dal Torrente Candelaro si unì alla terraferma dando origine all'unica montagna pugliese. Il Gargano è occupato quasi interamente da monti e da altopiani che caratterizzano e rendono famoso il Parco Nazionale del Gargano. A renderlo particolare vi è la Foresta Umbra, il cui nome deriva dalla fitta vegetazione che non lascia spazio ai raggi solari.

Il Gargano non è solo montagna, il versante costiero rappresenta la zona con maggiore attrazione, tra i paesi interessanti vi sono: Vieste, Peschici, San Menaio, Rodi Garganico, Manfredonia, Mattinata, Margherita di Savoia, e le Isole Tremiti.

Questo bellissimo e particolare scenario offre una costa molto varia, tra panorami, scogliere, spiagge sabbiose e ciottolose, cale, insenature, grotte marine, baie, faraglioni, strapiombi e resti archeologici. A renderlo ancor più particolare vi è un paesaggio tipico di macchia mediterranea.

San Giovanni Rotondo è un comune di circa 267.500 abitanti che si trova in Puglia, in provincia di Foggia.

Posto nel cuore del Parco Nazionale del Gargano, San Giovanni Rotondo è un rinomato centro religioso e balneare.

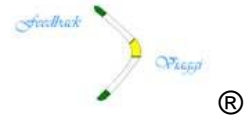
Le origini del borgo sono molto antiche e la cittadina è famosa nel mondo perchè qui, il 23 settembre 1968 vi morì san Pio da Pietrelcina.

L'economia di San Giovanni Rotondo è legata principalmente al turismo religioso e balneare.

San Giovanni Battista, festeggiato il 24 giugno, è il patrono di San Giovanni Rotondo.

San Giovanni Rotondo

San Giovanni Rotondo è adagiato in una valle alle pendici del Gargano. L'epiteto "Rotondo" deriva da una costruzione circolare, il tempio dedicato a Giano divenuta poi la chiesetta di San Giovanni. Secondo la tradizione, il paese fu fondato dalla popolazione di Castel Pirgiano. A poca distanza dal paese sono ancora visibili le tracce delle diverse culture che fiorirono in tempi remoti: un menhir del V-IV millennio a.C. a Monte Calvo, reperti musteriani nella zona del lago di Sant'Egidio, insediamenti



neolitici a coppa Maselli e coppa Avatra; resti del villaggio dauno di Gargaros-Bisanum nel centro storico dell'abitato. Le prime notizie certe della cittadina risalgono al 1095.

Il piccolo borgo, favorito dall'abbondanza di acque sorgive e dalla fertilità dei terreni, ebbe una notevole crescita economica e demografica; nel 1220 Federico II costruì una poderosa cinta alta circa sette metri e spessa due, rafforzata da quindici imponenti torri alte fino a 17 metri e intorno al muro un vallo, largo e profondo. Delle torri esistenti, una ha struttura cilindrica lievemente scarpata in basso. Le altre, quadrangolari, trasformate ad abitazione ed inglobate nel moderno contesto urbano, conservano feritoie e balestriere, segni della loro funzione difensiva. Nel centro storico sono presenti numerosi edifici sacri: la già citata chiesa di San Giovanni o della Rotonda, la chiesa di Sant'Onofrio, la graziosa cappella della Madonna di Loreto e la chiesa di Santa Orsola. Il paese era una tappa lungo Via Sacra Langobardorum, dove i pellegrini si fermavano per pregare e per trovare ristoro dalle acque sorgive.

La presenza di Padre Pio da Pietrelcina, l'umile fraticello proclamato Beato il 2 maggio 2000 da papa Giovanni Paolo II, ha profondamente segnato la storia e il destino del paese. Dinanzi a lui si sono inchinati re, principi, papi, artisti scienziati e fedeli di altre religioni, anglicani, buddisti, induisti, tutti conquistati dalla sua grande forza. Il frate ha contribuito, alla realizzazione di grandi opere dedicate all'umanità come, la "Casa Sollievo della Sofferenza" moderno centro ospedaliero, il moderno Santuario costruito accanto all'antica chiesetta di Santa. Maria delle Grazie.

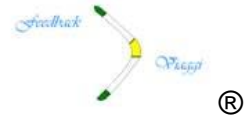
Da vedere: Chiesa di Santa Maria delle Grazie, Chiesetta di San Giovanni o della Rotonda, Chiesa di Sant'Onofrio, Resti della cinta muraria con relative torri, Casa Sollievo della Sofferenza, La Via Crucis e il monumento a Padre Pio di Francesco Messina, Il monumento a Padre Pio di Pericle Fazzini.

Da comprare: Oggetti ricordo di Padre Pio, Oggetti cesellati in rame e in oro.

Manifestazioni: Festa della Madonna delle Grazie (8 settembre), Festa di San Giovanni Battista (24 giugno), Anniversario della nascita di Padre Pio (25 maggio), Anniversario della morte di Padre Pio (23 settembre), Fiera campionaria del bestiame (24 giugno)

La città di San Giovanni Rotondo fu fondata nel 1095 sulle rovine di un preesistente villaggio del IV secolo a.C., di questo borgo restano dei segni visibili, Durante il basso medioevo ha sempre ricoperto incarichi importanti nell'organizzazione economica del Meridione

La tradizione religiosa di San Giovanni Rotondo si coglie anche in alcune delle feste e dei riti cittadini, come la vestizione delle Madonne, che ha luogo nelle vie del centro storico la sera del 15 agosto. Altra festa importante è quella di Santa Maria delle Grazie che ricorre nei giorni 8-9-10 settembre. Per questa occasione il quadro, di pregiata fattura, della Madonna delle Grazie sito presso l'omonimo Convento



dei frati Cappuccini, dove è vissuto Padre Pio, viene portato in paese presso la Chiesa Matrice il 31 agosto e vi rimane fino al 10 settembre.

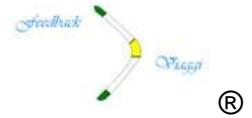
La storia di San Giovanni Rotondo è molto antica. Vede i natali nell'XI secolo sulle rovine di un villaggio ancora più antico risalente al IV secolo a.C. Di cultura pagana, in questo antico villaggio si venerava il dio romano Giano, protettore della navigazione e delle vie fluviali.

Per la sua venerazione fu costruito un battistero di forma circolare, ancora oggi visibile tra le vecchie rovine del luogo, che darà la denominazione di "Rotondo" al toponimo. In seguito, durante la dominazione cristiana, il tempio verrà consacrato a San Giovanni Battista e la città prenderà il nome dai due importanti protettori della civitatae: San Giovanni e Giano.

La tradizione religiosa di questa città è molto forte e si nota in ogni rito e manifestazione. Ma oltre alla vestizione delle Madonne lungo le vie del centro storico durante la notte di Ferragosto e la festa di Santa Maria delle Grazie durante la quale la popolazione si raccoglie a pregare l'effigie della madonna omonima che dalla chiesa del Convento viene spostata presso la Chiesa Matrice, il centro di San Giovanni Rotondo (spesso poco visitato) conserva delle meraviglie architettoniche ed artistiche degne di essere visitate e ricordate.

In una conca al centro del Gargano, alle pendici del Monte Calvo, Giovanni Rotondo deve la sua fondazione agli antichi abitanti di Castelpirgiano, ed il suo nome ad un antico tempio di Giano a forma circolare sul quale fu in seguito edificata la chiesetta dedicata a San Giovanni Battista dai Longobardi. Federico II fortificò il paese edificandovi mura di cinta e ben 15 torri a difesa del promontorio garganico. Molte delle torri risultano oggi inglobate nell'abitato. Il centro storico è ricco di luoghi di devozione come la chiesa di Sant'Orsola e quella di Sant'Onofrio (del 1300) e la Cappella della Madonna di Loreto.

La presenza di tanti luoghi di culto non sorprende trovandosi, San Giovanni Rotondo, lungo la Sacra Longobardorum, fra il Convento di San Matteo e l'abbazia della Madonna di Pulsano. La città è ormai indissolubilmente legata alla figura di Pio ed al Santo deve la sua fama attuale. L'umile fraticello conserva intatta la sua carica spirituale a tanti anni dalla sua morte e il suo maggior miracolo, innegabile anche per i più scettici, è lì sotto gli occhi di tutti: [La Casa Sollievo della Sofferenza fiore all'occhiello della sanità privata italiana, all'avanguardia nella ricerca e nella cura delle malattie. Ed alla sua figura sono legate opere architettoniche di grande rilievo come la monumentale Via Crucis, ma anche la piccola Cappella di Santa Maria delle Grazie dove la presenza del Frate raccolto in preghiera davanti all'altare è ancora sentita dai tanti fedeli che affollano quotidianamente il Convento dei



Cappuccini. Sono stati ultimati i lavori della nuova Chiesa del convento, progettata dall'architetto Renzo Piano, che può accogliere circa 10.000 fedeli in una struttura grandiosa e semplice, come fu la spiritualità e santità del Santo di Pietrelcina.

IL CONTESTO

La scelta obbligata di considerare IL TURISMO e l'industria alberghiera come MOTORE TRAINANTE dello sviluppo di San Giovanni Rotondo è coerente con il ruolo e la missione assunti dalla città nel corso della sua storia.

Questa scelta viene dettata dalla necessità di mettere al primo posto il lavoro e l'occupazione.

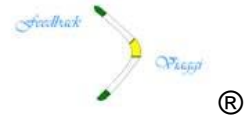
Il lavoro e la buona occupazione, come luogo di realizzazione della dignità di ognuno e di consapevolezza dei propri diritti, concepiti come mezzo di sostegno economico per ogni nucleo familiare per realizzare la propria vita anche a livello sociale.

E' necessario un cambio di direzione nelle politiche di gestione del territorio e assecondare la vocazione turistica del paese. Tale gestione deve offrire alle forze produttive l'opportunità di realizzare la propria capacità di impresa e alle forze del lavoro la possibilità di salvaguardare e possibilmente estendere l'occupazione in un quadro di difesa e rafforzamento dei diritti del lavoro secondo gli strumenti e i patti della contrattazione sindacale e sociale. Queste sono le prospettive proprie del concetto di progresso economico e sociale che devono stare al centro di ogni impegno.

L'impegno deve andare nella direzione di utilizzare il territorio per le iniziative turistiche, come per quelle artigianali, agrituristiche e del terziario, in maniera corretta e regolata secondo le previsioni di piano e le normative, ma senza lentezze o intralci burocratici, per incoraggiare le aspettative del mondo del lavoro, per rilanciare e favorire una tendenza allo sviluppo economico e produttivo e favorirne la crescita in senso qualitativo, oltre che quantitativo.

Il Comune inteso come **“fornitore di servizi”** e promotore di sviluppo, deve dispensare e regolare le opportunità ai fini del pubblico interesse della comunità.

Di questa politica volta a incoraggiare le condizioni per un nuovo sviluppo produttivo c'è oggi particolare bisogno nel territorio e nella città, investiti da una difficile congiuntura economica, acuita dai recenti attacchi al territorio con i fenomeni degli incendi boschivi, chiaro segno di disagio sociale in

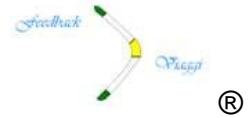


cui gli interessi soggettivi hanno il sopravvento sul bene della collettività.

L'industria alberghiera sta attraversando una situazione di grave difficoltà. La crisi è dovuta a fattori interni alle imprese: mancanza di professionalità, scelte produttive sbagliate ancorate ai segmenti di mercato meno performanti e meno competitivi, situazione finanziaria negativa, indebitamento con gli istituti di credito. Vi sono anche ragioni oggettive, più complessive: una crisi di mercato ha investito il settore dovuta certamente ad una congiuntura economica sfavorevole ma anche alla fine del periodo di crescita rilevato con la santificazione di Padre Pio: inoltre i prezzi eccessivamente bassi dettati dall'eccessiva concorrenza fanno sì che spesso i ricavi delle imprese servano solo a coprire i costi portando così ad offrire servizi non in linea con gli standard qualitativi. A tutto questo va aggiunto che il turismo a San Giovanni Rotondo è concentrato in sei mesi l'anno, da aprile a settembre, con picchi ad agosto in cui vi è una concentrazione del traffico ed un collasso di tutto il sistema ricettivo e delle infrastrutture.

Da qui la necessità di un rilancio attraverso la modernizzazione, destagionalizzazione e diversificazione, di modificare in maniera radicale il concetto di turismo non più visto come fenomeno legato solo ed esclusivamente alla figura di Padre Pio, ma considerato come fenomeno complessivo nel Gargano in una visione di **“SISTEMA TURISMO”** integrato con tutte le realtà del territorio attraverso la valorizzazione degli aspetti naturalistici, storici, balneari e religiosi. La nostra città deve battersi per essere promotrice di questa moderna cultura del turismo, lanciando forme di collaborazione e di coordinamento delle attività e degli eventi, favorendo la costituzione di organismi sovracomunali che attivino iniziative per attirare investimenti privati sul territorio. L'offerta turistica dei centri garganici è molto limitata e il calo di presenze degli ultimi anni dimostra la carenza dei servizi rispetto alla concorrenza spietata di altri paesi quali Spagna e Croazia. Vi è la necessità e l'obbligo da parte degli enti locali di favorire la modernizzazione del turismo garganico attivando fondi regionali e comunitari a questo destinati.

L'economia della città di San Giovanni Rotondo non può prescindere altresì dal polo sanitario, altra grande fonte di ricchezza per il paese. La presenza dell'ospedale Casa Sollievo della Sofferenza rappresenta motivo di grande prestigio per la nostra città. Esso è un fiore all'occhiello sulla cui gestione nulla c'è da eccepire, poiché le conferme dell'eccellenza della struttura vengono da risultati oggettivamente rilevanti e da ben più alti riconoscimenti di carattere nazionale ed internazionale. Può essere certamente fonte di informazioni autorevoli e attraverso accordi e convenzioni può sicuramente



essere d'ausilio all'amministrazione nella gestione dei servizi sociali e sanitari.

Si può, pertanto, facilmente concludere che l'economia di San Giovanni Rotondo è legata strettamente all'andamento di questi due grandi settori.

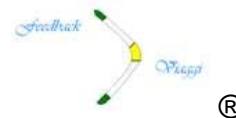
L'artigianato ed il terziario rappresentano l'indotto del polo sanitario e di quello turistico. Se consideriamo che tale vocazione è relativamente recente e che entrambi questi settori sono diventati, nel giro di 30 anni, strategici per l'economia del paese ci rendiamo conto di quanto sia dovuta cambiare la cultura dei cittadini che da popolo di agricoltori e pastori sono diventati imprenditori turistici, del terziario e operatori sanitari. A seguito di questo sviluppo così rapido, l'agricoltura e la pastorizia sono stati lasciati ai margini dell'economia. In questo modo l'economia del paese è diventata debole in quanto risente inevitabilmente di ogni piccola crisi del settore turistico o sanitario. Questa osservazione ci fa capire quanto ci sia bisogno di un rilancio dei settori dell'agricoltura e della pastorizia, promuovendo i prodotti agricoli locali, attivando risorse per la cooperazione in ambito agricolo principalmente per la produzione dell'olio e mandorli, dell'allevamento di mucche podoliche e produzione di formaggi e latticini.

Occorre un tessuto economico diversificato, non solo dipendente dal polo sanitario e turistico, ma più autonomo sui mercati, attento alla ricerca ed aperto all'innovazione tecnologica e produttiva.

Altro nodo cruciale per lo sviluppo ed il miglioramento del paese è l'annoso problema del Piano Insediamenti Produttivi, che ormai va avanti in un palleggio indefinibile tra amministrazioni di tutti i segni e colori da trent'anni. Le imprese restano in attesa di decisioni politiche e questo immobilismo delle amministrazioni che nei trent'anni si sono succedute ha contribuito a creare il malessere generale contro la politica. Da troppi anni si parla di PIP. In altri paesi, anche limitrofi, ormai si toccano con mano e sono arrivati anche alla terza o quarta edizione dei PIP. Non c'è dubbio sui benefici che tale strumento apporta alle imprese ed alla crescita generale del paese. Sarebbe auspicabile che la definitiva assegnazione dei lotti sia un obiettivo prioritario.

I BISOGNI

- Occupazione
- Realizzazione capacità di Impresa;
- Turismo: creazione di professionalità qualificata nel settore turistico, politica dei prezzi per



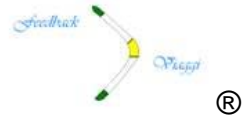
allinearli agli standard qualitativi, miglioramento della qualità dei servizi, destagionalizzazione del turismo, rilancio di settori quali turismo storico, naturalistico, balneare, visione globale del “sistema turismo” e non più settoriale, Creazione o miglioramento degli attuali Enti preposti alla promozione di una politica di sviluppo del turismo sul Gargano.

- Polo sanitario: decongestionare il traffico nella zona “Cappuccini” - creazione e miglioramento di infrastrutture di supporto da asservire all'ospedale (Parcheggi, abbattimento barriere architettoniche, acquedotto e rete fognaria, rete elettrica)
- Piano Insediamenti Produttivi: realizzazione del PIP

Incentivare la creazione di Cooperative e consorzi agricoli per la produzione e commercializzazione dei prodotti tipici locali (olio, derivati del latte, carni e altro);

LE LINEE DI AZIONE

- Destagionalizzare i flussi turistici promuovendo forme di collaborazione tra i diversi soggetti dell'area garganica per lo sviluppo di un “**SISTEMA TURISMO**”, rafforzare la collaborazione con gli enti sovra comunali (Ente Parco del Gargano, Comunità Montana) atta a migliorare la progettualità allo scopo di accedere ai finanziamenti per la promozione ed il marketing: in tal senso appare una opportunità da cogliere quella di aderire al GAL Gargano, che gestirà i FESR 2007/2013 proprio a partire dal corrente anno;
- Organizzazione di un processo di modernizzazione, destagionalizzazione e diversificazione dell'offerta turistica, attraverso la valorizzazione degli aspetti naturalistici, storici e religiosi
- Promuovere progetti di sviluppo turistico e di valorizzazione dell'agricoltura e dell'artigianato sulle misure Por 2007-2013;
- Verificare la possibilità di ridurre il vincolo venticinquennale per quelle strutture che hanno fruito della deroga al fine di ridurre l'offerta e stabilizzare i prezzi;
- Realizzare la zona PIP e/o valutare l'opportunità di una zona artigianale sovra comunale: una opportunità da cogliere è quella che consente di massimizzare i vantaggi derivanti dalla fase di redazione di una pianificazione urbanistica generale introducendo, in un'ottica di sistema urbano, la realizzazione della zona industriale/artigianale. La programmazione di una zona PIP



nell'ambito di un processo di pianificazione urbanistica generale facilita l'erogazioni di incentivi per l'infrastrutturazione (strade, luce, gas, rete informatica, fogna, etc.) della stessa zona.

- Istituire uno sportello per le imprese a livello comunale, supportare le imprese limitando al minimo la burocrazia e fornendo servizi e assistenza per migliorare la competitività, promuovere la costituzione di un centro servizi per le imprese a livello sovra comunale;

LE RISORSE

P.O.N. - Programma Operativo "Reti e Mobilità" - Obiettivo Convergenza 2007-2013

P.O.R. - Programma Operativo Regionale 2007 – 2013

Fondi Comunali

FESF 2007/2013

Le potenzialità del mercato: la nostra indagine conoscitiva

Il settore turistico muove circa 600 milioni di persone ogni anno.

Secondo le previsioni degli esperti del settore il giro di affari è di circa 700 miliardi di dollari.

Un altro dato significativo ci viene dato dall'Organizzazione Mondiale del Turismo gli italiani hanno speso nel 2003 20 miliardi di dollari per i viaggi all'estero mentre 30 miliardi di dollari sono entrati nel nostro Paese grazie ai flussi turistici provenienti soprattutto da Germania (23%), USA (11,2%), Francia (9%) e Regno Unito (8,8%).

Per capire come possiamo inserirci nel settore e sfruttare le sue potenzialità abbiamo preso in considerazione le caratteristiche dei flussi turistici e degli spostamenti.

Tabella 1

PREVALENTI MOTIVI DI VIAGGIO			
2002-2004 (in percentuale)			
Motivo	2002	2003	2004
Piacere, svago	71.5	74.5	72.7
Visita parenti/amici	25	23	25
Trattamenti di salute, cure termali	1.9	1.4	1.2
Religioso, pellegrinaggi	1.5	1.1	1.3

Fonte: Istat I viaggi in Italia e all'estero nel 2004

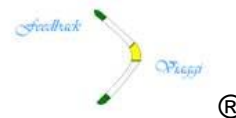
Tabella 2

VIAGGI DI VACANZA E DI LAVORO			
2002-2004 (in percentuale)			
Motivo	2002	2003	2004
Vacanza	85.2	84.5	84.7
Lavoro	14.8	15.5	15.3

Fonte: Istat I viaggi in Italia e all'estero nel 2004

Tabella 3

VIAGGI PER DESTINAZIONE								
2002-2004 (in percentuale)								
	Italia				Estero			
	Nord	Centro	Sud	Totale	U.E. (a)	Altri paesi europei	Paesi extraeuropei	Totale
2002	38.0	20.1	26.6	84.7	9.4	3.1	2.8	15.3
2003	39.2	21.5	23.9	84.6	9.6	2.9	2.9	15.4
2004	38.9	19.7	25.3	83.9	10.0	2.7	3.4	16.1



(a) sono compresi i 10 Paesi che hanno aderito all'Unione Europea nel 2004: Cipro, Estonia, Lettonia, Lituania, Malta, Polonia, Repubblica Ceca, Slovenia, Slovacchia, Ungheria.

Fonte: Istat I viaggi in Italia e all'estero nel 2004

Tabella4

PRENOTAZIONI PRESSO AGENZIE DI VIAGGI PER TIPOLOGIA DI VIAGGIO		
2004		
Viaggi vacanza 1-3 notti	Viaggi vacanza 4 o più notti	Viaggi di lavoro
5,9%	18,6%	20,5%

Fonte: Istat I viaggi in Italia e all'estero nel 2004

Dall'analisi dei dati emerge che la maggioranza degli italiani viaggia per piacere e svago, non è trascurabile il viaggio per lavoro (15,3%). La meta preferita è l'Italia, il 16% circa preferisce l'estero anche per ragioni di lavoro.

In questo scenario le agenzie di viaggio hanno intermediato il 15% del totale dei viaggi, pari a 13.715 spostamenti nel 2004, questa percentuale sale al 20,5% per viaggi di lavoro, e al 18,6% per i viaggi che prevedono più di 4 notti.

Significative le divergenze per quanto riguarda il ricorso degli italiani alle agenzie turistiche. Il Sud ricorre più frequentemente all'intermediazione turistica rispetto al Centro e al Nord.

In questo scenario di flussi turistici si rileva anche che la maggioranza degli italiani acquista pacchetti turistici tutto compreso organizzati dai Tour operator e venduti presso le agenzie di viaggi.

Il mercato italiano è ancora lontano dalle percentuali europee, infatti da noi il 20-25% si rivolge all'agenzia turistica per l'organizzazione della propria vacanza, contro il 35-40% di altri paesi europei. quest'ultimo dato ci fa capire che ci sono spazi di mercato in cui è potenzialmente possibile inserirsi.

Nel considerare la potenzialità del mercato turistico abbiamo preso in considerazione anche Internet per allargare il nostro potenziale di mercato a livello nazionale.

Questi dati fanno presumere buone prospettive per il settore che abbiamo scelto di operare.

Per quanto riguarda il mercato locale la nostra ricerca ha preso in considerazione i dati dei residenti locali e di coloro che risiedono nei paesi vicini.

Tabella flussi turistici San Giovanni Rotondo

ANNO	ARRIVI					PRESENZE IN ALBERGHI		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Numeri	Camere
1988	49655	6933	53588	102711	18731	121442	19	525
1998	217696 (+338.5%)	9206 (+33%)	226902 (+323.5)	398492 (+288%)	20542 (+9.5%)	419030 (+245%)	103 (+442%)	1281 (+144%)
2002	365217 (+635.5)	21469 (+209%)	386686 (+621.5%)	638133 (+521%)	44654 (+138.5%)	682787 (+462%)	196 (+931.5%)	3552 (+576.5%)
2007	301829 (+508%)	33342 (+381%)	335171 (+525.5%)	533201 (+419%)	60220 (+221.5%)	593421 (+388%)	168 (+784%)	3398 (+547%)

Dal 1987 ad oggi i flussi turistici a San Giovanni Rotondo sono letteralmente esplosi!

Nel 1998 abbiamo un incremento del 338.5% degli arrivi dalla nostra nazione, un 33% in più per quanto riguarda gli stranieri, per un 323.5% in più generale. Simile incremento lo possiamo verificare nelle presenze, che sono incrementate del 288% per quanto riguarda gli Italiani e il 245% generale, ed anche negli alberghi: il numero è incrementato del 442%, mentre le camere del 144%!

Nel 2002, anno di santificazione di Padre Pio, i dati sono raddoppiati : gli arrivi italiani sono incrementati del 635.5%, quelli stranieri del 209% e quelli totali del 621.5; analogamente le presenze Italiane sono incrementate del 521%, quelle straniere del 138.5% e quelle totali del 462 %; in questa occasione anche gli alberghi hanno fatto un grande progresso: il numero è salito del 931,5%, e le camere del 576,5%!!

Nel 2007, che possiamo definire come anno “normale”, il boom di 5 anni fa è calato, ma gli accrescimenti sono comunque abbastanza soddisfacenti: gli arrivi totali sono aumentati del 525.5%, le presenze del 388, il numero del 784 e le camere del 547. Dai dati a disposizione e, non solo si deduce che a San Giovanni Rotondo vi è un turismo prettamente religioso.

Popolazione San Giovanni Rotondo 2001-2007

Anno	Residenti	Variazione	Note
2001	26.150		.
2002	26.227	0,3%	.
2003	26.437	0,8%	.
2004	26.469	0,1%	.
2005	26.501	0,1%	.
2006	26.442	-0,2%	.

Abitanti 2001-2007

Popolazione per Età San Giovanni Rotondo (2007)

Indice di Vecchiaia: **87,5%**

Rapporto tra la popolazione anziana (65 anni e oltre) e quella più giovane (0-14 anni)

Età	Maschi	Femmine	Totale	%Totale	%Maschi
-----	--------	---------	--------	---------	---------

0-9	1.517	1.480	2.997	11,3%	50,6%
10-19	1.842	1.732	3.574	13,5%	51,5%
20-29	1.903	1.873	3.776	14,3%	50,4%
30-39	1.960	1.984	3.944	14,9%	49,7%
40-49	1.825	1.936	3.761	14,2%	48,5%
50-59	1.546	1.607	3.153	11,9%	49,0%
60-69	1.064	1.220	2.284	8,6%	46,6%
70-79	817	1.020	1.837	6,9%	44,5%
80-89	343	569	912	3,4%	37,6%
90-99	60	137	197	0,7%	30,5%
100+	1	6	7	0,0%	14,3%
Totale	12.878	13.564	26.442		

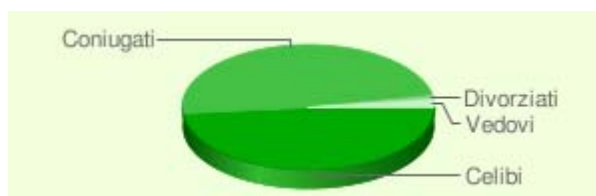
Grafico Età

Per Fasce di Età					
Età	Maschi	Femmine	Totale	%Totale	%Maschi
0-14	2.394	2.318	4.712	17,8%	50,8%
15-64	8.734	8.873	17.607	66,6%	49,6%
65+	1.750	2.373	4.123	15,6%	42,4%

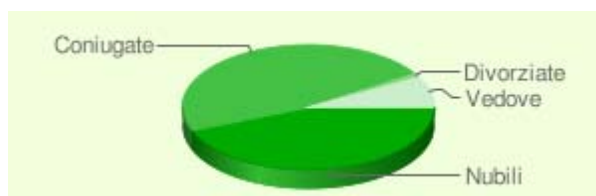
Grafico Fasce Età

San Giovanni Rotondo - Coniugati e non (2007)

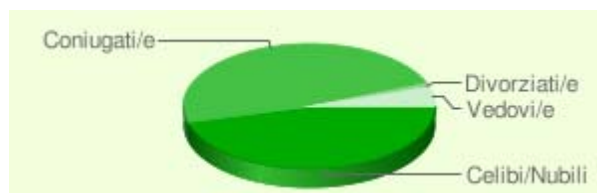
Maschi		
Stato Civile	Quanti	Percentuale
Celibi	6.257	48,6%
Coniugati	6.299	48,9%
Divorziati	74	0,6%
Vedovi	248	1,9%



Femmine		
Stato Civile	Quanti	Percentuale
Nubili	6.002	44,2%
Coniugate	6.334	46,7%
Divorziate	124	0,9%
Vedove	1.104	8,1%



Totale		
Stato Civile	Quanti	Percentuale
Celibi/Nubili	12.259	46,4%
Coniugati/e	12.633	47,8%
Divorziati/e	198	0,7%
Vedovi/e	1.352	5,1%
Totale	26.442	



San Giovanni Rotondo - Redditi Irpef (2005)

Reddito Dichiarato Medio: **18.453 euro**

I valori indicati con * sono omessi per motivi di privacy

Classe di Reddito	Numero Dichiaranti	% Dichiaranti	Importo Complessivo	% Importo
fino a 1.000	133	1,3%	58.824	0,0%
da 1.000 a 2.000	117	1,2%	169.858	0,1%
da 2.000 a 3.000	116	1,2%	282.842	0,2%
da 3.000 a 4.000	92	0,9%	315.955	0,2%
da 4.000 a 5.000	133	1,3%	586.572	0,3%
da 5.000 a 6.000	130	1,3%	684.876	0,4%
da 6.000 a 7.500	252	2,5%	1.641.601	0,9%
da 7.500 a 10.000	985	9,9%	8.146.709	4,4%
da 10.000 a 15.000	2.006	20,1%	21.790.232	11,8%
da 15.000 a 20.000	2.038	20,4%	29.357.883	16,0%
da 20.000 a 26.000	1.876	18,8%	36.751.713	20,0%
da 26.000 a 33.500	1.228	12,3%	31.304.607	17,0%
da 33.500 a 40.000	263	2,6%	8.550.294	4,6%
da 40.000 a 50.000	153	1,5%	6.283.532	3,4%
da 50.000 a 60.000	69	0,7%	3.523.923	1,9%
da 60.000 a 70.000	63	0,6%	3.932.033	2,1%
da 70.000 a 100.000	218	2,2%	18.207.705	9,9%
oltre 100.000	96	1,0%	12.352.974	6,7%

Popolazione San Marco in Lamis 2001-2007

Anno	Residenti	Variazione	Note
2001	15.750		.
2002	15.611	-0,9%	.
2003	15.477	-0,9%	.
2004	15.286	-1,2%	.
2005	15.111	-1,1%	.
2006	14.921	-1,3%	.

Abitanti 2001-2007

Popolazione per Età San Marco in Lamis (2007)

Indice di Vecchiaia: **102,5%**

Rapporto tra la popolazione anziana (65 anni e oltre) e quella più giovane (0-14 anni)

Età	Maschi	Femmine	Totale	%Totale	%Maschi
0-9	910	828	1.738	11,6%	52,4%
10-19	986	903	1.889	12,7%	52,2%
20-29	1.055	1.081	2.136	14,3%	49,4%
30-39	1.147	1.085	2.232	15,0%	51,4%
40-49	960	963	1.923	12,9%	49,9%
50-59	787	849	1.636	11,0%	48,1%
60-69	635	752	1.387	9,3%	45,8%
70-79	529	731	1.260	8,4%	42,0%

80-89	207	353	560	3,8%	37,0%
90-99	37	111	148	1,0%	25,0%
100+	4	8	12	0,1%	33,3%
Totale	7.257	7.664	14.921		

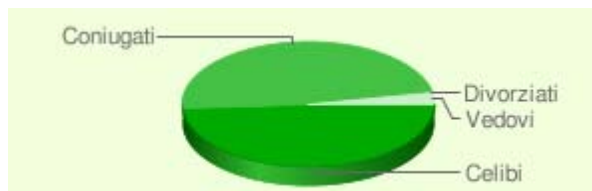
Grafico Età

Per Fasce di Età					
Età	Maschi	Femmine	Totale	%Totale	%Maschi
0-14	1.379	1.252	2.631	17,6%	52,4%
15-64	4.786	4.808	9.594	64,3%	49,9%
65+	1.092	1.604	2.696	18,1%	40,5%

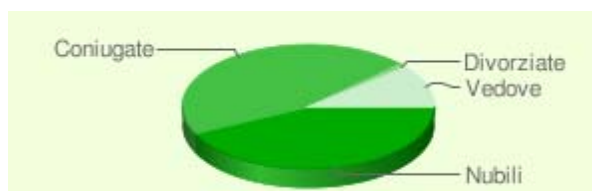
Grafico Fasce Età

San Marco in Lamis - Coniugati e non (2007)

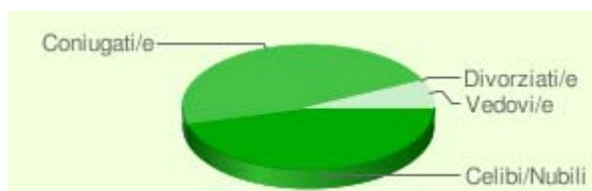
Maschi		
Stato Civile	Quanti	Percentuale
Celibi	3.592	49,5%
Coniugati	3.461	47,7%
Divorziati	19	0,3%
Vedovi	185	2,5%



Femmine		
Stato Civile	Quanti	Percentuale
Nubili	3.305	43,1%
Coniugate	3.483	45,4%
Divorziate	45	0,6%
Vedove	831	10,8%



Totale		
Stato Civile	Quanti	Percentuale
Celibi/Nubili	6.897	46,2%
Coniugati/e	6.944	46,5%
Divorziati/e	64	0,4%
Vedovi/e	1.016	6,8%



San Marco in Lamis - Redditi Irpef (2005)

Reddito Dichiarato Medio: **16.352 euro**

I valori indicati con * sono omessi per motivi di privacy

Classe di Reddito	Numero Dichiaranti	%Dichiaranti	Importo Complessivo	%Importo
fino a 1.000	80	1,7%	43.735	0,1%
da 1.000 a 2.000	49	1,0%	72.466	0,1%
da 2.000 a 3.000	31	0,6%	75.468	0,1%
da 3.000 a 4.000	26	0,5%	90.183	0,1%
da 4.000 a 5.000	54	1,1%	228.675	0,3%
da 5.000 a 6.000	53	1,1%	284.223	0,4%
da 6.000 a 7.500	111	2,3%	730.570	0,9%
da 7.500 a 10.000	560	11,7%	4.652.764	5,9%
da 10.000 a 15.000	1.128	23,5%	12.155.379	15,5%

da 15.000 a 20.000	969	20,2%	13.837.495	17,6%
da 20.000 a 26.000	893	18,6%	17.936.507	22,8%
da 26.000 a 33.500	577	12,0%	14.678.158	18,7%
da 33.500 a 40.000	112	2,3%	3.664.711	4,7%
da 40.000 a 50.000	60	1,2%	2.461.488	3,1%
da 50.000 a 60.000	22	0,5%	1.105.657	1,4%
da 60.000 a 70.000	23	0,5%	1.436.572	1,8%
da 70.000 a 100.000	39	0,8%	3.200.927	4,1%
oltre 100.000	17	0,4%	1.900.221	2,4%
Totale	4.804		78.555.199	

Popolazione Rignano Garganico 2001-2007

Anno	Residenti	Variazione	Note
2001	2.302		.
2002	2.294	-0,3%	.
2003	2.258	-1,6%	.
2004	2.236	-1,0%	.
2005	2.202	-1,5%	.
2006	2.188	-0,6%	.

Abitanti 2001-2007

Popolazione per Età Rignano Garganico (2007)

Indice di Vecchiaia: **168,7%**

Rapporto tra la popolazione anziana (65 anni e oltre) e quella più giovane (0-14 anni)

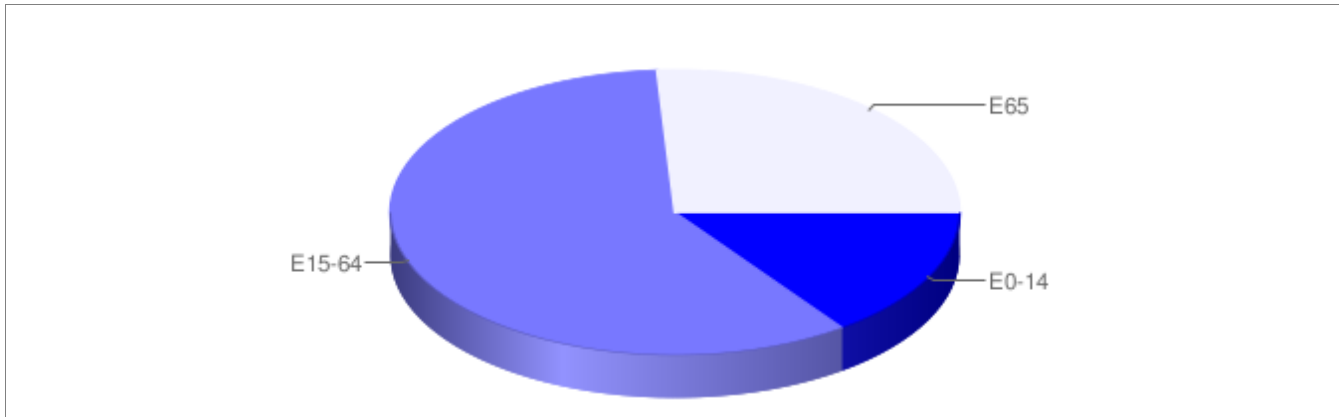
Età	Maschi	Femmine	Totale	%Totale	%Maschi
0-9	107	99	206	9,4%	51,9%
10-19	140	124	264	12,1%	53,0%
20-29	127	128	255	11,7%	49,8%

30-39	146	117	263	12,0%	55,5%
40-49	160	151	311	14,2%	51,4%
50-59	132	118	250	11,4%	52,8%
60-69	88	132	220	10,1%	40,0%
70-79	110	154	264	12,1%	41,7%
80-89	41	86	127	5,8%	32,3%
90-99	8	20	28	1,3%	28,6%
100+	0	0	0	0,0%	
Totale	1.059	1.129	2.188		

Grafico Età

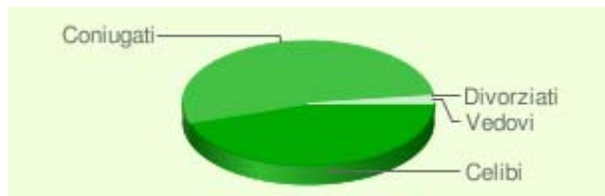
Per Fasce di Età					
Età	Maschi	Femmine	Totale	%Totale	%Maschi
0-14	177	158	335	15,3%	52,8%
15-64	666	622	1.288	58,9%	51,7%
65+	216	349	565	25,8%	38,2%

Grafico Fasce Età

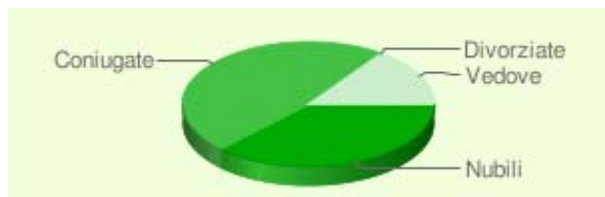


Rignano Garganico - Coniugati e non (2007)

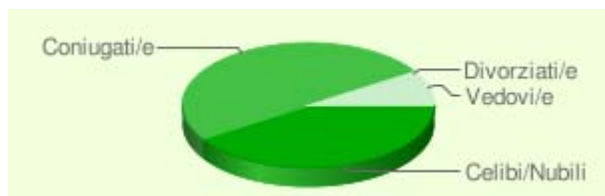
Maschi		
Stato Civile	Quanti	Percentuale
Celibi	472	44,6%
Coniugati	561	53,0%
Divorziati	4	0,4%
Vedovi	22	2,1%



Femmine		
Stato Civile	Quanti	Percentuale
Nubili	421	37,3%
Coniugate	530	46,9%
Divorziate	4	0,4%
Vedove	174	15,4%



Totale		
Stato Civile	Quanti	Percentuale
Celibi/Nubili	893	40,8%
Coniugati/e	1.091	49,9%
Divorziati/e	8	0,4%
Vedovi/e	196	9,0%



Rignano Garganico - Redditi Irpef (2005)

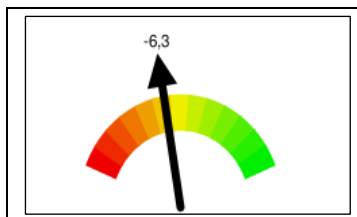
Reddito Dichiarato Medio: **14.211 euro**
 I valori indicati con * sono omessi per motivi di privacy

Classe di Reddito	Numero Dichiaranti	% Dichiaranti	Importo Complessivo	% Importo
fino a 1.000	9	1,1%	4.108	0,0%
da 1.000 a 2.000	6	0,7%	8.828	0,1%
da 2.000 a 3.000	11	1,4%	28.969	0,3%
da 3.000 a 4.000	8	1,0%	27.576	0,2%
da 4.000 a 5.000	10	1,2%	42.483	0,4%
da 5.000 a 6.000	11	1,4%	59.406	0,5%
da 6.000 a 7.500	30	3,7%	191.970	1,7%
da 7.500 a 10.000	139	17,1%	1.172.845	10,2%
da 10.000 a 15.000	232	28,6%	2.544.151	22,1%
da 15.000 a 20.000	144	17,8%	2.026.700	17,6%
da 20.000 a 26.000	119	14,7%	2.373.845	20,6%
da 26.000 a 33.500	54	6,7%	1.334.329	11,6%
da 33.500 a 40.000	18	2,2%	593.573	5,2%
da 40.000 a 50.000	7	0,9%	286.324	2,5%
da 50.000 a 60.000	*		*	
da 60.000 a 70.000	*		*	
da 70.000 a 100.000	6	0,7%	475.919	4,1%
oltre 100.000				

Andamento della popolazione nell'area geografica che si intende servire

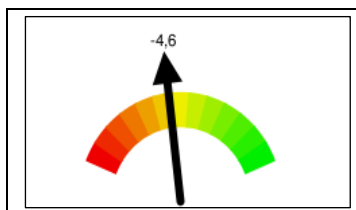
San Marco in Lamis

% Trend Popolazione 2001-2007



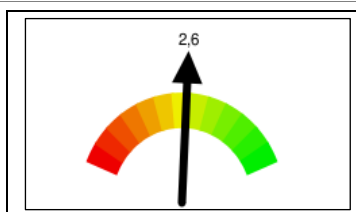
Rignano Garganico

% Trend Popolazione 2001-2007



San Giovanni Rotondo

% Trend Popolazione 2001-2007



Censimento delle classi degli Istituti Secondari del territorio di riferimento

Comune	Scuola secondaria di I grado	Scuola secondaria di II grado	N. studenti
Rignano Garganico	20	0	20
San Giovanni Rotondo	230	1210	1440
San Marco in Lamis	160	780	940
	Totale studenti		2400

Fonte ns. elaborazione ricerca Internet

Censimento parrocchie, gruppi di preghiera e

COMUNE	PARROCCHIE	GRUPPI DI PREGHIERA
San Giovanni Rotondo	Sant'Onofrio	Congregazione Pie di Operaie di San Giuseppe
	San Donato	Suore francescane Immacolatine
	San Francesco d'Assisi	Gruppo di preghiera Padre Pio
	Convento di San Matteo dei frati minori	GI. FRA (Gioventù Francescana)
	Convento Santa Maria delle Grazie	
Rignano Garganico	Maria Santissima Assunta	ACI (azione cattolica italiana)
		Adorazione eucaristica
		Amici di San Rocco
San Marco in Lamis	S. Maria delle Grazie	Suore adoratrici del sangue di cristo
	S. Antonio Abate	Istituto s. Giuseppe suore riparatrici del Santo Cuore
	Ss. Annunziata	Fondazione pia Michelina ed Eugenia Gravina

Fonte ns. elaborazione ricerca Internet

Associazioni di volontariato

San Giovanni Rotondo

Fondaz. casa sollievo della sofferenza
Fondazione casa sollievo sofferenza servizio di farmacia
Fond. di religione e di culto casa sollievo della sofferenza divisione di neurologia
Associazione ANSPI Madre Teresa di Calcutta
Protezione civile Gamma 27
Protezione civile Aquile
VAB Puglia
AVIS

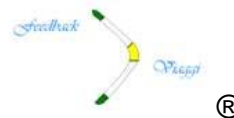
San Marco in Lamis

Arcobaleno27
S.M. 27
Coc
AVIS

Rignano Garganico

Circolo Culturale Giulio Ricci
Presepe vivente
Protezione civile A.NN.A.VV.FF.CC.
AVIS
Archeo Speleo Club

Fonte ns. elaborazione ricerca Internet



4. DESCRIZIONE SINTETICA SERVIZI

Attività di base

- ❖ Vendita di pacchetti turistici organizzati da imprese che si occupano di viaggi solidali

Si tratta di pacchetti turistici per effettuare viaggi nei Paesi in via di sviluppo organizzati da imprese turistiche che operano nel sociale.

- ❖ Vendita di pacchetti turistici organizzati per proprio conto e rivolti al turismo scolastico e religioso

Si tratta di pacchetti turistici organizzati dalla nostra agenzia su commissione delle scuole interessate. In particolare: offerte per le tradizionali gite scolastiche di primavera: Roma, Venezia, Firenze, Napoli ecc.. con itinerari specifici in base ai programmi scolastici di ciascuna classe, per rendere la gita culturalmente interessante e attiva, ponendo particolare attenzione all'avoglia di divertimento delle scolaresche in viaggio.

- ❖ Prenotazione di pernottamenti e soggiorni

Con questo servizio vogliamo offrire ai nostri futuri clienti la prenotazione di alberghi, pensioni, campeggi, bungalow, villaggi vacanze, ecc.. per la durata del soggiorno desiderato dai clienti.

- ❖ Prenotazione e vendita di biglietti ferroviari nazionali e internazionali

Dietro stipula di una convenzione con le Ferrovie dello Stato la nostra agenzia prenoterà e venderà biglietti ferroviari.

Attività Accessoria

- ❖ Vendita di assicurazioni sul viaggio e sui bagagli

Un servizio di intermediazione per offrire una vacanza assicurata contro ogni evenienza

- ❖ Vendita di libri e guide sul settore turistico

Offrire un servizio di documentazione tramite libri e guide sui luoghi in cui i turisti andranno a soggiornare, anche qui come per i biglietti ferroviari i clienti avranno la possibilità di acquisto senza recarsi in libreria o nel caso dei biglietti ferroviari in stazione.

Ciclo di vita dei servizi offerti dalla nostra agenzia

Servizi	Ciclo di vita			
	Introduzione	Sviluppo e crescita	Maturità	Declino
Vendita di pacchetti turistici organizzati da imprese che si occupano di viaggi solidali	X			
Vendita di pacchetti turistici organizzati per proprio conto e rivolti al turismo scolastico			X	
Prenotazione di pernottamenti e soggiorni			X	
Prenotazione e vendita di biglietti ferroviari nazionali e internazionali			X	
Vendita di assicurazioni sul viaggio e sui bagagli		X		
Vendita di libri e guide sul settore turistico		X		

Fase dell'introduzione:

- ❖ Vendita di pacchetti turistici organizzati da imprese che si occupano di viaggi solidali

*Questo servizio si colloca nella fase dell' **introduzione**, pertanto i nostri sforzi saranno tesi a dimostrare l'utilità e l'affidabilità del servizio.*

Fase della maturità:

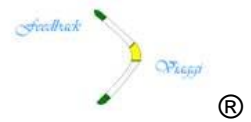
- ❖ Vendita di pacchetti turistici organizzati per proprio conto e rivolti al turismo scolastico
- ❖ Prenotazione di pernottamenti e soggiorni
- ❖ Prenotazione e vendita di biglietti ferroviari nazionali e internazionali

*Questi servizi si collocano nella fase della **maturità**, pensiamo di dedicarci al miglioramento dei servizi sia sotto l'aspetto tecnico che distributivo.*

Fase di sviluppo e crescita:

- ❖ Vendita di assicurazioni sul viaggio e sui bagagli
- ❖ Vendita di libri e guide sul settore turistico

*Questi servizi si collocano nella fase di **sviluppo e crescita**, il nostro orientamento è quello di individuare politiche di promozione al fine di entrare in nuovi canali di vendita.*



5. L' ANALISI DEL MERCATO

- LOCALIZZAZIONE:

Dove si pensa di localizzare l'iniziativa:

- Foggia- San Giovanni Rotondo, via Regina Elena

Scelta della localizzazione dell'iniziativa:

- adiacente alla chiesa di San Giuseppe Artigiano
- nel centro della città

Questa posizione permette un'ottima visibilità.

La zona è ampiamente popolata (molti appartamenti, uffici, enti pubblici).

- CONCORRENZA

Come si pensa di differenziarsi dai concorrenti: Elementi d'innovazione dell'iniziativa.

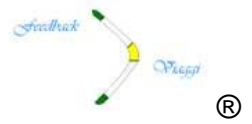
Questa agenzia si differenzia dalle altre perché si occupa di turismo responsabile e sostenibile. Inoltre è l'unica che intende impegnarsi costantemente sul territorio in direzione del turismo responsabile.

Gli elementi che caratterizzano la società di servizi turistici e d'accoglienza sono:

la presentazione di un'offerta turistica completa e diversificata.

Tra le maggiori attività abbiamo:

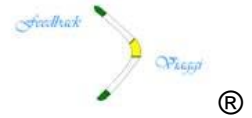
- vendita di biglietti aerei, ferroviari, bus, nave, vendita di pacchetti a doc;
- organizzazioni di viaggi per single, gruppi, coppie e giovani, attività d'intermediazione, attività di outcoming;
- organizzazioni di viaggi in proprio;
- Soggiorni nei paesi in via di sviluppo attraverso l'organizzazione di viaggi solidali
- Prenotazione di soggiorni e pernottamenti in hotel, masserie, agriturismi, residence, ville ed appartamenti, Bed & Breakfast, case per ferie,camping;
- Organizzazione di viaggi di gruppo e individuali,
- Prenotazione on-line e vendita di biglietti ferroviari
- Organizzazione di viaggi a tema, naturalistico, , enogastronomico,
- Organizzazione di pacchetti turistici per turismo scolastico e religioso
- Programmi personalizzati in base all'esigenze del cliente;
- Organizzazione di viaggi e itinerari per disabili e comunità impegnate nel sociale.



- Vendita di assicurazioni sul viaggio e sui bagagli
- Vendita di libri e guide sul settore turistico

LA CONCORRENZA LOCALE

<i>Agenzie turistiche presenti nella nostra zona operativa (San Giovanni Rotondo – San Marco in Lamis-Rignano Garganico)</i>		
Comune	Nome agenzia	Indirizzo
San Giovanni Rotondo	ARTECO TUR di Barbaro Luigi & C.	Via Giordano, 4
San Giovanni Rotondo	BISANUM	Piazza Cavour, 1
San Giovanni Rotondo	FF.SS MARCHESANI	Corso Umberto I, 56
San Giovanni Rotondo	FINI VIAGGI	Via Kennedy, 5
San Giovanni Rotondo	LUCIO TOUR	Corso Roma, 82
San Giovanni Rotondo	LUCIO TOUR di Concetta Russo	Corso Roma, 83
San Giovanni Rotondo	MEDIA TOUR s.r.l.	Via S. Croce, 99
San Giovanni Rotondo	MEDIA TOUR s.r.l.	Via S. Croce, 12
San Marco in Lamis	SAFRA TOUR s.r.l.	Corso del Popolo, 70 (Borgo Celano)
Rignano Garganico	RUSSO VIAGGI	Via Alcide De Gasperi



- SUCCESSO DELL'INIZIATIVA:

Riteniamo che l'idea di impresa possa avere successo perché ci rivolgiamo a un pubblico variegato e ampio interessato al turismo responsabile. Le nostre ricerche ci hanno indotto ad offrire servizi che altre società d'intermediazione turistica forniscono in modo limitato nei contenuti. Fino ad ora alla clientela sono stati offerti i soliti itinerari o pacchetti viaggio. Diversificare o organizzare attività integrate che coinvolgono più fasce d'età e categorie di clientela è un mezzo importante per offrire un prodotto e un servizio molto più appetibile che soddisfi i bisogni legati al raggiungimento di principi di giustizia sociale ed economica, di tutela ambientale e di pieno rispetto delle culture.

- COMPETITIVITA': COME SI PENSA DI DIFFERENZIARSI DAI CONCORRENTI?

Per differenziarci dalle agenzie concorrenti, l'agenzia "Feedback Viaggi", Società cooperativa ONLUS, propone nuovi prodotti e servizi quali:

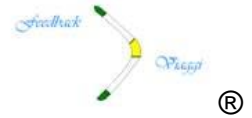
Servizi Attività Principale:

- 1) Vendita di pacchetti turistici organizzati da imprese che si occupano di viaggi solidali
- 2) Vendita di pacchetti turistici organizzati per proprio conto e rivolti al turismo scolastico
- 3) Prenotazione di pernottamenti e soggiorni
- 4) Prenotazione e vendita di biglietti ferroviari nazionali e internazionali

Servizi Accessori:

- 5) Vendita di assicurazioni sul viaggio e sui bagagli
- 6) Vendita di libri e guide sul settore turistico

Questi su indicati sono solo alcuni dei servizi diversificati offerti dalla Agenzia Feedback Viaggi, per questo pensiamo di avere successo, in quanto offriamo prodotti innovativi e, in alcuni casi, esclusivi ideati con l'obiettivo di realizzare un "reale" turismo responsabile.



6. IL PIANO MARKETING

Il piano marketing per la società cooperativa “Feedback Viaggi” ONLUS ha avuto inizio con un’analisi della composizione demografica dei comuni di S. Giovanni Rotondo, San Marco In Lamis e Rignano Garganico. Inoltre, si è proceduto a segmentare il mercato al fine di impostare adeguate strategie di marketing rivolte ai single, ai gruppi, alle coppie e ai giovani. Sono stati prefissati in primo luogo gli obiettivi e il posizionamento all’interno del mercato; si è scelta la localizzazione per la struttura; si è poi passati all’analisi della concorrenza, valutando come potersi differenziare. Successivamente, è stata evidenziata la mission aziendale, il target a cui ci si rivolgeva, la tipologia di prodotti-servizi offerti, le attività di promozione e marketing che si intendono realizzare e, infine, il perché l’iniziativa dovrebbe avere successo.

Di seguito sono evidenziate le politiche di servizio, di prezzo, di distribuzione e di promozione. Inoltre si evidenziano le caratteristiche del messaggio promozionale e si spiega la scelta del nome e del logo.

Politiche di servizio

La nostra agenzia punterà a specializzarsi sui viaggi solidali e si impegnerà nell’assistenza e nella consulenza prima, durante e soprattutto dopo il viaggio: contatterà i clienti per chiedere se sono rimasti soddisfatti del servizio, da qui il nome dell’agenzia “Feedback viaggi” .

Politica di prezzo

Il segmento di mercato principale che vogliamo servire ci permette di offrire viaggi a costi più bassi rispetto a quelli di mercato, in quanto i nostri clienti daranno in cambio una prestazione nel luogo dove si recano. Inoltre offriremo il servizio pagamento con carta di credito o bancomat.

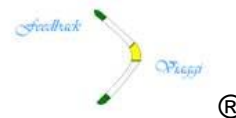
Politica di distribuzione

Per ampliare il mercato di riferimento venderemo i nostri pacchetti turistici tramite internet, costruendo un nostro sito WEB.

Politica di promozione

Intendiamo avvalerci dei seguenti mezzi di promozione.

- ❖ Passaparola



- ❖ Pagine gialle
- ❖ Internet
- ❖ Convenzioni con associazioni
- ❖ Fiere specializzate
- ❖ Volantini

Il messaggio promozionale metterà in evidenza la serietà dei tour operators con i quali l'agenzia collabora e la possibilità dell'agenzia di organizzare per i propri clienti viaggi e vacanze su misura.

La scelta del nome

Feedback Viaggi

Feedback: è l'interscambio che avviene tra viaggiatore e agenzia, quando l'informazione di ritorno permette all'agenzia di sapere se il viaggio/vacanza è stato come desiderato.

Scelta del logo

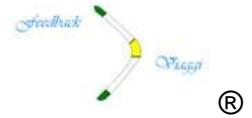
Boomerang con scritta Feedback

Come il boomerang se lanciato correttamente compie un'ellisse tornando alla persona che l'ha lanciato, così l'agenzia offrendo un ottimo servizio al cliente avrà sicuramente un ritorno di questi.

Attività di promozione e marketing turistico territoriale che si intende realizzare

PUBBLICITA'	Attraverso mass-media, ovvero la televisione e la radio; cartelli e totem pubblicitari; attività di promotion mediante quotidiani e periodici.
PROMOZIONE E VENDITA	-Partecipazioni a fiere e borse turistiche di settore; -partecipazione a workshop turistici nazionali e internazionali; -inserimento in cataloghi specializzati di settore; -presenze nei maggiori portali internet - inserimento nei CRS (computer reservation sistem).
RELAZIONI PUBBLICHE	Cura delle pubbliche relazioni e collaborazioni con enti pubblici e privati: Provincia, Comuni, Regioni, Enit, Camera di Commercio,

	CONFCOMMERCIO, ASSINDUSTRIA, CONFARTIGIANATO, associazioni per tour operator e agenzie di viaggi, associazioni congressuali, consorzi turistici territoriali.??????
MARKETING DIRETTO	Attività commerciale con tour operator nazionali e internazionali, ONG, associazione Italiana Turismo Responsabile (AITR), associazioni culturali tutte finalizzate all'erogazione di pacchetti turistici solidali e orientati a principi di giustizia sociale ed economica, tutela ambientale e di pieno rispetto delle culture.
FORZA VENDITE	Professionalità e operatività dei soci dell' azienda e forte capacità nell'intermediazione commerciale e nel rapporto diretto con i clienti.



7. LA MISSION AZIENDALE DELL' IMPRESA TURISTICA

L'obiettivo della nostra azienda è di realizzare, producendo o distribuendo, pacchetti viaggio nell'ambito del Turismo Responsabile, attuati secondo principi di giustizia sociale ed economica e nel pieno rispetto dell'ambiente e delle culture.

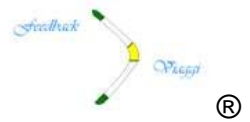
Si tratta di un settore turistico in piena espansione la cui offerta proviene da moltissime piccole realtà associative, tour operators, ONG e altre organizzazioni di volontariato che oltre a proporre pacchetti turistici all'insegna della solidarietà e del rispetto dell'ambiente, operano anche nel campo educativo per promuovere stili di vita più sostenibili. Tutte queste realtà appartengono, in gran parte, al Settore No Profit ed hanno costituito una rete associativa denominata AITR, Associazione Italiana Turismo Responsabile.

- A CHI SI RIVOLGE L'INIZIATIVA E QUALI SONO I "POTENZIALI" CLIENTI

Per le caratteristiche dell'attività che s'intende promuovere all'interno della società di servizi turistici e di accoglienza, riteniamo che i principali clienti siano quelle categorie di persone appartenenti ai seguenti gruppi:

- Privati;
- Associazioni di categoria;
- Associazioni culturali, ricreativi e sociali;
- Parrocchie, gruppi di preghiera;
- Istituti scolastici.

I motivi che spingono la società a rivolgersi alle categorie su indicate sono legate all'esperienza personali e di gruppo di ogni singolo componente della società; ai bisogni di offrire prodotti diversificati per il proprio territorio; soddisfare l'esigenze del cliente; venire incontro alla domanda di "Turismo" che risulta sempre più esigente e più variegata.



LA SEGMENTAZIONE DEL MERCATO

Al fine di impostare valide strategie di Marketing e promuovere i nostri servizi abbiamo diviso la potenziale clientela in segmenti di mercato sulla base del numero di persone che effettuano il viaggio.

I single

Tenuto conto che questo tipo di cliente spesso viaggia da solo, magari proprio alla ricerca dell'anima gemella e che i pacchetti turistici più richiesti da costoro sono le vacanze in villaggi organizzati, dove conoscere gente nuova e divertirsi la sera, la nostra agenzia offrirà a queste persone il servizio di prenotazione di alberghi, campeggi, villaggi vacanze ecc.. per la durata del soggiorno desiderato dal cliente.

I gruppi

A questo tipo di clienti intendiamo offrire pacchetti turistici tradizionali per le gite scolastiche di primavera se si tratta di scuole, se invece si tratta di associazioni la nostra offerta si basa su itinerari turistici religiosi.

Per coppie, giovani e gruppi

La nostra agenzia è interessata in particolare ad offrire a questo tipo di clienti, se interessati al turismo solidale, viaggi nei paesi in via di sviluppo tramite imprese turistiche che operano nel solidale.

8. REQUISITI DI CANTIERABILITA' DELL'ATTIVITA' OGGETTO DELL'INIZIATIVA

TIPOLOGIA REQUISITO	DESCRIZIONE REQUISITO	TEMPI PREVISTI PER IL RILASCIO
1. apertura Partita IVA	Iscrizione all'Ufficio IVA per il rilascio della P. IVA	A vista
2. iscrizione CCIAA	Registro Imprese – Domanda di Iscrizione nel registro delle imprese con denuncia di inizio attività a repertorio economico-amministrativo (REA)	1 mese
3. permessi e licenze	Denuncia di inizio attività al Comune di S. Giovanni Rotondo, Iscrizione nella gestione dei contributi e delle prestazioni previdenziali INPS	1 mese
4. autorizzazioni	Autorizzazione Igenico-Sanitaria, Autorizzazione allo scarico delle acque reflue	3 mesi
5. iscrizione a registri speciali	Albo Imprese Turistiche	2 mesi
6. concessioni -		
7. certificazione	Certificato di prevenzione incendi rilasciato dal Comando dei Vigili del fuoco	1 mese
8. altro	Polizza assicurativa per responsabilità civile	A vista

9. PRODOTTI/SERVIZI CHE SI PENSA DI OFFRIRE

- Prodotti/Servizi

PRODOTTI/SERVIZI	DESCRIZIONE
A) PACCHETTI TURISTICI	<p>Si tratta di pacchetti formati da molteplici elementi utili al turista e comprendono i seguenti servizi: sistemazione alberghiera; ristorazione; servizio transfert; servizio di accoglienza/assistenza; visite guidate; animazione; assicurazione.</p> <p>1. VIAGGI SOLIDALI (Allegato A_1)</p> <p>1.1 Tanzania: all'avventura tra gli immensi laghi popolati dalle numerose specie in via di estinzione, vivendo l'ecoturismo assieme l'affettuosa gente dei luoghi non industrializzati.</p> <p>1.2. Viaggio in Ecuador: sette giorni nelle calde isole dove tra una gita a cavallo e un percorso di trekking potrà avventurarsi nelle esotiche località.</p> <p>1.3- Un viaggio solidale in Marocco tra gli interminabili deserti e gli incantatori di serpenti; l'amichevole gente della zona vi offrirà te locale e mostrerà voi la tipica cultura e le esotiche coltivazioni.</p> <p>1.4. Argentina: alla scoperta della cultura ed arte del paese del tango, avventurandosi nei lunghi balli di questa popolazione povera, ma ricca di valori.</p> <p>1.5. Senegal: la calorosa accoglienza delle genti senegalesi, che vi porteranno alla scoperta dei meravigliosi parchi nazionali e degli antichi musei</p> <p>1.6. Un viaggio genuino nella semplicità quotidiana delle Maldive, tra le escursioni in barche artigianali e gli infiniti bagni nelle bianche spiagge isolate.</p> <p>1.7. Il Messico: emozioni tra i musei archeologici e le favolose località balneari, con la compagnia del popolo fiero ricco di cultura, all'avanguardia nella protezione dell'ambiente.</p> <p>1.8. Il forte contrasto dei paesaggi vi farà da sfondo in Cile, tra gli aridi deserti ed i colorati altopiani del Pacifico, assaporando la millenaria cultura di questo magnifico Paese.</p>

1.9.Zambia: un lungo viaggio tra le Cascate Vittoria ed il fiume Zambesi, in uno scenario naturalistico non ancora influenzato dall'industrializzazione.

1.10.Canti, musiche, artigianato e gastronomia tradizionali saranno sempre con voi in Bulgaria, un paese travagliato dalle guerre ma arricchito dalla forte cultura della gente, povera ma ricca di cultura.

2.VIAGGI SCOLASTICI (Allegato A_2)

2.1 Costa Amalfitana: La visita agli storici scavi di Ercolano e Pompei, interessanti dal punto di vista storico in quanto siti archeologici famosi in tutto il mondo, si alterna ad un'intera giornata di svago sulla splendida costa Amalfitana con soste a Positano ed Amalfi, note località tra le più eleganti della costa.

2.2 Barcellona: fantastica ed immancabile visita alla città spagnola, maggiore meta del turismo giovanile d'Europa. Provate l'unica sensazione di passeggiare fra le cinque ramblas, ognuna con le sue caratteristiche e la sua storia. Si cammina tra chioschi di fiori, tra i tavolini dei bar sino al celebre mercato coperto (la Boqueria) ed al Palau de la Verreina, uno degli edifici più sontuosi della città. Presente anche il lato storico con la visita alla famosissima Sagrada Famiglia, ancora in costruzione, ed un'opzione per una visita al famoso museo di Gaudì.

2.3 Sicilia: Sei giorni alla scoperta della splendida isola siciliana fra Taormina, Palermo, Messina, Agrigento e molte altre splendide città che alternano paesaggi mozzafiato e coste da sogno alle regge del famoso re Federico II, prevista un'intera giornata libera da spendere all'insegna di sole, mare e spiaggia con la possibilità di un'immersione guidata alla scoperta degli incontaminati fondali siciliani.

2.4 Venezia: Immancabile la visita alla bellissima città di Venezia ed ai suoi canali suggestivi ed unici in tutto il mondo, unita ad una visita generale del centro storico: Basilica, Campanile, Palazzo Ducale, Loggetta del Sansovino, Palazzo Reale e, fra Procuratie vecchie e nuove, la Piazza, denominata il più bel salotto d'Europa.

2.5 Pisa- Lucca- Firenze: Una rapida ed intensa full-immersion fra tre splendide città toscane ed i loro suggestivi

paesaggi, in poche ore i vostri occhi si sposteranno dalla torre di Pisa agli Uffizi fiorentini, da Piazza del Campo alle cappelle medicee e tante altri bellissimi monumenti.

2.6 Roma: Una fantastica avventura alla scoperta della “Città Eterna”. Culla della civiltà occidentale e cuore del Cattolicesimo, piena di testimonianze storiche, artistiche e religiose che trascendono i limiti del tempo, prevista l’immancabile visita al Colosseo ma anche allo stadio “Olimpico” ed al “Foro Italico”.

2.7 Firenze e Volterra: La visita alla splendida città piena di monumenti e musei famosi in tutto il mondo quali gli “Uffizi” è alternata alla visita dello splendido paesino di Volterra, teatro delle riprese del film cult giovanile “New Moon”.

2.8 Bologna: La visita alla città giovanile d’ Italia per eccellenza alterna il museo di Guglielmo Marconi ad un cult della storia giovanile: la storica fabbrica motociclistica Ducati di Borgo Panigale con la possibilità di assistere ai procedimenti che portano alla fabbricazione delle moto più famose d’ Italia.

3.VIAGGI RELIGIOSI (Allegato A_3)

3.1 Fatima: alla scoperta del paese celebre per le apparizioni della Vergine Maria ai tre giovani pastori. Previsti per la visita guidata sono la Parrocchia di Fatima, i luoghi dove vissero i tre pastori e la partecipazione ad alcune importanti cerimonie religiose.

3.2 Roma: culla della occidentale, “città eterna”, ma soprattutto, capitale della religione cattolica. Sono previste nella guida visite alle maggiori chiese della capitali e del vaticano quali San Paolo fuori le mura, San Callisto e naturalmente la Basilica di San Pietro. Seguiranno poi la visita ai più importanti siti dell’antico impero romano.

3.3 Assisi: piccola città dell’umbria centrale, in provincia di Perugia , è famosa per essere il luogo dove vissero, crebbero e morirono San Francesco d’ Assisi e Santa Chiara. Le mete principali del tour saranno la Basilica di San Francesco, da poco restaurata, e, la Basilica di Santa Chiara.

	<p>3.4 Lourdes: è un piccolo comune francese situato nel dipartimento degli alti pirenei, famoso per le apparizioni della Madonna alla giovane contadina Bernadette Soubirous. Durante il tour saranno comprese le visite al Santuario e alla grotta della cena, e in seguito una visita guidata accompagnata da una guida locale nei luoghi della contadina Bernadette</p> <p>3.5 Santiago de Compostela: è la città spagnola capoluogo della comunità autonoma della Galizia. Situata nella provincia di La Coruna, è stata nel 2000 capitale europea della cultura. La città è conosciuta soprattutto per la sua maestosa cattedrale dedicata a Giacomo il Maggiore e per essere la tappa finale di ogni pellegrino che decide di affrontare il vecchio "Cammino di Santiago de Compostela"</p>
B) SERVIZI DI PRENOTAZIONE DI PERNOTTAMENTI E SOGGIORNI	Si tratta di un servizio di prenotazione di alberghi, pensioni, bungalow, villaggi vacanze per la durata del soggiorno desiderato dai clienti.
C) SERVIZIO DI VENDITA BIGLIETTI FERROVIARI	Si tratta di fornire un servizio completo di vendita di biglietti ferroviari
D) SERVIZIO DI VENDITA DI ASSICURAZIONI SUL VIAGGIO E SUI BAGAGLI	Si tratta di fornire servizio di intermediazione per offrire una vacanza assicurata contro ogni evenienza
E) SERVIZIO DI VENDITA DI LIBRI E GUIDE SUL SETTORE TURISTICO	Si tratta di offrire un servizio di documentazione tramite libri e guide sui luoghi in cui i turisti andranno a soggiornare.

10. PIANO ECONOMICO-FINANZIARIO

Ipotesi di previsione delle vendite:

A.) Pacchetti turistici

A.1. VIAGGI SOLIDALI

Si ipotizza:

- una commissione pari al 10% del prezzo di acquisto del pacchetto turistico organizzato dalle altre imprese.
- Il costo di acquisto del pacchetto liquidato direttamente alle altre imprese
- La fatturazione solo per la commissione percepita.
- N. 800 pacchetti turistici venduti considerando sia la numerosità del target di riferimento, tra cui si considera anche frequentatori di parrocchie, gruppi di preghiera e associazioni di volontariato, sia la mancanza di una struttura turistica analoga che promuove tali viaggi nel territorio in cui intende operare la Cooperativa “Feedback viaggi” ONLUS.

<u>A. Descrizione Viaggio solidale</u>	Prezzo unitario	Quantità vendute	Fatturato realizzato
1.1- Tour conoscenza della Tanzania (costo d’acquisto € 24.000,00)	€240,00	100	€24.000,00
1.2-Ecuador: beate vacanze da tartarughe, in nome di Darwin (costo d’acquisto € 21.000,00)	€210,00	100	€21.000,00
1.3-Marocco: il popolo dell'accoglienza (costo d’acquisto € 13.000,00)	€130,00	100	€13.000,00
1.4 Argentina..Tango.tango,tan go e non solo (costo d’acquisto € 30.000,00)	€300,00	100	€30.000,00
1.5-Senegal:ritmo e cultura..benvenuti in	€150,00	100	€15.000,00

Senegal (costo d'acquisto € 15.000,00)			
1.6-L'atollo è solidale!Le Maldive che non ti aspetti (costo d'acquisto € 11.000,00)	€110,00	100	€11.000,00
1.7- Messico: Chiapas e Yucatan (costo d'acquisto € 24.000,00)	€240,00	100	€24.000,00
1.8-Cile: i segreti del gran Nord (costo d'acquisto € 28.000,00)	€280,00	100	€28.000,00
1.9-Fiumi, cascate, safari e cooperazione: paradiso in Zambia (costo d'acquisto € 20.000,00)	€200,00	100	€20.000,00
1.10-Bulgaria: storia e cultura dei Balcani (costo d'acquisto € 10.000,00)	€100,00	100	€10.000,00
Totale Ricavi			€196.000,00

A.2.VIAGGI SCOLASTICI

Considerando la numerosità delle classi interessate ai pacchetti turistici offerti dall'agenzia stimato circa pari a 2400 unità (vedi analisi di mercato) e tenendo presente l'unicità della nostra offerta, in quanto basata sui principi del turismo responsabile, si fissa come obiettivo di vendita il 30% circa del target del turismo scolastico locale (San Giovanni Rotondo, San Marco in Lamis, Rignano Garganico) suddiviso in modo omogeneo tra i seguenti viaggi scolastici.

<u>Descrizione Viaggi scolastici</u>	Prezzo unitario	Quantità vendute	Fatturato realizzato
2.1-Costa Amalfitana	€182,00	100	€18.200,00
2.2- Barcellona	€245,00	100	€24.500,00
2.3- Sicilia	€248,00	100	€24.800,00
2.4- Venezia	€90,00	100	€9.000,00
2.5- Pisa, Lucca, Firenze	€60,00	100	€6.000,00
2.6- Roma	€140,00	100	€14.000,00
2.6- Firenze e Volterra	€110,00	100	€11.000,00
2.7- Bologna e Marconi	€175,00	100	€17.500,00
Totale Ricavi			€125.000,00

Si ipotizza inoltre un costo pari all'80% del prezzo di vendita

<u>Descrizione Viaggi scolastici</u>	Fatturato realizzato	Costi previsti
2.1-Costa Amalfitana	€18.200,00	€14.560,00
2.2- Barcellona	€24.500,00	€19.600,00
2.3- Sicilia	€24.800,00	€19.840,00
2.4- Venezia	€9.000,00	€7.200,00
2.5- Pisa, Lucca, Firenze	€6.000,00	€4.800,00
2.6- Roma	€14.000,00	€11.200,00
2.6- Firenze e Volterra	€11.000,00	€8.800,00
2.7- Bologna e Marconi	€17.500,00	€14.000,00
Totale Ricavi		€100.000,00

A.3.VIAGGI RELIGIOSI

Si ipotizza sulla base del numero di parrocchie e di gruppi di preghiera la vendita di n. 5 pacchetti turistici per 80 persone per un totale pari a 400 persone.

<u>A.3.VIAGGI RELIGIOSI</u>	Prezzo unitario	Quantità vendute	Fatturato realizzato
3.1- Fatima	€450,00	80	€36.000,00
3.2- Roma	€420,00	80	€33.600,00
3.3- Assisi	€250,00	80	€20.000,00
3.4- Lourdes	€600,00	80	€48.000,00
3.5- Santiago de Compostela	€1100,00	80	€88.000,00
Totale Ricavi			€225.600,00

Si ipotizza inoltre un costo pari all'80% del prezzo di vendita

<u>3.VIAGGI RELIGIOSI</u>	Fatturato realizzato	Costi previsti
3.1- Fatima	€36.000,00	€28.800,00
3.2- Roma	€33.600,00	€26.880,00
3.3- Assisi	€20.000,00	€16.000,00
3.4- Lourdes	€48.000,00	€38.400,00
3.5- Santiago de Compostela	€88.000,00	€70.400,00
Totale Ricavi		€180.480,00

B) SERVIZI DI PRENOTAZIONE DI PERNOTTAMENTI E SOGGIORNI

Le ns. ipotesi si basano su un calcolo della popolazione locale (San Giovanni Rotondo, San Marco in Lamis, Rignano Garganico) situata intorno ai 44000 abitanti. Ipotizzando il 3% del mercato locale, si effettuerebbero circa n.1500 prenotazioni e/o vendite di alloggi (alberghi, bungalow, pensioni, villaggi turistici, camping) la ns commissione è pari a €5 per prenotazione e/o vendita.

B) SERVIZI DI PRENOTAZIONE DI PERNOTTAMENTI E SOGGIORNI	Prezzo unitario	Quantità vendite	Fatturato realizzato
1. Prenotazione albergo	€10	300	€3000
2. Prenotazione pensione	€10	300	€3000
3. Prenotazione campeggi	€10	300	€3000
4. Prenotazione bungalow	€10	300	€3000
5. Prenotazione villaggi vacanze	€10	300	€3000
Totale Ricavi			€15.000

C) VENDITA BIGLIETTI FERROVIARI

Le ns. ipotesi si basano su un calcolo della popolazione locale (San Giovanni Rotondo, San Marco in Lamis, Rignano Garganico) situata intorno ai 44000 abitanti. Servendo noi il 3% del mercato locale, ipotizziamo di effettuare circa n. 1500 prenotazioni e/o vendite di biglietti ferroviari abbiamo ipotizzato il costo medio di un biglietto ferroviario di €50 e una commissione pari al 5% su costo totale del biglietto pari a €3.750,00.

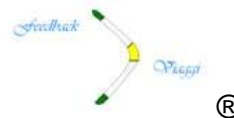
D) SERVIZIO DI VENDITA DI ASSICURAZIONI SUL VIAGGIO E SUI BAGAGLI

Ipotizziamo una percentuale inferiore al 10% del numero di viaggi solidali venduti.

VIAGGI SOLIDALI	Giorni	Costo assicurazione	N. Persone	Totale
Messico	2	170,00 €	2	340,00 €
Tanzania	23	170,00 €	10	1.700,00 €
Ecuador	15	170,00 €	8	1.360,00 €
Filippine	20	170,00 €	8	1.360,00 €
Argentina	18	170,00 €	9	1.530,00 €
Senegal	16	170,00 €	7	1.190,00 €
Marocco	10	119,00 €	7	833,00 €
Cile	15	170,00 €	8	1.360,00 €
Zambia	16	170,00 €	7	1.190,00 €
Bulgaria	9	73,00 €	8	584,00 €
Totale Ricavi assicurazioni Viaggi solidali				€11.447,00

Ipotizziamo una percentuale inferiore al 20% del numero di viaggi scolastici venduti.

VIAGGI SCOLASTICI	Giorni	Costo assicurazione	N. Persone	Totale
Roma	3	45,00 €	20	900,00 €
Firenze	2	45,00 €	20	900,00 €
Bologna	2	45,00 €	20	900,00 €
Firenze - Pisa - Lucca	2	45,00 €	20	900,00 €
Sicilia	6	59,00 €	20	1.180,00 €
Costa Amalfitana	4	45,00 €	20	900,00 €
Barcellona	4	54,00 €	20	1.080,00 €
Totale Ricavi assicurazioni Viaggi scolastici				€6.760,00



Ipotizziamo una percentuale inferiore al 20% circa del numero di viaggi religiosi venduti.

VIAGGI RELIGIOSI	Giorni	Costo assicurazione	N. Persone	Totale
Assisi	4	45,00 €	20	900,00 €
Lourdes	4	45,00 €	20	900,00 €
Roma (Castel Sant' Angelo + Basilica)	5	59,00 €	10	590,00 €
Fatima	5	73,00 €	20	1.460,00 €
Santiago de Compostela	7	73,00 €	20	1.460,00 €
Totale ricavi assicurazioni Viaggi religiosi				€5.310,00

TOTALE RICAVI ASSICURAZIONI	Importo
Totale Ricavi assicurazioni Viaggi solidali	€11.447,00
Totale Ricavi assicurazioni Viaggi scolastici	€6.760,00
Totale ricavi assicurazioni Viaggi religiosi	€5.310,00
Totale ricavi complessivo assicurazioni	€23.517,00

E) SERVIZIO DI VENDITA DI LIBRI E GUIDE SUL SETTORE TURISTICO

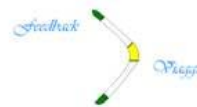
Ipotesi di vendita: 100% degli acquisti (Allegato B). Il costo di acquisto è pari al 90% del prezzo di vendita, che sarà pari a €2.275,00.

Obiettivi di vendita (1° anno)

Prodotti/servizi	Prezzo unitario	Quantità vendute	Fatturato realizzato
A) Pacchetti turistici			
<u>1. VIAGGI SOLIDALI</u>			€196.000,00
<u>2.VIAGGI SCOLASTICI</u>			€125.000,00
<u>3.VIAGGI RELIGIOSI</u>			€225.600,00
B) SERVIZI DI PRENOTAZIONE DI PERNOTTAMENTI E SOGGIORNI			€15.000,00
C) VENDITA BIGLIETTI FERROVIARI	€50,00	1500	€3.750,00
D) SERVIZIO DI VENDITA DI ASSICURAZIONI SUL VIAGGIO E SUI BAGAGLI			€23.517,00
E) SERVIZIO DI VENDITA DI LIBRI E GUIDE SUL SETTORE TURISTICO			€2.527,34
Ricavi complessivi			€591.394,00

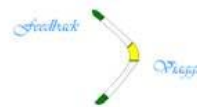
Presentazione del Piano degli investimenti (Allegato C)

Attrezzature, macchinari, impianti e allacciamenti			
Beni di investimento	Quantità	Costo unitario (Iva esclusa)	Totale investimenti (Iva esclusa)
Bancone Front-Office	1	€416,00	€416,00
Sgabelli Front-Office	3	€16,00	€48,00
Armadio-Archivio	3	€125,00	€375,00
Cassettiera-portadocumenti	4	€58,00	€232,00
Scrivanie direzionali	3	€83,00	€249,00
Poltrone Direzionali	3	€66,00	€198,00
Scrivanie Operative	5	€75,00	€375,00
Poltroncine Operative	5	€66,00	€330,00
Tavolo Riunioni	1	€412,00	€412,00
Poltroncine da Riunione	15	€80,00	€1200,00
Mensole	5	€4,00	€20,00
Scaffali	5	€25,00	€125,00
Sedie Modello Flip per ospiti	8	€25,00	€200,00
Divanetto attesa	2	€108,00	€216,00
Tavolini	2	€50,00	€100,00
Attaccapanni	3	€8,00	€24,00
Cestini getta-carte	8	€1,25	€10,00
TOTALE			€4.530,00



®

IVA sul totale degli investimenti 20%			€906,00
Totale generale			€5.436,00
Beni immateriali: Software			
Beni di investimento	Quantità	Costo unitario	Totale investimenti (Iva esclusa)
Licenza Sistema Operativi Windows	8	€55,00	€440,00
Licenza Microsoft Office Business	8	€99,00	€792,00
Licenza PhotoShop CS4	8	€313,23	€939,69
TOTALE			€2.710,00
IVA sul totale degli investimenti 20%			€434,00
Totale generale			€3.144,00
Attrezzature, Strumentazioni, Hardware			
Beni di investimento	Quantità	Costo unitario	Totale investimenti (Iva esclusa)
Impianto climatizzatore	1	4583,00	€4583,00
Work-Station	2	€150,00	€300,00
Personal Computer	6	€399,00	€2.394,00
Computer Portatili	2	€499,00	€998,00
Stampanti	4	€57,00	€228,00
Scanner	1	€65,00	€65,00
Macchina Photo-digitale	1	€70,00	€70,00



®

Fotocopiatore digitale	1	€140,00	€140,00
Fax	2	€33,00	€66,00
Impianto stereo	1	€90,00	€90,00
Insegna	1	€1.000,00	€1.000,00
Accessori ed altro : attrezzature di pulizie	1	€123,00	€123,00
TOTALE			€10.057,00
IVA sul totale degli investimenti 20%			€2.011,00
Totale generale			€12.068,00

Piano organizzativo: Costi generali della struttura

Tipologie di costo		
Materie Prime, materiale di consumo		€2.000,00
Costo pacchetti turistici		
1. Viaggi scolastici	€100.000,00	€280.480,00
2. Viaggi religiosi	€180.480,00	
Costo libri		€2.275,00
Utenze		€4.000,00
Canone di locazione per immobili		€1.000,00
Oneri finanziari		-
Servizi		-
Altre spese (tra cui materiale promozionale e spese pubblicitarie)		€8.000,00
TOTALE		€297.755,00

Costi delle risorse umane (in caso siano reperite figure esterne)

Qualifiche:	Mansioni	Costo Unitario in €	Costo totale a regime
n. 21 Soci lavoratori	Tutte quelle previste dall'organigramma	€13.792,00	€289.639,00
Assistenti/Hostess		-	-
Part-time		-	-
Altre forme di collaborazione		-	-
TOTALE			€289.639,00

Organizzazione della società imprenditoriale in % (ripartizione del proprio tempo tra le diversità attività funzionali alla gestione dell'iniziativa)

Attività di produzione/erogazione	Attività commerciale promozionale	Attività amministrativa	Totale Tempo
30%	60%	10%	100%

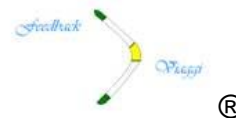
Prospetto previsionale fonti e impieghi: Beni d'investimento

BENI D'INVESTIMENTI O	QUANTITÀ	TOTALE INVESTIMENTI (IVA ESCLUSA)	IVA SUL TOTALE DEGLI INVESTIMENTI 20%	TOTALE GENERALE
Attrezzature, macchinari, impianti e allacciamenti	/	€4.530,00	€906,00	€5.436,00
Beni immateriali: Software	41	€2.620,00	€524,00	€3.144,00
Attrezzature e strumentazioni: Hardware	22	€10.057,00	€2.011,00	€12.068,00
TOTALE COMPLESSIVO	137	€17.207,00	€3.441,00	€20.648,00

Conto economico previsionale dell'iniziativa (per il 1° anno)

A) VALORE DELLA PRODUZIONE	
1. Obiettivi di vendita (Ricavi di vendita)	€591.394,00
2. Variazione rimanenza sui lavorati e prodotti finiti	-
3. Altri ricavi e proventi	-
TOTALE	€591.394,00
B) COSTI DELLA PRODUZIONE (Costi generali della struttura)	
1. Acquisti di materie prime sussidiarie, di consumo e merci	€4.275,00
2. Variazione rimanenze materie prime sussidiarie, di consumo e merci	-
3. Servizi	€280.480,00
4. Godimento di beni di terzi	-
5. Personale	€289.639,00
6. Ammortamenti e svalutazioni (ipotesi di aliquota di ammortamento media del 20%)	€4.000,00
7. Accantonamenti per rischi ed oneri	-
8. Oneri finanziari	-
9. Utenze	€4.000,00
10. Canone di locazione per immobili	€1.000,00
11. Altre spese (tra cui materiale promozionale e spese pubblicitarie)	€8.000,00

TOTALE	€591.394,00
RISULTATO DELLA GESTIONE “A – B”	€0
(cioè: VALORE DELLA PRODUZIONE – COSTI DELLA PRODUZIONE)	
C) RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	€0
D) - IMPOSTE SUL REDDITO (per le cooperative sociale esenzione con versamento a riserva indivisibile)	€0
E) UTILE/PERDITA D’ESERCIZIO “C – D”	€0



CONCLUSIONI

L'obiettivo che il gruppo-classe si è proposto di raggiungere nel modulo, è stato quello di individuare la forma di società cooperativa sociale ONLUS con ragione sociale "Feedback Viaggi" per la creazione di un'agenzia turistica che ha per oggetto la definizione e promozione di pacchetti turistici nell'ambito del turismo responsabile caratterizzati dall'adozione di principi di giustizia sociale ed economica, di tutela ambientale e rispetto delle culture.

In primis si è realizzato un organigramma aziendale, ripartendo ad ogni singolo allievo delle responsabilità ben precise.

Successivamente, si è proceduto a nominare il presidente, che è anche direttore, un vice-direttore, il responsabile pacchetti turistici, il responsabile commerciale marketing, l'accounting, il responsabile comunicazione e promozione, l'art Director, il responsabile segreteria organizzativa, i banconisti e le guide Turistiche:

Il **gruppo-classe** è stata divisa in piccoli gruppi. Ognuno di essi si occupava di realizzare e redigere il business plan.

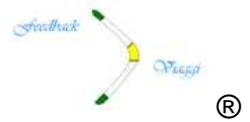
Tutte le notizie su cui si è lavorato, sono state estrapolate da Internet, cataloghi, depliant, brochure informative; successivamente sono state rielaborate tutte le idee che ogni gruppo realizzava.

Dopo aver condiviso l'idea imprenditoriale ed aver scelto la denominazione sociale si è provveduto alla suddivisione dei compiti:

- I. Un gruppo si è occupato di integrare ed aggiornare lo studio preliminare realizzato nel primo anno del progetto nel business plan;
- II. Un gruppo ha provveduto a selezionare i viaggi solidali, a pianificare i pacchetti per il turismo scolastico e religioso;
- III. Un terzo gruppo ha elaborato i preventivi per la prenotazione dei soggiorni, per la prenotazione e vendita dei biglietti ferroviari, per la vendita di assicurazione dei viaggi e bagagli;
- IV. Un quarto gruppo ha selezionati i libri e le guide turistiche da vendere;
- V. Un quinto gruppo si è occupato di definire gli investimenti, l'organizzazione e la pianificazione economico-finanziaria.

I gruppi si sono rapportati tra di loro simulando degli uffici di competenza attraverso il coordinamento del docente del modulo.

Al termine delle ricerche i lavori sono stati assemblati in un unico documento e si è proceduto alla



stesura definitiva di questo “BUSINESS PLAN”.

I corsisti:

Bisceglia Michele

Buttacchio Angelo

Cappucci Maria Teresa

Cuttitta Claudio

Danza Angelo

Di Legge Angelo

Fiore Antonio

Nardella Anna Rita

Nardella Leonardo

Palladino Rossella

Pazienza Annalisa

Perna Maria Pia

Quitadamo Francesco Pio

Siena Antonio

Siena Sonia

