

ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

PRIMA SIMULAZIONE 12/03/2026

Indirizzo: TURISMO

DISCIPLINA: DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

DOCUMENTO

RAPPORTO SUL TURISMO ITALIANO 2025

Il **2025** si è concluso come un **anno record** per il turismo in Italia, consolidando la sua posizione ai vertici europei. Il settore ha generato un impatto economico di 237,4 miliardi di euro (circa il 13% del PIL).

Dati chiave 2025

- **Presenze totali:** Raggiunti i 479,3 milioni di pernottamenti (+2,3% rispetto al 2024), superando i competitor diretti come Francia e Germania.
- **Arrivi:** Oltre 185 milioni di visitatori unici, con una crescita del 7,1%.
- **Turismo Internazionale:** Gli stranieri rappresentano ormai il 55% dei flussi complessivi. I mercati principali includono Regno Unito, Stati Uniti, Germania e una forte ripresa da Canada e Giappone.
- **Settore Extra-Alberghiero:** Ha registrato la crescita più marcata (+13%), trainato da B&B, agriturismi e affitti brevi, rispetto al +3% del comparto alberghiero.
- **Regioni Top:** Il Veneto si conferma la regione più visitata, mentre il Trentino-Alto Adige ha dominato sia le preferenze estive che quelle invernali.

Il 2025 si conferma anche un anno record per il turismo in **Piemonte**, con una crescita netta nei primi 9 mesi del +5% negli arrivi e +7% nelle presenze rispetto al 2024. Il turismo estero domina (55% dei pernottamenti), con un forte boom dagli Stati Uniti.

Torino e Provincia brilla grazie ai grandi eventi (ATP, Salone del Libro) e si conferma meta di eccellenza con una permanenza media elevata.

Il 2025 ha visto però, una forte saturazione ricettiva, in particolare proprio durante gli eventi culturali e sportivi.

Colline e Laghi: forte interesse per il turismo all'aria aperta e naturalistico, specialmente nelle zone montane.

Sentiment: Il gradimento dell'offerta turistica piemontese è di 86,7/100, superiore alla media nazionale (86,5/100).

- **Eventi Trainanti:** Il Giubileo 2025 e la Biennale di Venezia hanno spinto gli arrivi internazionali, specialmente a Roma e nel Centro Italia.
- **Turismo delle Radici e Borghi:** Cresce l'interesse per i piccoli borghi e le destinazioni meno note ("Slow Tourism"), con livelli di soddisfazione dei visitatori ai massimi storici.
- **Stagionalità:** Il turismo invernale (dicembre 2025 - marzo 2026) ha segnato il miglior risultato dal 2010, con circa 93 milioni di presenze stimate.

Sfide Rilevate

Nonostante i record, il report evidenzia alcune criticità:

- **Calo Balneare:** Gli stabilimenti hanno subito una contrazione delle presenze tra il 20% e il 30% nell'estate 2025, complici i costi elevati e il meteo instabile a luglio.
- **Potere d'Acquisto Domestico:** Mentre il turismo straniero vola, quello degli italiani ha mostrato lievi segnali di rallentamento (-2,7% in alcuni trimestri) a causa di motivi economici.

Viaggi 2026

le tendenze che stanno trasformando il turismo

Il settore del turismo sta attraversando una trasformazione profonda e multidimensionale, guidata dall'innovazione tecnologica, dalla crescente attenzione alla sostenibilità e dal desiderio di esperienze autentiche. Le tendenze previste per il 2026 delineano un panorama ricco di opportunità per i professionisti del settore e per i viaggiatori sempre più consapevoli. Vediamo nel dettaglio i trend emergenti che plasmeranno il modo di viaggiare nei prossimi anni.

1. Personalizzazione tramite AI e prenotazioni digitali

La trasformazione digitale del turismo raggiungerà un nuovo livello nel 2026. Si prevede che il 65% delle prenotazioni sarà effettuato online, con un uso crescente di smartphone e piattaforme OTA (Online Travel Agency). L'intelligenza artificiale generativa permetterà di

creare itinerari su misura in tempo reale, adattati ai gusti, al budget e alle esigenze specifiche dei viaggiatori.

Per i professionisti del turismo, padroneggiare strumenti di AI e CRM sarà essenziale per offrire esperienze personalizzate e aumentare la fidelizzazione.

2. Turismo sostenibile e rigenerativo

Il turismo sostenibile si evolverà verso forme più avanzate, come il turismo rigenerativo: non solo ridurre l'impatto ambientale, ma contribuire attivamente al miglioramento delle comunità locali e degli ecosistemi. Destinazioni come Queenstown (Nuova Zelanda) e l'isola di Hainan (Cina) sono già modelli virtuosi in questo senso.

Per chi opera nel turismo, progettare offerte green e collaborare con realtà locali è una scelta strategica e di valore.

3. Wellness Tourism e “Vitamin T”

La salute e il benessere saranno sempre più al centro dell'esperienza di viaggio. Il concetto di “Vitamin T” (tempo, tranquillità, trasformazione) si tradurrà in ritiri di meditazione, spa naturali, detox digitali e percorsi in natura.

Il turismo del benessere crescerà anche grazie a una maggiore attenzione all'equilibrio mente-corpo, in una società sempre più stressata.

4. Bleisure e nomadismo digitale

Il confine tra lavoro e tempo libero continuerà ad assottigliarsi. Il bleisure (business + leisure) e il nomadismo digitale porteranno i professionisti a vivere e lavorare da luoghi remoti, favoriti da visti ad hoc e infrastrutture digitali nei resort e coworking.

I professionisti del turismo dovranno saper offrire servizi flessibili, connettività e ambienti adatti a questa nuova categoria di viaggiatori.

5. Esperienze culturali e immersive

Il viaggio non è più solo visita, ma partecipazione. Il 2026 vedrà crescere la domanda di turismo esperienziale, che coinvolge il turista in laboratori, corsi, tradizioni locali, artigianato e vita quotidiana.

Un'opportunità preziosa per valorizzare borghi, comunità e territori meno noti, puntando sullo storytelling e sulla co-creazione dell'esperienza.

6. Turismo spaziale e ricerca dell'insolito

Il turismo spaziale diventerà una realtà di nicchia ma affascinante. Voli suborbitali e soggiorni in orbita attrarranno viaggiatori alto-spendenti, ma il desiderio di esperienze “fuori dal comune” si manifesterà anche a terra, con forme di astro-turismo e viaggi nei cieli bui (dark sky reserves) per osservare le stelle lontano dall'inquinamento luminoso. Un trend che unisce avventura, scienza e contemplazione.

7. Turismo legato ad eventi e bleisure culturale

Eventi globali, festival e manifestazioni culturali saranno sempre più al centro delle motivazioni di viaggio. Il turismo “event-driven” vedrà un picco con appuntamenti come la Coppa del Mondo 2026.

Allo stesso tempo, il “bleisure culturale” prenderà piede grazie a visti unificati e politiche di accoglienza integrata, come nel caso dei Paesi del Golfo (GCC).

8. Trasporti alternativi e green

La mobilità sostenibile sarà una componente chiave del turismo del futuro. L'alta velocità ferroviaria registrerà una crescita significativa, sottraendo quote al trasporto aereo.

Parallelamente, si diffonderanno velivoli elettrici, carburanti sostenibili (SAF) e forme di mobilità condivisa.

Gli operatori dovranno ripensare gli itinerari e integrare soluzioni di trasporto a basso impatto.

Il 2026 sarà un anno di consolidamento di un nuovo modello di turismo: più consapevole, personalizzato e sostenibile. Chi lavora nel settore turistico dovrà investire in formazione, tecnologie e progettazione esperienziale per rispondere a una domanda sempre più sofisticata.

Il viaggio non è più solo una pausa, ma un atto di scoperta, relazione e trasformazione.

ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

PRIMA SIMULAZIONE 12/03/2026

Indirizzo: TURISMO

DISCIPLINA: DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

Il candidato svolga la prima parte e due quesiti a scelta tra quelli proposti nella seconda parte (dati mancanti a scelta).

PRIMA PARTE

Prima una stretta di mano, poi un abbraccio: Luca e Maria non si vedevano da 12 anni, dallo scritto-seconda prova dell'Esame di maturità dell'istituto Tecnico commerciale di Cuneo.

Maria infatti, oggi lavora in banca a Torino e Luca con la sua grande passione per l'arte culinaria, da due anni gestisce, nella provincia di Torino, un piccolo ristorante con annesso un piccolo albergo di 8 camere. Luca ha letto l'annuncio di vendita di un grande magazzino attiguo al suo ristorante-albergo, ormai da tempo in disuso e intende acquistarlo sfruttando anche la possibilità di partecipare ai bandi di finanziamenti PNRR destinati a giovani imprenditori.

Luca ha rivolto a Maria l'invito a ricordare con qualche nostalgia i "tempi che furono", gli anni dei sogni e dei progetti, ma anche perché ha bisogno di "alcune dritte" – dice lui – perché, rivolgendosi alla sua banca, è venuto a sapere che Maria si occupa di consulenza finanziaria per le piccole e medie imprese.

Luca espone a Maria la sua idea e terminata la cena i due si lasciano e l'imprenditore assicura che farà i "compiti per la prossima settimana" e li invierà alla sua interlocutrice.

In particolare relativamente al Business Plan, che verrà richiesto dall'Istituto di Credito, egli predisporrà per una revisione di Maria:

- a. l'idea progettuale (sintesi preliminare, descrizione dell'impresa, prodotto/servizio);
- b. il piano di marketing;

- c. il prospetto investimenti (per un triennio) con i relativi costi di acquisizione e ristrutturazione del fabbricato, di sistemazione e ammodernamento dell'intero stabile con annesse attrezzature, ampliando la capacità ricettiva a 15 camere;
- d. il prospetto dei finanziamenti relativo al primo anno.

Il candidato proceda ad elaborare e presentare il Business Plan relativamente alle parti sopra specificate.

SECONDA PARTE

1. Presentare un programma di viaggio (5 giorni/4 notti) predisposto dall'agenzia viaggi "GreenVibes" di Torino che si occupa di incoming, inserito nel catalogo "Tendenze e viaggi 2026" e avente come riferimento, la struttura ristorativa-ricettiva di Luca.
Presentare inoltre, i calcoli relativi alla tariffazione del pacchetto turistico, utilizzando il metodo del full costing.
2. Presentare l'iter di "costruzione" di un pacchetto turistico a catalogo da parte di un tour operator, analizzandone le relative fasi con particolare attenzione alla tipologia di contratti che possono essere sottoscritti.
3. Spiegare la break even analysis con relativa esemplificazione numerica e rappresentazione grafica.
4. Spiegare l'importanza dell'analisi dei costi e analizzare in modo dettagliato il metodo del Direct costing. Presentare anche, una esemplificazione numerica con riferimento alla struttura alberghiera di Luca.

Durata massima della prova: 6 ore.

È consentito l'uso di calcolatrici scientifiche e/o grafiche purché non siano dotate di capacità di calcolo simbolico.

È consentito l'uso del dizionario della lingua italiana.

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