

BUSINESS PLAN



Il Lago Di Como

Il Lario, più comunemente lago di Como, è un lago lombardo naturale, originato da profonde escavazioni fluviali durante la crisi di salinità del Mediterraneo, modellato dalle ripetute glaciazioni pleistoceniche, ricadente nei territori di comuni appartenenti alle province di Como e Lecco.

Profondità massima: 414 m.
Tra Nesso e Argegno.

Altitudine media: 199 m. s.l.m.

Perimetro: 180 km

Superficie: 145 km²

Larghezza massima: 4,3 km.
Da Menaggio a Fiumelatte.

Larghezza minima: 650 m.
Tra Careno e Torriggia.

Lunghezza in linea d'aria: 46 km.
Da Gera Lario a Como

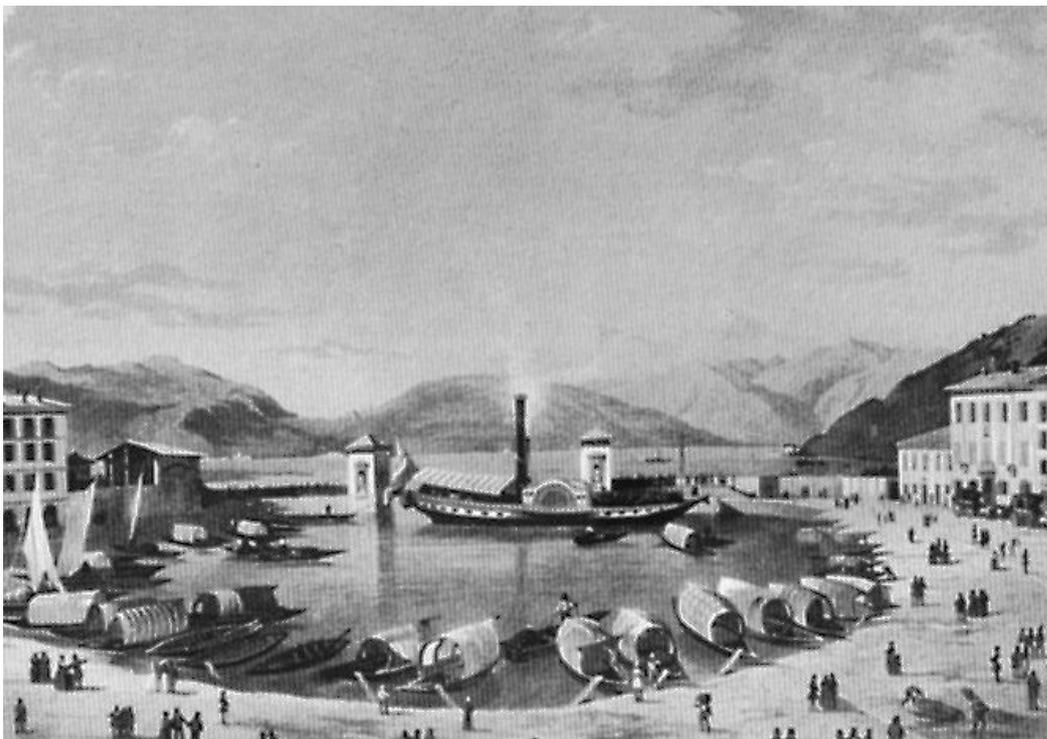


LA NAVIGAZIONE SUL LARIO IERI



La navigazione di linea sul lago ha radici molto antiche, in quanto il primo battello a vapore entrato in servizio - il Lario - fu varato nel 1826. Negli anni Settanta del XIX Secolo si sviluppò un'accanita concorrenza tra le due principali società di navigazione: la "Società Lariana" e la "Società Italiana". Sorsero anche società minori. In questo periodo fu costruito il più grande battello che abbia mai solcato le acque lariane, il Lombardia, lungo 63 metri. All'inizio del Novecento venne creata una flottiglia di motoscafi per i servizi secondari e fu aperto un servizio di traghettamento veicoli.

Nel dopoguerra la motrice a vapore fu abbandonata a favore del motore diesel, che fu applicato su battelli di più piccola stazza.



LA NAVIGAZIONE LARIO OGGI

La Navigazione Lario del Lago di Como dispone di 43 mezzi, di cui 36 in servizio effettivo.

- Tre aliscafi, di cui uno in servizio invernale;



- Tre catamarani;



- Diciassette motonavi;



- Sei motonavi traghetto;



- Quattro motoscafi;



- Tre piroscafi.



CHI SIAMO

L'impresa **Navigalario** nasce nell'anno scolastico 2012-2013 dall'idea della classe 3 H Turismo, dell'ITES Caio Plinio Secondo di Como, nell'ambito del progetto che prevede la creazione di un'impresa formativa simulata (IFS) collegato all'esperienza di alternanza scuola-lavoro, da realizzare nel settore turistico.

Questo progetto si propone di aiutare i ragazzi a sviluppare competenze e professionalità specifiche rispetto al turismo: con l'impresa simulata, infatti, gli studenti possono progettare, verificare e, se necessario, correggere le attività e le operazioni riguardanti la gestione dell'impresa, impiegando utilmente le conoscenze acquisite all'interno del corso di studi.

Un altro fattore che ha portato alla decisione di costituire l'impresa simulata Navigalario è legato alla consapevolezza che il territorio comasco è ricco di risorse ancora poco note e non sufficientemente valorizzate ai fini del turismo.

La classe di diciannove studenti si è impegnata con interesse per sviluppare il progetto. Nel progetto gli alunni hanno ricercato le metodologie e le regole per una corretta gestione aziendale al fine di sviluppare un'impresa competitiva all'interno del settore economico di appartenenza.

Nel corso del lavoro, pur nella convinzione della validità dell'idea imprenditoriale, la classe ha potuto verificare le reali difficoltà e il momento di trasformazione che stanno subendo i tour operator, vivendo in prima persona i problemi che affrontano attualmente tali aziende. Questa esperienza, al di là dei risultati economici ipotizzati, ha contribuito a sviluppare senso critico e a ricercare soluzioni ai problemi che di volta in volta si presentavano.

L' IDEA IMPRENDITORIALE

La nostra idea imprenditoriale nasce dal desiderio di far scoprire e conoscere il territorio lariano al di là dei luoghi "comuni" cioè di ciò che normalmente viene proposto ai turisti.

Viviamo in un ambiente naturale che molti ci invidiano:

il nostro lago è circondato da bellezze naturali, storiche e artistiche; sulle sue sponde si sono sviluppate tradizioni culturali che spesso non vengono adeguatamente valorizzate.

La nostra formazione professionale nell'ambito turistico e i dati relativi al costante incremento dei turisti stranieri sul lago di Como ci hanno spinti a costituire la Navigalarario s.r.l. come Tour operator incoming, specializzato nella vendita di itinerari sul territorio lariano.

Crediamo, inoltre, che Expo 2015 possa costituire un'ottima opportunità per la nostra azienda per farsi conoscere. L'inizio dell'attività a un anno dall'apertura di Expo, ci consente di valutare e, eventualmente, migliorare le nostre offerte.

Oltre a questa attività offriamo altri servizi di accesso: accompagnatori turistici con specializzazione in diverse lingue(Inglese, Francese, Tedesco, Spagnolo, Russo, Cinese) e animatori.

Perché Navigalarario?

Vogliamo condurre l'escursionista alla scoperta del "Lario" e del suo territorio innanzitutto partendo dal "centro" del lago cioè cominciando a stupire il turista nell'ammirazione delle sue sponde per poi condurlo nei paesi e nelle valli che lo circondano.

Le escursioni e gli itinerari proposti prevedono l'utilizzo dei battelli e degli aliscafi della Società Navigazione Laghi che è la nostra azienda tutor.

La mission della Navigalarario è **la scoperta del territorio navigando sul lago.**

Nel logo sono presenti gli elementi che caratterizzano il territorio: il lago, le montagne, il mezzo di trasporto utilizzato: i battelli della Società Navigazione Laghi.

L'immagine rappresenta e sintetizza più di qualsiasi parola la mission dell'azienda.

La navigazione è per sua natura un modo lento di raggiungere mete e destinazioni, ma proprio per questo consente di cogliere particolari paesaggistici che con altri mezzi non sono facilmente percepibili, inoltre, il concetto di "lento" si sta affermando in ambiti quali l'alimentazione, a segnalare un bisogno della nostra società dai ritmi così frenetici di tornare ad una dimensione più vivibile e a praticare forme di turismo diverse da quelle proposte da tanti cataloghi e tour operator.

La struttura organizzativa che ci siamo dati è snella: la società ha un amministratore unico e prevede tre responsabili di settore: il direttore tecnico che si occupa della realizzazione dei pacchetti, il responsabile dell'organizzazione gruppi e il direttore commerciale.

Intendiamo vendere on line i nostri servizi. Questa scelta permette di contenere i costi e dà la possibilità di rendere visibili e disponibili i nostri prodotti ovunque.

IL TARGET

Le informazioni per individuare i target ai quali destinare i nostri servizi sono stati fornite dai dati di settore della Camera di Commercio di Como. Inoltre abbiamo somministrato un questionario a un campione significativo di ragazzi che frequentano il nostro istituto.

Attraverso l'analisi dei dati abbiamo rivolto il nostro interesse ai giovani e i turisti stranieri.

L'analisi dei dati raccolti attraverso i questionari ha dimostrato che i giovani nella fascia di età dai 14 ai 19 anni hanno interesse a visitare le località sul lago in occasione di eventi di carattere musicale e per visitare i monumenti e altri luoghi d'interesse. In secondo luogo i turisti stranieri, non meno importanti, perché hanno la curiosità di scoprire le bellezze del Lago di Como.

DATI TURISMO A COMO E PROVINCIA DAL 2008 AL 2012

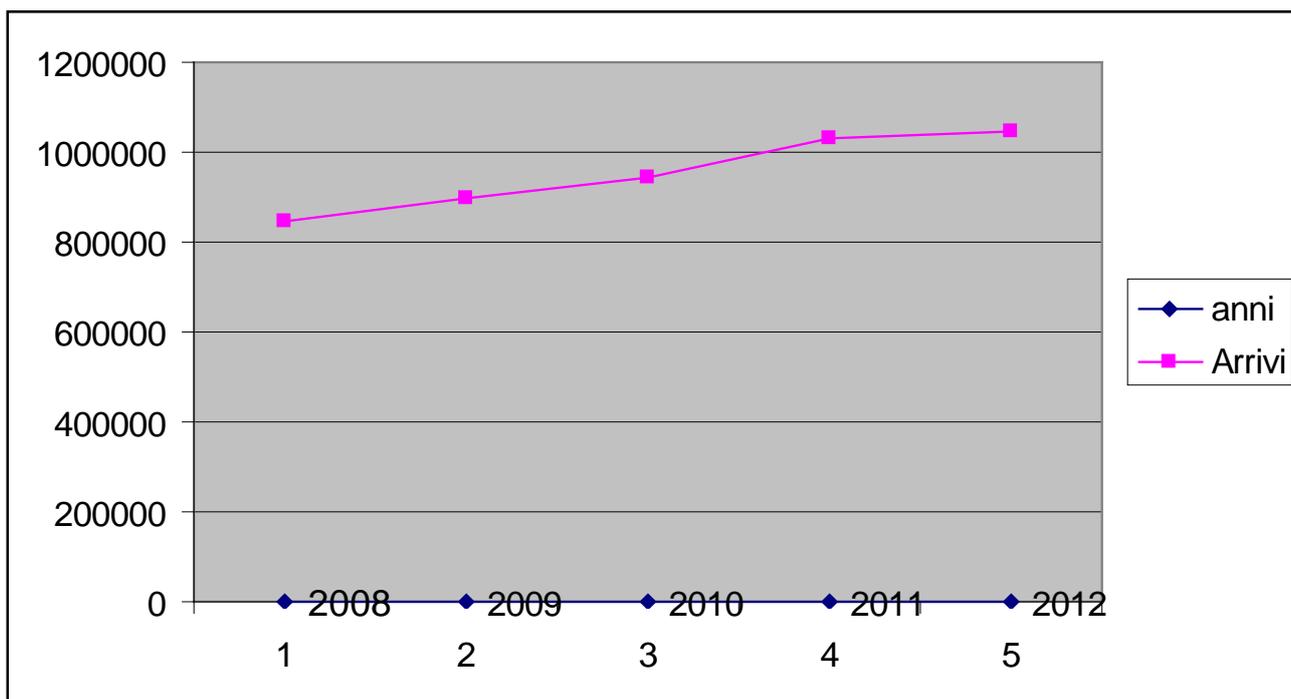
In termini di arrivi e presenze, i dati comunicati dal Settore Turismo della Provincia di Como mettono in luce come il 2012 sia stato un altro anno positivo (ma in rallentamento) per il settore turistico.

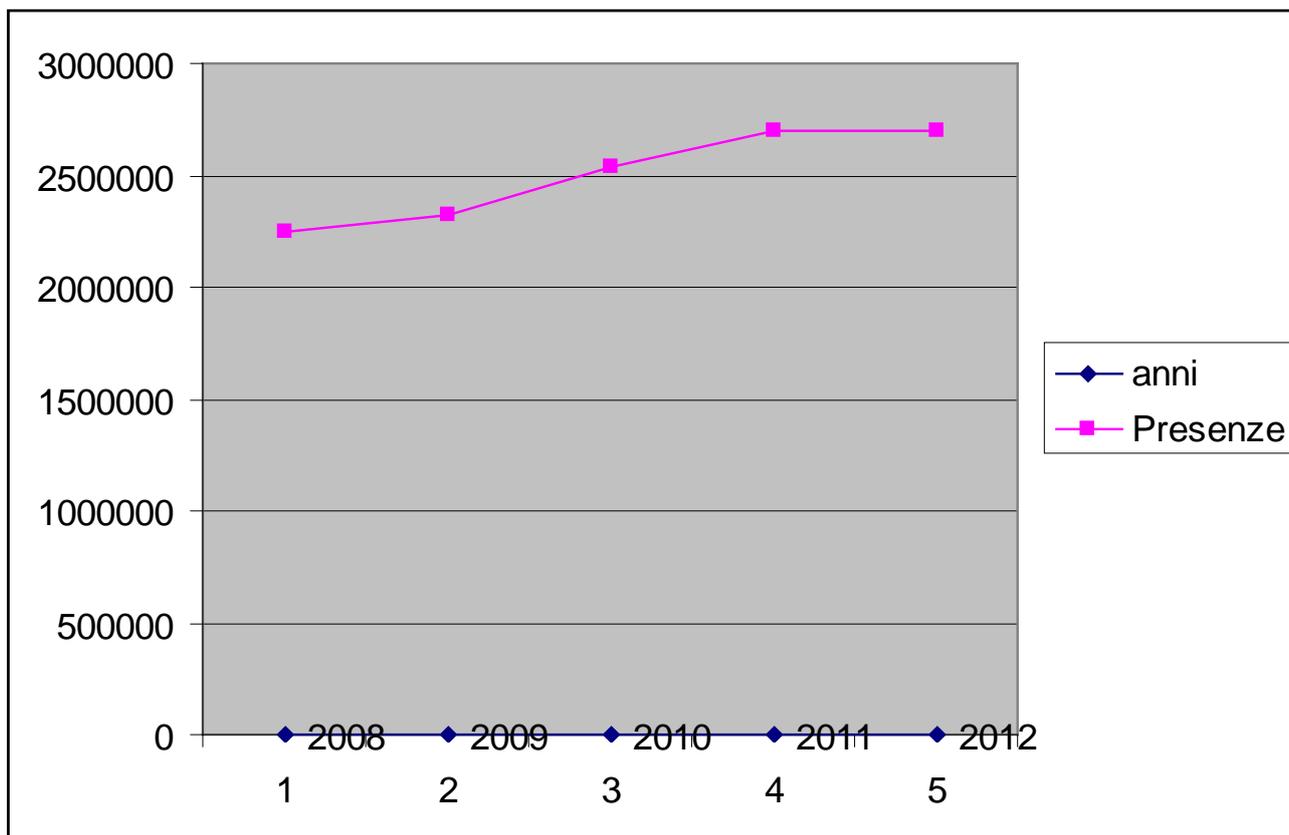
I turisti arrivati nel territorio comasco sono stati complessivamente 1.046.603, circa 13.500 in più rispetto al 2011 (+1,3%) e quasi 200.000 in più sul 2008. Le giornate di presenza sono state complessivamente 2.695.544 (stabili rispetto al 2011, in aumento di 450.000 sul 2008).

Per quanto riguarda la distinzione tra turisti italiani e turisti stranieri possiamo dire che sia gli arrivi che le presenze dei turisti italiani sono in calo.

Il turismo lariano è stato salvato dalla componente estera: gli arrivi e le presenze di turisti stranieri sono aumentati in un anno, rispettivamente, del 2,5% e del 2,4%, toccando così i massimi storici di 700.000 arrivi e quasi due milioni di giornate di presenza sul nostro territorio.

I grafici sotto riportati rappresentano le serie storiche negli anni dal 2008 al 2012, degli arrivi e delle presenze nel territorio lariano dei turisti nel loro complesso.





Dati statistici pubblicati dalla Camera di commercio di COMO

Primi dati della stagione 2013

I dati 2013 registrano un lieve calo (1,4%) rispetto ai dati del 2012. L'incremento dei turisti stranieri ha parzialmente compensato il notevole calo (circa 8-9%) dei turisti italiani. Si registra un incremento della presenza dei turisti Russi, Cinesi e Indonesiani. Gli operatori del settore guardano con estremo interesse ai mercati emergenti.

Un punto critico riguarda la stagione invernale dove il calo è significativo (-3,93%), mentre la stagione estiva ha evidenziato dati più confortanti.

Si auspica, da parte degli operatori, un maggior numero di eventi nella stagione invernale che possano richiamare i turisti nel territorio lariano.

Le informazioni e i dati sono ricavati da un articolo comparso nella Provincia del 2 gennaio 2014.

LA RICERCA DI MERCATO

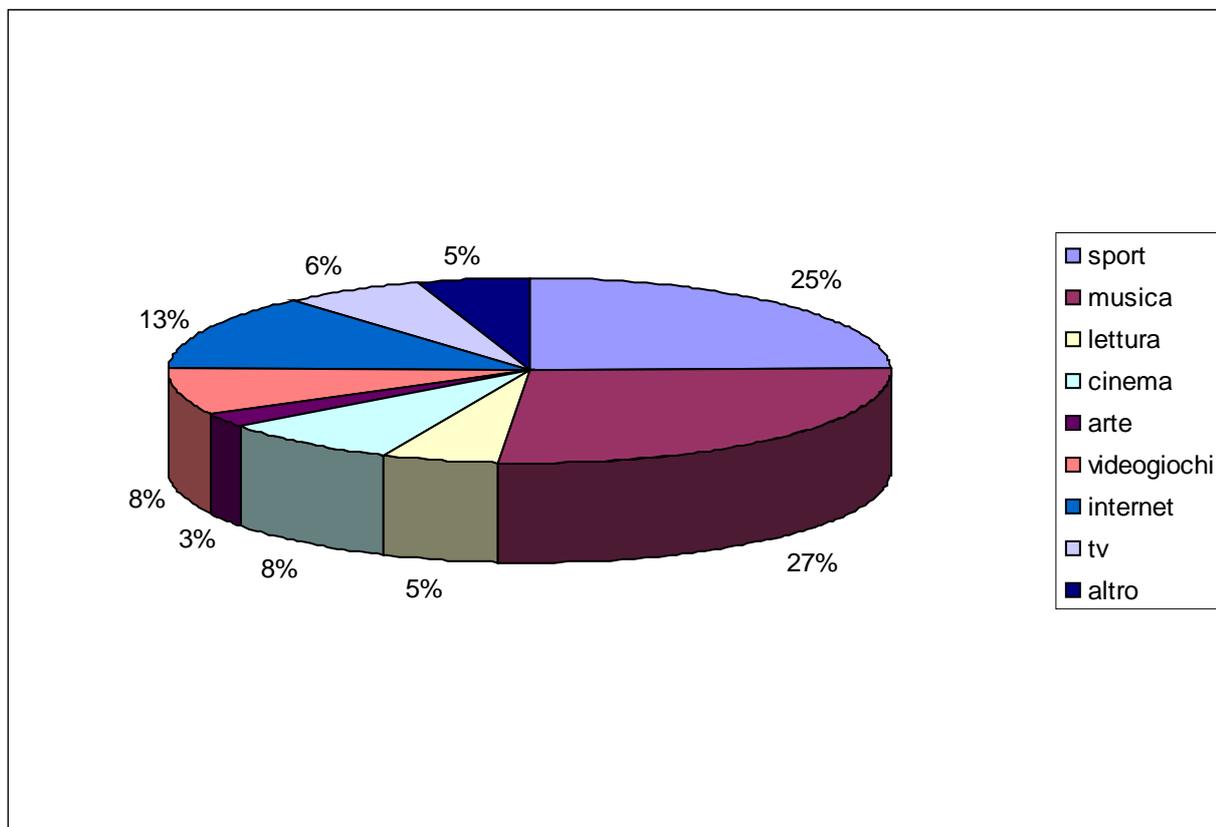
Abbiamo somministrato a un campione significativo di ragazzi delle classi dalla prima alla quinta del nostro Istituto un questionario per ottenere informazioni sull'interesse rispetto all'effettuare escursioni, attività sportive o partecipare ad eventi che si tengono nelle località lambite dal lago.

Alcune domande del questionario prevedevano più risposte.

La ricerca di mercato ci è servita per valutare se il segmento costituito dai ragazzi può essere interessante rispetto alla creazione di itinerari a loro dedicati.

Dati complessivi:

INTERESSI



Per quanto riguarda l'analisi dei dati sugli interessi abbiamo rilevato che le preferenze maggiori sono:

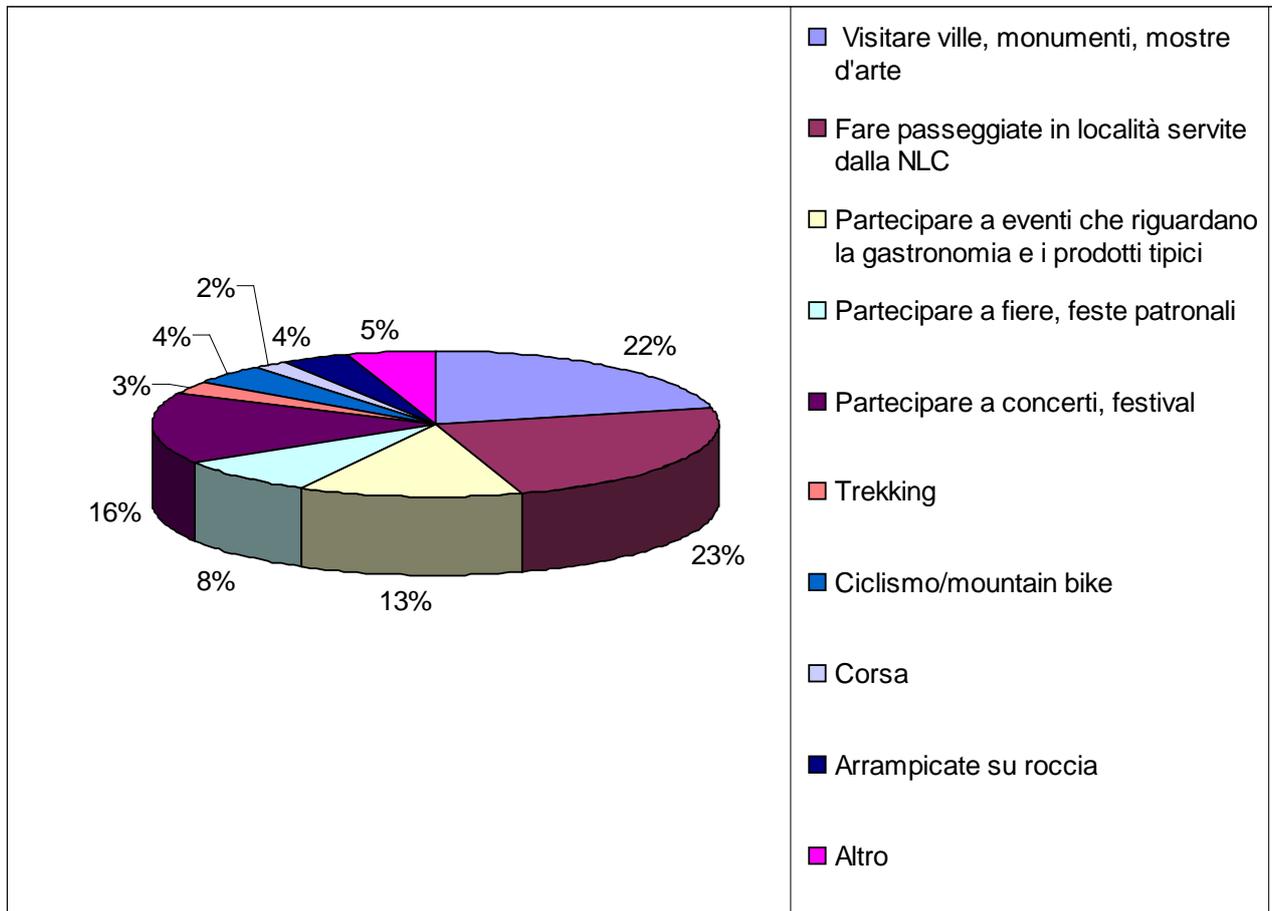
- lo sport pari al 25%
- la musica pari al 27%

I questionari hanno rilevato un interesse minore (dal 3 % al 5 %) nei seguenti casi:

- la lettura
- l'arte
- altre attività differenti da quelle proposte

Uso battello

Alla domanda 4 se l'intervistato aveva già effettuato escursioni in battello sul lago di Como, il 15% del campione ha risposto di no. La restante percentuale del campione ha utilizzato il battello con le seguenti motivazioni:

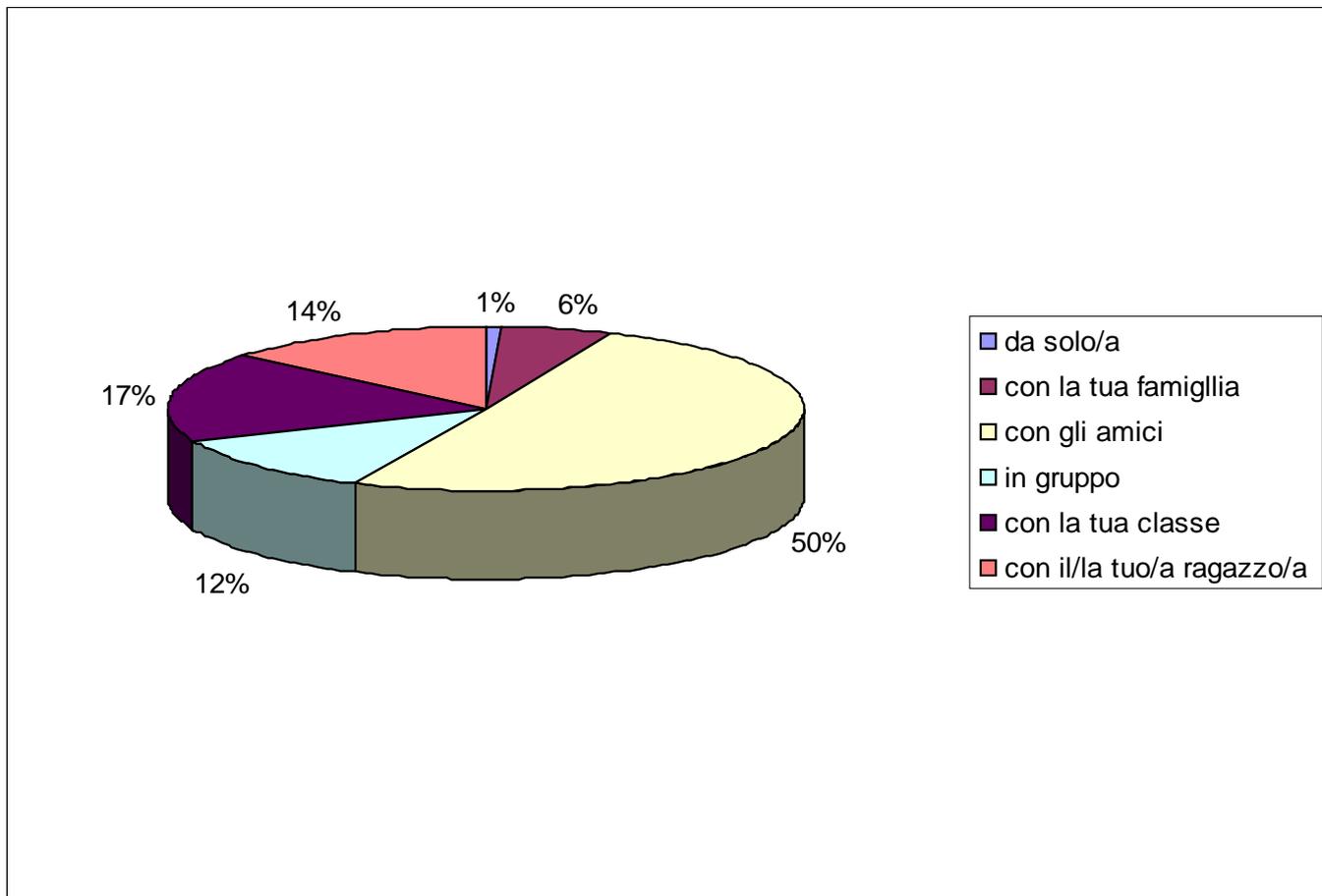


Per quanto riguarda l'analisi dei dati sull'uso del battello abbiamo rilevato che le preferenze maggiori sono:

- Visitare ville, monumenti, mostre d'arte pari al 22%
- Fare passeggiate in località servite dalla Navigazione Lago di Como pari al 23%

I questionari hanno rilevato minore interesse nel caso delle attività sportive.

Con chi andare



Per quanto riguarda l'analisi dei dati sulla preferenza con chi effettuare la gita abbiamo rilevato che le preferenze maggiori sono per viaggi:

- Con la classe pari al 17 %
- Con amici pari al 50%

I questionari hanno rilevato un interesse minore nei seguenti casi:

- Con la propria famiglia pari al 6%
- Da soli pari all' 1%

I NOSTRI PRODOTTI

I nostri prodotti sono costituiti da pacchetti turistici che propongono itinerari e soggiorni sul lago di Como e nei dintorni. Sono caratterizzati dal fatto che è sempre previsto l'uso dei battelli o degli aliscafi per raggiungere le mete proposte.

Il nostro direttore tecnico ha previsto cinque aree tematiche per la realizzazione dei pacchetti:

LAGO ROMANTICO

SPORT

GIOVANI

LIDI

EVENTI

I pacchetti sono stati composti selezionando le località di maggior richiamo, ma anche proponendo località meno conosciute nel circuito turistico tradizionale che offrono angoli suggestivi, o che hanno un interesse storico, culturale, artistico o naturalistico.

L'offerta è varia e strutturata in modo da tenere conto delle tendenze del mercato turistico locale che vede una buona tenuta, nonostante la crisi in atto.

Le statistiche indicano che la diminuzione dei turisti italiani è compensata dai turisti stranieri, che sono in aumento.

Abbiamo pensato anche ai giovanissimi, soprattutto nel periodo che segue la chiusura delle scuole proponendo soggiorni sul lago o in montagna, accompagnati dagli animatori che compongono il nostro team.

GLI ALTRI SERVIZI

Oltre alla vendita di pacchetti turistici, Navigalarario si occupa anche dei servizi turistici d'accesso.

Nella nostra azienda operano accompagnatori turistici molto preparati e con conoscenze linguistiche che comprendono inglese, francese, tedesco, spagnolo, arabo, russo, cinese.

Su richiesta, è quindi possibile visitare località al di fuori dei pacchetti proposti accompagnati dal nostro personale.

IL PREZZO

Abbiamo definito il prezzo dei nostri prodotti applicando il metodo del mark up. Per ogni pacchetto creato abbiamo sommato i costi specifici dei servizi turistici e applicato una percentuale variabile tra il 15% e il 20% che deve coprire la quota di costi comuni e assicurare un utile. Nel determinare i prezzi abbiamo tenuto conto dei prezzi della concorrenza, cercando di assicurare un buon rapporto qualità- prezzo.

Abbiamo scelto una strategia di penetrazione lenta nel mercato, rinunciando ad ottenere margini di profitto considerevoli a favore di un progressivo consolidamento della nostra immagine sul mercato.

LISTINO PREZZI

Due giorni sul Lario	60 €
Trekking a Pigra e visita isola Comacina	25 €
Ferragosto sul Lago di Como (due giorni)	135 €
Un lago d'amore (due giorni)	170 €
Battellata notturna	80 €
Camminate nel verde del lago di Como	50 €
Vita da spiaggia	
Prima opzione:	50 €
Seconda opzione:	52 €
Lido di Bellano	40 €
Week end con ritorno al medioevo	190 €
Tra romantiche ville (tre giorni);	
Alloggio presso Hotel 4 stelle (alta stagione):	450 €
Alloggio presso Hotel 4 stelle (bassa stagione):	350 €
Alloggio presso B&B (alta/bassa stagione):	320 €
Camping Gefara (cinque giorni)	119 €
Da Como al rifugio Murelli (tre giorni)	55 €
Tour del lago di Como in bicicletta (quattro giorni)	270 €

I SERVIZI

Prezzi accompagnatore:

-Giornata intera: 120 €

-Mezza giornata: 60 €

-Singola ora: 25 €

Prezzi animatore:

-Singola ora: 25 €

L'ANALISI SWOT

Abbiamo analizzato la situazione esterna all'azienda che svolgerà la propria attività in un settore nel quale operano altri tour operator e tour organizer a prevalente attività outgoing.

Abbiamo quindi scelto di svolgere la nostra attività di tour operator incoming, rivolgendoci soprattutto al turismo estero; inoltre intendiamo sviluppare il turismo rivolto ai giovani.

Lo schema che segue sintetizza l'analisi compiuta.

<u>Punti di forza</u>	<u>Strenght</u>	<u>Punti di debolezza</u>	<u>Weakness</u>
Personale molto preparato professionalmente: conoscenza delle lingue straniere profonda conoscenza del territorio e dei beni artistici presenti Itinerari diversi da quelli generalmente proposti Buon rapporto qualità-prezzo		Crisi economica Condizioni meteorologiche non sempre favorevoli Elevata stagionalità del turismo sul lago Presenza di un elevato numero di barche private Scarsa attrattività del turismo lacustre	
<u>Opportunità</u>	<u>Opportunities</u>	<u>Minacce</u>	<u>Threats</u>
Proposta di nuovi itinerari turistici e culturali a prezzi vantaggiosi Offerte speciali per gruppi di turisti Afflusso notevole di turisti in occasione di Expo 2015		Concorrenza degli altri laghi della Lombardia Mancanza di un sistema di pianificazione integrata dallo sviluppo turistico locale	

LA CONCORRENZA

I tour operator presenti nella città di Como e in provincia sono numerosi, ma la nostra azienda si differenzia dalle altre, operanti in modo prevalente sul turismo outgoing, perché rivolta al turismo incoming, cioè a turisti italiani e stranieri che desiderano visitare il lago di Como.

Nome	Ubicazione
I Viaggi di Oscar	Via Pretorio 9, Como
Viaggi Mentasti	Via F.Il Recchi, Como
Autoservizi Locatelli	Como città
Agenzia Viaggi Paradisi Lontani	Via Provinciale 16°, Como
Viaggi Plinio	Via Rezzonico 51, Como
Agenzia Viaggi Sette sentieri	Via Milano 112 Como
Ganesh Turismo e Viaggi	Via Giovio 12 Como
Arianna Viaggi	Via Milano 164 Como
Tonidiblu s.r.l	Via Massenzio Masia, 53 Como
Agenzia Viaggi Le Marmotte	Piazza Volta 33 , Como
Agenzia Viaggi Vive la vida	Via Caniggia Architetto 5, Como
Benetti Viaggi	Via Cinque Giornate 28, Como
Bluvacanze	Via Carducci Giosuè 3, Como
Como Alta s.r.l	Via Oltrecolle 147, Como
Last Minute Tour	Via Del Pero Adamo 11, Como
Etlisind s.r.l	Via Italia Libera 15, Como
Brandolese Sofia	Via Cantù Cesare 74, Como
Viaggi Ronchi snc	Via Lungo Lario Trieste 12, Como
Nav & Flu Viaggi Giramondo	Via Adriano Auguadri 4, Como

L'ORGANIZZAZIONE DELL'ATTIVITA'

L'ATTIVITA' PRODUTTIVA DEI TOUR OPERATOR

Il prodotto creato e venduto dai tour operator si chiama pacchetto. Nonostante sia un prodotto immateriale, quindi non visibile, il tour operator acquista i fattori produttivi rappresentati dai servizi turistici – attività ricettive, trasporti, ristorazione, servizi di accoglienza, servizi d'accesso- e li compone ottenendo il prodotto finale rappresentato dal pacchetto. Per potersi definire pacchetto occorre che siano presenti almeno due dei servizi sopra elencati.

Il responsabile della produzione dei pacchetti è il programmatore che si occupa di studiare gli itinerari e verificare l'adeguatezza delle infrastrutture e dei servizi.

La visibilità del prodotto è data dal catalogo viaggi o dalle brochure illustrate.

In passato il catalogo era esclusivamente cartaceo, attualmente i tour operator rendono disponibili i cataloghi anche on line.

L'ORGANIZZAZIONE

La struttura organizzativa che ci siamo dati è lineare e flessibile.

Si è scelto di non avere dipendenti: tutti i soci lavorano per Navigalaro e hanno la partita IVA.

L'assemblea dei soci ha deciso di affidare l'amministrazione e la direzione della società ad un Amministratore unico.

Il nostro Amministratore unico è titolare dell'autorizzazione **A** che consente lo svolgimento dell'attività di tour operator.

Le tre figure direttive che si occupano dei settori operativi della s.r.l sono:

- il Direttore tecnico
- il Coordinatore e organizzatore gruppi
- il Direttore commerciale

Il Direttore tecnico

Il Dt è in possesso dell'abilitazione rilasciata dalla regione. Si occupa dell'attività di packaging, quindi di ideare i vari pacchetti. E' colui che è a capo del core business dell'azienda.

Il Coordinatore e organizzatore gruppi

Si occupa di organizzare e coordinare l'attività degli accompagnatori turistici e degli animatori.

Ha seguito un corso per diventare animatore e svolge egli stesso l'attività quando richiesto.

Il Direttore commerciale

Si occupa della vendita dei servizi e del marketing.

Poiché questa attività non richiede un'occupazione a tempo pieno, almeno nelle fasi iniziali, quando necessario svolge anche la mansione di accompagnatore turistico dei gruppi stranieri.

Per l'Amministratore unico l'assemblea dei soci ha deciso un compenso annuale di 12 000 euro, alle tre figure dirigenziali è stato stabilito un compenso annuale pari a 6 000 euro ciascuno.

Gli Accompagnatori turistici e gli Animatori

Tutti i soci di Navigalaro hanno conseguito il diploma di Perito turistico. La maggior parte è in possesso del titolo di Accompagnatore turistico, quattro hanno frequentato il corso per Animatori nei villaggi turistici.

LA FORMA GIURIDICA

La nostra società è una S.r.l. cioè una società a responsabilità limitata. Questa forma giuridica è indicata per le aziende di medio-piccole dimensioni. Nella nostra società ogni socio è titolare di una quota di partecipazione di 4.000 euro corrispondente alla frazione di capitale che è stato sottoscritto. L'amministratore della nostra S.r.l. è affidata a un socio nominato con decisione dei soci, il quale rimane in carica a tempo indeterminato. La responsabilità è limitata ai conferimenti. Per alcuni aspetti la nostra società è simile alla Spa. La riforma del 2004 concede ai soci un'ampia libertà sia nei conferimenti sia nell'organizzazione. La S.r.l. deve avere un capitale minimo di 10.000€, la Navigalaro si costituisce con un capitale di 76.000€.

L'ANALISI PREVISIONALE

Gli investimenti iniziali

Per iniziare l'attività si prevedono i seguenti investimenti:

INVESTIMENTI	numero	prezzo unitario	Importo
Scrivanie	3	68,00	204,00
Scaffali	2	119,00	238,00
Sedie	15	29,00	435,00
Sedie girevoli	6	99,00	594,00
Tavoli	2	150,00	300,00
Armadi	2	104,00	208,00
Computer	3	700,00	2.100,00
Stampanti	2	50,00	100,00
Software			25.000,00
Complementi arredo			1.800,00
Materiali di consumo			600,00
Affitto locali (6 mesi)			7.200,00
Costi di impianto			4.000,00
Cocktail d'apertura			2.000,00
Pubblicità			600,00
Assicurazioni			10.000,00
Liquidità			20.621,00
TOTALE			76.000,00

Il preventivo degli investimenti iniziali comporta un impiego di risorse monetarie derivanti dai conferimenti iniziali dei soci pari a 55.379,00 euro che lascia disponibili 20.621,00 euro di liquidità.

La Navigalarario intende operare inizialmente con i fornitori di servizi turistici solo dopo aver ricevuto la richiesta di acquisto dei pacchetti da parte dei clienti.

Questo modo di procedere, tipico dei piccoli tour operator e tour organizer, permette di acquisire le risorse finanziarie anticipatamente rispetto al loro impiego e, attraverso le tariffe confidenziali concordate con le aziende ricettive e di trasporto determina il margine di guadagno dei tour operator.

IL BREAK EVEN POINT

Abbiamo determinato il punto di pareggio economico attraverso il calcolo del break even point. Essendo un'impresa multi prodotto, abbiamo calcolato la media ponderata del prezzo di vendita dei pacchetti basandoci sui valori del fatturato e considerando il costo medio ponderato variabile unitario dei pacchetti.

Abbiamo tralasciato i servizi accessori, perché marginali rispetto all'attività principale svolta dalla Navigalaro.

Romantico tra romantiche ville (b.stagione)	30	2%	147	380.00	11'400.00
Romantico tra romantiche ville (a.stagione)	40	4%	242	470.00	18'800.00
Romantico tra romantiche ville B&B	70	5%	316	350.00	24'500.00
Romantico un lago d'amore	300	11%	734	190.00	57'000.00
Romantico Battellata notturna	500	8%	515	80.00	40'000.00
Sport Trekking a Pigra + Isola Comacina	900	4%	290	25.00	22'500.00
Sport Tour del lago di Como in bicicletta	60	3%	209	270.00	16'200.00
Sport camminate nel verde del lago di Como	1'200	12%	773	50.00	60'000.00
Eventi week end con ritorno al Medioevo	80	3%	196	190.00	15'200.00
Eventi Ferragosto sul lago di como	610	16%	1'060	135.00	82'350.00
Lido vita da Spiaggia opzione 1	1'000	10%	644	50.00	50'000.00
Lido vita da spiaggia opzione 2	500	5%	335	52.00	26'000.00
Lido di Bellano	600	5%	309	40.00	24'000.00
Giovani Rifugio Murelli	400	4%	283	55.00	22'000.00
Giovani Camping Gefara	120	3%	185	120.00	14'400.00
Giovani Due giorni sul Lario	380	4%	294	60.00	22'800.00
Totali	6'790	100%	6'531		507'150.00

RICAVI COMPLESSIVI PREVENTIVATI		507'150.00
COSTI VARIABILI DIRETTI	80% dei Ricavi	405'720.00
COSTI COMUNI		97'560.00
Costo variabile ponderato		59.75
Prezzo medio ponderato pacchetti		74.69
BEP		6'531

Le previsioni di vendita del primo esercizio di attività tengono conto dell'apertura di Navigalarario a primavera inoltrata, con una parte della stagione favorevole per i soggiorni e le escursioni sul territorio lariano già trascorsa.

LE PREVISIONI ECONOMICHE

Le previsioni economiche tengono conto dei dati delle aziende di settore, purtroppo non positivi in questi ultimi anni per i tour operator nazionali, dei dati dei flussi turistici in provincia di Como e della strategia di marketing scelta che è quella di una penetrazione lenta nel mercato.

Nel secondo esercizio si spera in un incremento delle vendite dei pacchetti dovuto soprattutto ad un evento di grande richiamo per il turismo come EXPO 2015. Nell'anno successivo la crescita rallenta, ma si prevede comunque un incremento del fatturato.

CONTO ECONOMICO	ES.2014	ES.2015	ES.2016
Ricavi di vendita	513'000	600'000	620'000
Variazione magazzino prodotti	0	0	0
Valore della produzione attuata	513'000	600'000	620'000
Acquisto materie consumo	1'026	1'200	1'240
Variazione magazzino materie	0	0	0
Costi per servizi turistici diretti	410'400	486'000	502'200
Altri servizi e spese generali	90'000	95'000	96'000
Totale costi consumi materie e servizi	501'426	582'200	599'440
VALORE AGGIUNTO	11'574	17'800	20'560
Costi del personale	0	0	0
MARGINE OPERATIVO LORDO (EBITDA)	11'574	17'800	20'560
Ammortamenti	3'000	2'700	2'430
Altri accantonamenti			
REDDITO OPERATIVO (EBIT)	8'574	15'100	18'130
Proventi finanziari	400	800	820
Oneri finanziari	0	0	0
Proventi patrimoniali	0	0	0
Oneri patrimoniali	0	0	0
UTILE GESTIONE CORRENTE	8'974	15'900	18'950
Saldo gestione straordinaria	0	0	0
UTILE PRIMA DELLE IMPOSTE	8'974	15'900	18'950
Imposte sul reddito dell'esercizio	3'590	6'360	7'580
UTILE NETTO DELL'ESERCIZIO	5'384	9'540	11'370

LA PREVISIONE DELLA COMPOSIZIONE DEL PATRIMONIO

Nel prospetto sono sintetizzati i valori previsti per le attività immobilizzate, per le quali si è previsto un ammortamento medio pari al 9%, per i crediti derivanti dall'uso di carte di credito da parte dei clienti che pagano on line, per la liquidità.

Nei primi tre esercizi non sono previsti finanziamenti a medio- lungo termine, per i debiti a breve termine si è prevista una dilazione media di 60 giorni, per quanto riguarda i dividendi si è prevista una distribuzione pari circa al 90% degli utili conseguiti.

STATO PATRIMONIALE	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016
<i>Attività</i>			
IMMOBILIZZAZIONI	31'850.00	28'665.00	25'799.00
CREDITI	52'155.00	61'000.00	63'033.00
LIQUIDITA'	76'157.00	86'781.00	91'978.00
<i>Totale Attività</i>	160'162.00	176'446.00	180'810.00
<i>Passività</i>			
PATRIMONIO NETTO	76'505.00	77'382.00	78'444.00
DEBITI M/L TERMINE	-	-	-
DEBITI BREVE TERMINE	83'657.00	99'064.00	102'366.00
<i>Totale Passività</i>	160'162.00	176'446.00	180'810.00

LA DISTRIBUZIONE

La Navigalarario ha scelto di operare unicamente online, come tale non ha punti di vendita fisici aperti al pubblico.

Questa modalità operativa attraverso il *negozio elettronico* è ormai una scelta obbligata in ambito turistico e presenta numerosi vantaggi.

Il canale diretto, attraverso l'uso di Internet, permette di eliminare i costi relativi alle provvigioni da pagare alle agenzie intermedie e consente una diffusione quasi illimitata della rete di vendita, senza porre limiti di orari o di raggiungibilità.

Un altro vantaggio considerevole è che l'aggiornamento del sito Internet per modificare le offerte o i prezzi dei prodotti è attuabile in modo abbastanza semplice e in tempi rapidi.

Il sito aziendale sarà segnalato sui principali motori di ricerca in modo da acquisire visibilità.

LA COMUNICAZIONE

Il mezzo più importante per la comunicazione, la promozione, la pubblicità di Navigalarario è rappresentato dal sito web.

La prima strategia di marketing farà quindi uso della rete. Per poter diffondere e far conoscere le offerte si adotteranno le seguenti strategie:

- * uso del sito dell'Impresa Navigalarario, con presentazione di tutti i pacchetti e servizi offerti dall'azienda;

- * apposita pagina web all'interno dei siti dell'azienda partner (Navigazione di Como) e link ben evidenziati all'interno del sito del Comune di Como (nella sezione dell'Ufficio Turismo),

- * nei siti delle diverse strutture ricettive che provvederanno ad evidenziare i pacchetti/offerte elaborate da Navigalarario, per le parti di loro competenza

- * mediante i social network (Facebook e Twitter) che possono incrementare la comunicazione delle offerte tramite la rete.

In fase di apertura della nuova azienda il messaggio fondamentale è "da oggi esistiamo".

Il nostro piano per la comunicazione prevede di attivare il sito web una settimana prima dell'apertura dell'azienda, fissata per il 5 maggio 2014.

Rivolgendoci anche ai giovani riteniamo importante la comunicazione alle scuole, attraverso una e-mail indirizzata ai Dirigenti scolastici delle scuole in provincia di Como e nelle province limitrofe e l'invio dei pieghevoli da distribuire nelle scuole stesse. Il giorno dell'apertura è previsto un cocktail al quale saranno invitati l'assessore al turismo del Comune e della Provincia, i giornalisti che si occupano della cronaca locale della Provincia e del Corriere di Como, i rappresentanti delle maggiori federazioni di categoria in provincia di Como: Federalberghi, Fiavet, Astoi, i responsabili locali della Società di Navigazione Laghi e i direttori delle strutture ricettive presenti in provincia con i quali si intende collaborare.

L'invito sarà inviato per posta e attraverso una e-mail tre settimane prima della data di apertura.

Prevediamo di far stampare inizialmente 10 000 biglietti da visita e 5 000 pieghevoli che saranno distribuiti presso le strutture ricettive della provincia di Como e presso le biglietterie della Società di Navigazione operante sul Lago di Como.

Questa distribuzione avverrà nell'ultima settimana di aprile, immediatamente dopo la costituzione di Navigalarario e prima dell'effettiva operatività a pieno regime, prevista per la metà di maggio.

Terminata la fase iniziale, il sito rimarrà il mezzo d'elezione per la comunicazione dell'attività svolta dall'azienda.

In tutti gli strumenti di comunicazione abbiamo puntato molto sul logo di Navigalarario perché lo riteniamo graficamente originale e riconoscibile.

Nel logo sono presenti gli elementi che caratterizzano il territorio : il lago, le montagne, il mezzo di trasporto utilizzato: i battelli della Società Navigazione Laghi.

L'immagine rappresenta e sintetizza la mission dell'azienda:

la scoperta del territorio navigando sul lago.

L'invito per il cocktail di inaugurazione



Lunedì 5 maggio 2014 alle ore 19

In occasione dell'apertura della Nostra società "Navigalarario", tour operator incoming sul territorio lariano, abbiamo il piacere di invitarla al cocktail di apertura che si terrà presso

Hotel Cruise

| via Giosuè Carducci 3, Montano Lucino (Co).

Le chiediamo gentilmente di confermare la presenza.

Navigalarario s.r.l., via Lario 5, 22100 Como.

Tel. 031 2664455 , Infonavigalarario.co@gmail.com , www.weblombardia.it/navigalarario

Il biglietto da visita



- itinerari sul Lago di Como
- accompagnatori turistici
- animatori

Navigalario s.r.l. , via Lario 5, 22100 Como .

Tel. 031 2664455

Infonavigalario.co@gmail.com

[www. weblombardia.it/navigalario](http://www.weblombardia.it/navigalario)

Il pieghevole



NAVIGALARIO

TOUR OPERATOR NAVIGALARIO S.R.L



NAVIGALARIO

CONTATTACI SU
www.weblombardia.it/navigalario
infonavigalario.co@gmail.com

Scopri le nostre offerte e visita il nostro sito !



NAVIGALARIO

Le nostre attività - ITINERARI

ITINERARI CULTURALI

- Le ville

ITINERARI NATURALISTICI

- Passeggiando per la Green Way
- Una giornata al lido

ITINERARI PER LE SCUOLE

- Due giorni sul Lario
- Trekking e visita all'isola comacina

Altri servizi

- animatori
- accompagnatori turistici (inglese, francese, spagnolo, arabo, russo, tedesco e cinese)

I nostri punti di forza:

- rapporto qualità prezzo
- conoscenza delle lingue straniere
- grande varietà di offerte



...e tanti altri !

DIARIO DI BORDO

Anno scolastico 2013-2014

Durante il **precedente anno scolastico** la classe ha effettuato un sopralluogo delle località turistiche lariane, utilizzando il battello come mezzo di trasporto. Queste località sono state successivamente inserite nei nostri pacchetti turistici.

Settembre: raccolta dei materiali elaborati l'anno precedente; ricerca di nuovo materiale relativo alle ifs.

Ottobre: studio dei contenuti relativi al marketing turistico.

Novembre: costruzione del questionario per le ricerche di mercato; esame dei dati relativi al turismo in provincia di Como; ciclo del prodotto turistico; strategie di marketing; somministrazione dei questionari.

Dicembre: tabulazione dei dati dei questionari in laboratorio e segmentazione; posizionamento.

Gennaio: il business plan; elaborazione dei dati dei questionari con il programma Excel; redazione del marketing plan; tabulazione e analisi dei dati per la ricerca di mercato della nostra ifs.

Febbraio: analisi SWOT in laboratorio.

Marzo: costruzione dei pacchetti per la ifs in laboratorio.

Aprile: predisposizione dei pacchetti turistici.

Maggio: preparazione dei pacchetti turistici in lingua inglese; preparazione del sito della nostra ifs; modalità di calcolo del prezzo dei pacchetti.

Giugno: conclusione e consegna dei lavori.

La 4^H:

REBECCA APUZZO
LINDA CAVALLERI
CHIARA FAVASULI
STEFANIA MAFFEO
VERONICA PACE
LAURA SCAPOLO
FRANCESCO ZUNGRI

ALESSIA BELLO'
ILARIA DEL ROSSO
DALILA FOLIGNO
CELINE MAZZOLA
SUPHAWAN PRAKITRAM
FRANCESCA TAIANA

VERONICA CALOISI
RITA D'ONGHIA
SHARON LIOI
DANIELE NOVEMBRE
SARA PUORRO
MATTEO TETTAMANTI

La referente prof. Alessandra Vicini Discipline turistiche aziendali
Il consiglio di classe
Il prof. Marco Roldi che ha collaborato per la costruzione del sito
L'azienda tutor SOCIETA' DI NAVIGAZIONE LAGHI