

sessione **ESAMI 2017**
sezione **Maturità Professionale Commerciale (MP2)**
materia **ECONOMIA E DIRITTO**

luogo _____

data _____

cognome _____

nome _____

tempo accordato 120 minuti
mezzi ausiliari CO, CCS con indice ufficiale
Calcolatrice

punti

nota ,

firme dei periti _____

Leggere il seguente testo e rispondere alle domande:

L'industria orologiera, storico fiore all'occhiello dell'economia svizzera, dopo un periodo di forte espansione sta ora attraversando una fase di crisi.

Tra il 2010 e il 2014 gli impiegati nel settore orologiero sono cresciuti di oltre il 20% e le aziende hanno aumentato le loro capacità produttive.

Con una flessione delle esportazioni superiore al 10%, il 2016 è stato per contro un anno difficile: la domanda si è indebolita nella maggior parte dei mercati di sbocco, con conseguente razionalizzazione del personale.

Vi sono molti fattori, non solo economici, ma anche sociali, culturali o politici che possono incidere sulla vendita di orologi. Ne è un esempio la campagna anticorruzione promossa dal governo cinese nel 2012, che ha fatto crollare la vendita di orologi di lusso, prima regalati ai funzionari del partito comunista in cambio di favori.

Secondo uno studio del Credit Suisse relativo all'anno 2016, il 95% circa degli orologi prodotti in Svizzera è venduto all'estero e riguarda in prevalenza prodotti di lusso. Con una quota del 7% la Cina continentale è, dopo Hong Kong (12%), gli USA (11%) e il Giappone (7%), il quarto mercato di esportazione dell'industria orologiera. Una quota importante degli orologi venduti in Svizzera è acquistata dai turisti.

La maggior parte dei marchi di orologi elvetici con maggior valore aggiunto appartiene a uno dei quattro colossi degli orologi e dei beni di lusso, che sono Swatch Group, Richemont, Rolex e LVMH, proprietari anche di svariate aziende produttrici di componenti. Il settore, comunque, comprende ancora numerosi piccoli produttori e fornitori indipendenti.

Dalla seconda metà dell'Ottocento, l'industria orologiera è attiva anche nel Canton Ticino dove, attualmente, operano una trentina di aziende che impiegano complessivamente 3'000 dipendenti. L'industria orologiera ticinese si caratterizza per il forte orientamento all'esportazione, l'eccellenza e il riconoscimento mondiale dei suoi prodotti.

Il signor Tiziano Sciolli è da tempo titolare di un'azienda individuale di piccole dimensioni, che si occupa di tutte le fasi del processo produttivo: la progettazione, la produzione, l'assemblaggio e infine la commercializzazione di orologi. La sua azienda è ora confrontata con la modifica della normativa che riguarda il progetto *Swissness*, volto a modificare i requisiti necessari per poter apporre il marchio *Swiss Made* sugli orologi prodotti. Questa nuova regolamentazione prevede che almeno il 60% dei costi di fabbricazione debba essere generato in Svizzera, incluse le spese per la ricerca e lo sviluppo.

Il signor Sciolli fa capo all'Associazione ticinese dell'industria orologiera (ATIO), che annovera anche l'obiettivo di offrire alle aziende orologiere un centro di formazione con sede a Giubiasco. Per affrontare le nuove sfide del futuro, il signor Sciolli sta valutando quali passi intraprendere per rafforzare la sua posizione nel mercato.

Fonti:

<https://www.creditsuisse.com/media/production/pb/docs/unternehmen/kmugrossunternehmen/branchenhandbuch-2017-final-it.pdf>

<http://atio-ch.com/>

1. Nel 2012 la Svizzera e la Cina hanno siglato un accordo di libero scambio, che di recente è stato ulteriormente esteso. Descrivere un vantaggio e uno svantaggio per le aziende del settore orologiero svizzero derivante da tale accordo. **(4 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Il 15 gennaio 2015 la Banca nazionale svizzera (BNS) ha deciso di revocare la misura che consentiva di tenere il franco ancorato all'euro.

- a) Spiegare il meccanismo di intervento adottato dalla BNS tra il 6 settembre 2011 e il 15 gennaio 2015. **(4 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- b) Spiegare il motivo della revoca dell'intervento e due conseguenze per il settore orologiero svizzero. **(5 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Il tessuto economico dell'industria orologiera ticinese, di cui l'azienda del signor Sciolli fa parte, è composto da 30 aziende impegnate in tutte le fasi della catena di produzione, dalla progettazione alla distribuzione.

a) A quale forma di mercato appartiene l'azienda del signor Sciolli? Motivare la risposta. **(2 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

b) Indicare e descrivere due elementi che in generale caratterizzano tale forma di mercato. **(4 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Attualmente l'azienda è costituita in forma di ditta individuale. Il signor Sciolli vuole adottare una diversa forma giuridica. Indicarne una adatta alla situazione, descrivendone due vantaggi e due svantaggi. **(6 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. Per ampliare gli spazi dell'azienda, il signor Sciolli vuole acquisire la proprietà di un capannone appartenente al signor Ruggia. In contropartita, il signor Sciolli è disposto a cedere al signor Ruggia un suo terreno non ancora edificato.

a) Indicare l'esatta denominazione e le caratteristiche principali del contratto concluso dal signor Sciolli con il signor Ruggia. **(4 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

b) Spiegare, in maniera precisa e completa, le modalità da seguire per il trasferimento delle proprietà. **(4 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

c) Descrivere in maniera precisa e completa quale vantaggio può offrire, dal punto di vista del finanziamento, uno scambio di beni immobiliari come nel caso in esame. **(3 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6. Per gestire efficacemente le risorse umane è indispensabile prendere in considerazione l'individuo e i suoi bisogni. In relazione alla *scala dei bisogni di Maslow*, spiegare due misure che l'azienda potrebbe intraprendere affinché nel reparto di assemblaggio vengano soddisfatti i bisogni di *sicurezza* e di *stima* dei propri dipendenti. **(4 punti)**

Bisogni	Misura 1	Misura 2
Sicurezza		
Stima		

7. Il successo dell'azienda dipenderà anche dalle risorse destinate alla formazione professionale dei tecnici e alla formazione continua. Il nuovo centro di formazione di Giubiasco potrebbe essere una struttura adatta per garantire un elevato livello di qualità anche in questo ambito.

- a) Portare due argomentazioni che sostengono la seguente affermazione del signor Sciollì: *“Un’adeguata e continua formazione professionale è fondamentale per il successo di un’impresa”*. **(3 punti)**

[illegible]

- b) Proporre due misure concrete con le quali incrementare la produttività dell'azienda del signor Sciolli e motivare la scelta. **(4 punti)**

This image shows a full page of white paper with horizontal dashed lines, typical of primary school handwriting practice paper. The lines are evenly spaced and run across the entire width of the page. There are no margins, text, or other markings present.

8. In vista dell'assunzione, nel corso dei prossimi anni, di ulteriori dipendenti, il signor Sciolli sta valutando alcune questioni.
- a) In primo luogo si chiede se sia opportuno adottare un contratto collettivo di lavoro. Indicare e spiegare due aspetti del contratto collettivo di lavoro sia dal punto di vista giuridico che dal punto di vista economico. **(6 punti: 3+3)**

	1° aspetto	2° aspetto
Punto di vista giuridico		
Punto di vista economico		

- b) In secondo luogo, il signor Sciolli desidera tutelarsi maggiormente dal rischio che, dopo aver acquisito la necessaria formazione ed esperienza presso la sua azienda, i dipendenti vadano a lavorare per altre aziende. Indicare una possibile soluzione da punto di vista giuridico, descrivendola dettagliatamente. **(4 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....
.....

9. Per posizionarsi efficacemente sul mercato degli orologi da polso, il signor Sciolli sceglie la strategia di marketing “differenziazione del prodotto”.

a) Indicare tre caratteristiche fondamentali di questa strategia. **(3 punti)**

.....
.....
.....
.....
.....

b) Spiegare tre motivi per i quali l'azienda del signor Sciolli adotta questa strategia di marketing. **(3 punti)**

.....
.....
.....
.....
.....

10. Il signor Sciolli decide di utilizzare quale canale pubblicitario la televisione.

a) Spiegare due vantaggi e due svantaggi dell'utilizzo di questo *media* a fini promozionali. **(4 punti)**

.....
.....
.....
.....

.....

.....

.....

.....

- b) In concreto, il signor Sciolli vorrebbe trasmettere sulla RSI LA2 uno spot di 20 secondi in occasione dei principali eventi sportivi nazionali e internazionali, per esempio durante i tornei di tennis. Valutare la coerenza di questa scelta. **(3 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- c) Il signor Sciolli si rifiuta di pagare la fattura alla RSI in quanto ritiene che gli spot trasmessi non abbiano avuto alcun effetto. La RSI, dopo svariati richiami, avvia una procedura esecutiva. Spiegare due rischi ai quali va incontro il signor Sciolli e cosa potrebbe fare per difendersi efficacemente in questa situazione. **(4 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

11. Un cliente cinese molto facoltoso chiede all'azienda del signor Sciolli la fabbricazione di un orologio personalizzato, fuori catalogo, che oltre alle ordinarie funzioni indichi pure il valore della pressione atmosferica, la temperatura dell'aria e altri dati personali. Richiede inoltre di incastonare dei rubini nel cinturino. Il cliente si impegna a corrispondere per tale prestazione CHF 50'000.--.

a) Indicare l'esatta denominazione del contratto concluso dal cliente con l'azienda del signor Sciolli, motivando la risposta. **(3 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

b) Il cliente ha ordinato questo orologio dopo un colloquio faccia a faccia con il signor Sciolli, il quale ha garantito di poter soddisfare la sua particolare richiesta. La forma orale di questo contratto è adeguata alla situazione? Motivare la risposta. **(3 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

c) Tenuto conto della particolarità di questo contratto e che il committente risiede all'estero, indicare due rischi per il signor Sciolli in caso di inadempimento e come potrebbe tutelarsi. **(4 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- d) Spiegare quale tipo di elasticità presenta la domanda di orologi personalizzati di lusso come quello venduto al cliente cinese. **(4 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- 12.** Nel breve periodo l'azienda del signor Sciolli è confrontata con eventi congiunturali, mentre nel medio e lungo periodo con tendenze strutturali.

- a) La modifica della normativa in ambito di *Swissmade* porta dei cambiamenti strutturali importanti. Indicare un vantaggio e uno svantaggio che tale modifica può apportare all'azienda del signor Sciolli e giustificare la risposta. **(4 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- b) I rappresentanti della politica e dell'economia di tutto il mondo si sono confrontati nell'ambito del WEF (World Economic Forum) sulle sfide della crescente digitalizzazione in termini di minacce (rischi) e opportunità. Identificare e spiegare una

minaccia e un'opportunità, per l'azienda del signor Sciolli che questa tendenza strutturale può provocare. **(4 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- c) Nel 2012 il governo cinese ha promosso una campagna anticorruzione che vieta di regalare orologi di lusso ai funzionari statali. Indicare e giustificare un obiettivo economico e uno sociale perseguiti dal governo attraverso tale campagna e la relativa conseguenza per l'azienda del signor Sciolli. **(4 punti)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(Totale 100 punti)