



# Ministero dell'Istruzione e del merito

## IP 16 - ESAME DI STATO CONCLUSIVO DEL SECONDO CICLO DI STRUZIONE

**Indirizzo:** IP16 – SERVIZI COMMERCIALI  
CODICE ATECO M74

Le proposte di traccia dovranno essere strutturate secondo la **tipologia B** del Quadro di riferimento: **“Analisi e soluzioni di problematiche in un contesto operativo riguardante l’area professionale “**

---

PRIMA PARTE (nucleo tematico fondamentale d’indirizzo 2)

Gamma spa è un’impresa manifatturiera che produce oggetti e complementi di arredamento di elevata qualità. Il direttore della produzione ha riassunto in un foglio di lavoro i risultati conseguiti nella realizzazione di tre commesse, denominate G10, G20 e G30.

Le quantità ed i costi diretti sostenuti sono stati i seguenti:

Descrizione	G10	G20	G30	Totale
Quantità	2.000	1.900	2.000	5.900
Materie prime	40.000	120.000	20.000	180.000
Manodopera diretta	60.000	130.000	30.000	220.000

I dati relativi ai ricavi di vendita, ai costi fissi specifici e ai costi fissi comuni delle tre commesse sono riportati nella tabella sottostante:

	G10	G20	G30
Ricavi di vendita	310.000	440.000	190.000
Costi fissi specifici	15.000	20.000	10.000
Costi fissi comuni	110.000		

Il candidato presenti:

- con il metodo del direct costing il calcolo del margine lordo e netto di contribuzione e del risultato economico complessivo;
- con il metodo del full costing il calcolo del costo complessivo di ciascuna produzione e il risultato economico, localizzando i costi fissi specifici e ripartendo i costi comuni in base al costo primo.
- Indichi se l’obiettivo stabilito di ottenere un risultato economico lordo complessivo uguale o superiore a 300.000 euro è stato raggiunto.

D. Volendo incrementare la produzione di 300 unità, indichi quale commessa è più conveniente incrementare.

Successivamente il candidato esponga gli aspetti del WELFARE STATE e tratti del COSTO DEL LAVORO, fondamentale fattore produttivo per l'azienda.

La reputazione e l'immagine aziendale sono aspetti strategici del *core business*. Il candidato tratti in lingua francese un caso pratico di come una grande società francese valorizzi il tema della sostenibilità attraverso la propria politica aziendale. Il candidato legga attentamente il testo e risponda alle domande.

## **COMMENT MAISONS DU MONDE VALORISE SON IMAGE**

Maisons du monde affirme une image de marque désirable et durable.

L'enseigne Maisons du Monde dépasse une nouvelle étape à travers la création de son programme "Good is Beautiful". Au cours d'un évènement récent les membres de la direction ont présenté les nouveaux engagements de la marque dont la stratégie s'oriente vers deux notions fondamentales : le beau et le bon.

Maisons du Monde rayonne et accélère aujourd'hui ses engagements, à travers une offre non seulement désirable, mais aussi durable.

### **Les engagements de Maisons du Monde, en lien avec les nouvelles attentes des consommateurs**

Ce mouvement est plus largement une philosophie de vie et sigle un nouveau pacte entre la marque et le consommateur, dont la vision a drastiquement changé. Depuis quelques années, et notamment suite à la pandémie, le consommateur est à la fois hyper-connecté (approche "fast") mais également très raisonné, et consomme moins mais mieux. Aujourd'hui, chacun doit être intégré au processus de décision, notamment dans des secteurs créatifs comme ceux de la maison et de la décoration.

#### **Concrètement, "Good is beautiful" repose sur 5 piliers:**

**1. Une offre tendance déco et ameublement, aussi stylée que responsable:** d'ici 2025, 40% de produits seront "Good is beautiful".

**2. Des actions fortes en collaboration avec des associations de terrain pour préserver l'environnement et aider ceux qui en ont besoin :** Maisons du Monde a créé, en 2015, la "Maisons du Monde Foundation" pour contribuer à la préservation des forêts et des arbres et soutient depuis plusieurs années des associations de l'économie sociale et solidaire. D'ici 2025, le but est de créer 100 lieux de vie solidaires "Good is beautiful";

**3. Une politique de ressources humaines qui favorise pleinement l'égalité des chances :** le collectif favorise la diversité et l'inclusion des femmes et des jeunes dans l'entreprise. Pour promouvoir l'égalité hommes-femmes, un mouvement baptisé "Good for women" verra prochainement le jour;

**4. Des produits durables, inscrits dans un cycle de vie circulaire et solidaire:** donner une seconde vie aux produits représente l'une des priorités de la marque qui, chaque année, répare 20 000 produits et proposera en 2023 une offre de seconde main ;

**5. L'ensemble des métiers de Maisons du Monde transformés, pour réduire l'empreinte environnementale:** d'ici 2025, le groupe entend réduire de 25% l'intensité carbone et s'engage à tous les niveaux (conception des produits, transport, consommation d'énergie et alimentation en électricité renouvelable des points de vente).

#### **Questions:**

1. L'entreprise Maison du Monde propose le programme "Good is Beautiful". Que signifie-t-il?
  2. Comment a changé le profil du consommateur depuis quelques années?
  3. Maison du monde a mis en place des actions pour préserver l'environnement. Lesquelles?
0. Et pour favoriser l'égalité des chances?
0. Quels sont, selon vous, les avantages pour une entreprise de bien promouvoir son image?

## SECONDA PARTE (nucleo tematico fondamentale d'indirizzo 3)

Dopo aver analizzato le tipologie e le caratteristiche delle imposte dirette che gravano sulle società di capitali, calcolare le variazioni di reddito ai fini IRES della Gamma spa. Le variazioni fiscali da considerare sono relative a:

A) ammortamenti dei beni strumentali tutti in bilancio al 31/12/esercizio precedente

<b>Cespiti</b>	<b>Costo storico</b>	<b>Coeff. fiscale</b>	<b>Amm. civilistico</b>
Fabbricati	1.500.000 (280.000 area fabbricabile)	3,00%	39.200
Impianti e macch.	1.150.000	12,50%	143.750
Arredamento	248.000	15,00%	45.900
Macch. d'uff.	50.000	20,00%	15.000

B) spese di manutenzione e riparazione tenendo presente che nessun bene strumentale è soggetto a contratto di manutenzione periodica;

C) svalutazione dei crediti tenendo presente che i crediti commerciali iscritti in bilancio sono di €1.040.000, il fondo svalutazione crediti è pari a € 20.500 e la svalutazione civilistica di € 31.200.

---

E' consentito l'uso del dizionario della lingua italiana e del dizionario di lingua francese.

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

Non è consentito l'accesso ad Internet.

Durata massima della prova: 6 ore.

Non è consentito lasciare l'Istituto prima che siano trascorse 3 ore dalla consegna della traccia.