

*Ministero dell'istruzione e del merito***A020 - ESAME DI STATO CONCLUSIVO DEL SECONDO CICLO DI ISTRUZIONE**

**Indirizzi:** IT04 – TURISMO, EA27 – ESABAC TECHNO  
(Testo valevole anche per l'indirizzo quadriennale IT26)

**Disciplina:** DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

***Il candidato svolga la prima parte della prova e due tra i quesiti proposti nella seconda parte.***

## DOCUMENTO

**Meeting e Congressi****I trend 2024 degli eventi: di più e dal vivo, tecnologici e sostenibili**

Sarà un 2024 con segno positivo quello dei meeting e degli eventi, anche se non mancano le sfide. A dirlo è la **13esima edizione del Global Meetings and Events Forecast di American Express** Global Business Travel che anticipa una fotografia di quello che aspetta il mondo degli eventi nei prossimi 12 mesi.

Tecnologia - con l'Intelligenza Artificiale in prima linea - sostenibilità, benessere e inclusività saranno i protagonisti dell'anno che sta per iniziare secondo lo studio, che ha coinvolto 500 professionisti degli eventi tra corporate e meeting planner\*, fornitori e servizi provenienti da 26 Paesi del mondo.

In generale, la gran parte degli event planner è ottimista rispetto al settore per il 2024 [...].

**Dal vivo e con più partecipanti**

Nessun dubbio sul format dell'evento, che vede confermarsi gli **eventi in presenza** come quelli preferiti dai planner. A livello globale il 59% dei planner ammette che per il prossimo anno organizzerà eventi totalmente dal vivo, il 20% saranno ibridi, mentre il restante 21% virtuali. E la percentuale degli eventi live sale al 63% in Nord America ed Europa.

Anche il **numero dei partecipanti** continua a salire, con il 70% degli intervistati che prevede una crescita pari o maggiore rispetto ai numeri pre-pandemia. I planner che invece organizzano ancora eventi dai numeri ridotti segnalano tra le cause i costi (47%), preoccupazioni per la salute dei partecipanti (41%) e per la loro sicurezza (40%).

A crescere maggiormente nel 2024 saranno gli **eventi corporate** rivolti a dipendenti e clienti (42%) e gli incentive\*\* (38%), seguiti da più ridotti meeting interni, lanci di prodotto, top meeting (37%), eventi abbinati a fiere (35%) e conferenze (30%).

Il 52% degli eventi saranno ospitati in hotel e il 47% includeranno attività sociali e di networking, mentre il 46% si terranno in destinazioni diverse da dove si trova la sede aziendale. [...]

**Come i planner scelgono la location per eventi nel 2024**

Per scegliere la location dei loro eventi, i planner valuteranno in primis la **raggiungibilità**, e saranno ancora le destinazioni turistiche più popolari ad avere la meglio come meta di un viaggio incentive, a lungo raggio per i grandi eventi e nei confini nazionali per quelli a numero ridotto.



## *Ministero dell'istruzione e del merito*

### **A020 - ESAME DI STATO CONCLUSIVO DEL SECONDO CICLO DI ISTRUZIONE**

**Indirizzi:** IT04 – TURISMO, EA27 – ESABAC TECHNO  
(Testo valevole anche per l'indirizzo quadriennale IT26)

**Disciplina:** DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

#### **Le policy degli eventi**

[...]

Nello studio attuale l'80% dice di avere politiche aziendali condivise con altre aree aziendali, con una particolare attenzione ad aggiornamenti tecnologici, semplificazione della raccolta dei dati e utilizzo di fornitori preferenziali. Gli intervistati hanno segnalato tra le componenti più importanti da prevedere nelle policy la sicurezza, i processi di approvazione e l'uso delle tecnologie.

#### **La spesa per il 2024 e le sfide degli event planner**

Le difficoltà macro-economiche che influiscono negativamente sulle spese a livello globale, come ci si può aspettare, avranno un effetto negativo sul mercato degli eventi, anche se il 67% degli intervistati prevede un **aumento dei budget**. [...]

Ma quanto direttamente inflazione e incertezza economica influenzeranno il mercato degli eventi nei prossimi mesi? O meglio, quali soluzioni individuano i planner per arginarli?

Il 44% ha risposto di dovere ricorrere a più meeting virtuali, il 37% ha dichiarato di cambiare destinazione o alloggio, e il 31% ha dichiarato di organizzare un minor numero di eventi in generale. Infine il 13% ha dichiarato di non prevedere cambiamenti.

Quali saranno dunque le **sfide** più importanti che i professionisti degli eventi dovranno affrontare nel 2024?

Secondo l'Amex\*\*\* Forecast:

- i costi (53%)
- il taglio del budget (44%)
- la disponibilità della location (43%)
- la preparazione dello staff delle location (29%)
- disponibilità di voli (29%)

#### **I trend del 2024, dall'Intelligenza Artificiale alle emissioni zero**

L'**innovazione tecnologica** resta naturalmente tra le tendenze principali anche nel prossimo anno, durante il quale i planner si concentreranno su diversi aspetti da questo punto di vista:

- il 42% utilizzerà l'AI per personalizzare la comunicazione con i partecipanti e i contenuti dell'evento
- il 41% punterà sulla realtà virtuale, soprattutto per site inspection \*\*\*\*
- il 61% metterà a disposizione dei partecipanti una mobile app

Sul fronte della **sostenibilità**, secondo il sondaggio, il 78% dei planner si pone l'obiettivo delle emissioni zero entro la fine del 2024.

*Ministero dell'istruzione e del merito***A020 - ESAME DI STATO CONCLUSIVO DEL SECONDO CICLO DI ISTRUZIONE**

**Indirizzi:** IT04 – TURISMO, EA27 – ESABAC TECHNO  
(Testo valevole anche per l'indirizzo quadriennale IT26)

**Disciplina:** DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

Gli intervistati indicano che, anche se non è ancora il principale fattore decisionale, la sostenibilità gioca già un ruolo chiave nella scelta della sede. Ridurre gli spostamenti, individuare fornitori certificati, misurare l'impatto dell'evento sono le sfide maggiori indicate rispetto al tema green.

(da *Meeting e Congressi*, di Alessandra Boiardi, 28.11.2023 in:

[https://www.meetingcongressi.com/it/meetingblog/201764/i\\_trend\\_2024\\_degli\\_eventi\\_di\\_piu\\_e\\_dal\\_vivo\\_tecnologici\\_e\\_sostenibili.htm](https://www.meetingcongressi.com/it/meetingblog/201764/i_trend_2024_degli_eventi_di_piu_e_dal_vivo_tecnologici_e_sostenibili.htm))

- \* **corporate planner** è la figura professionale che supporta e coordina il lavoro di pianificazione aziendale
- \* **meeting planner** è la figura professionale che coordina l'organizzazione di riunioni di vario tipo.
- \*\* I viaggi **incentive** vengono assegnati dall'azienda come premio produttività ai propri dipendenti che hanno portato risultati molto positivi nel loro settore
- \*\*\* **Amex** sta per American Express, società statunitense che opera nei settori della finanza e dei viaggi.
- \*\*\*\* **site inspection** sta per <sopralluogo>

**PRIMA PARTE****TEMA**

Luca e Antonia, già compagni di scuola in un Istituto Tecnico per il Turismo, sono due Professional Congress Organizer dell'Agenzia di Viaggio "*Viaggiare e sognare con noi*". Sono stati contattati con un whatsapp da Sebastian, un caro amico conosciuto nel periodo di stage trascorso a Birmingham durante i loro studi universitari.

Sebastian è il titolare di una Agenzia di viaggio di Londra, che ha ricevuto la richiesta dal presidente dell'Associazione Insegnanti di Storia dell'Arte di quella città di organizzare proprio in Italia un congresso per gli aderenti all'associazione (attualmente 300 iscritti).

La richiesta ipotizza un'adesione dell'80% degli iscritti e prevede un congresso della durata di quattro giorni con un impegno congressuale per il pomeriggio del primo giorno, per le mattinate del secondo, terzo e quarto giorno, una visita guidata ad un museo, un *walking tour* opzionale di mezza giornata. Sebastian organizzerà i voli da Londra, mentre l'Adv *Viaggiare e sognare con noi* dovrà occuparsi di tutti i servizi *incoming*, a partire dal *transfer* iniziale fino al *transfer* finale, e dell'organizzazione del congresso.

Sponsor dell'iniziativa è *Italian Historical Heritage Foundation* con sede a Londra, che dovrà farsi carico del 50% dei costi necessari per l'organizzazione dell'evento congressuale.

Marco, direttore tecnico dell'Agenzia con lunga esperienza ma appena arrivato in azienda, chiede a Luca e Antonia innanzitutto una breve relazione sulle procedure in essere presso l'Agenzia *Viaggiare e sognare con noi* per l'organizzazione degli eventi congressuali. **La relazione deve presentare un sintetico elenco delle fasi progettuali e operative ipotizzate. Contestualmente Marco incarica i due collaboratori di provvedere alla progettazione dell'evento richiesto.**



*Ministero dell'istruzione e del merito*

**A020 - ESAME DI STATO CONCLUSIVO DEL SECONDO CICLO DI ISTRUZIONE**

**Indirizzi:** IT04 – TURISMO, EA27 – ESABAC TECHNO  
(Testo valevole anche per l'indirizzo quadriennale IT26)

**Disciplina:** DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

Il candidato presenti:

- la relazione richiesta da Marco e stilata da Luca e Antonia, che dovranno prestare particolare attenzione alle nuove tendenze e cercare di aggiornare le procedure, tenendo conto di quanto hanno letto sul blog di aggiornamento professionale che frequentano settimanalmente e che è riportato nel testo introduttivo;
- i calcoli della quota di partecipazione al congresso;
- il calcolo del prezzo a persona del pacchetto congressuale (soggiorno, servizi di accoglienza, cene);
- il programma dell'evento da presentare a *Italian Historical Heritage Foundation*;
- l'itinerario del *walking tour* opzionale.

**SECONDA PARTE**

***Il candidato svolga due quesiti scelti tra i seguenti, anche ricorrendo, ove possibile, a esemplificazioni numeriche.***

È data facoltà al candidato di fare riferimento anche alle conoscenze e competenze acquisite nei percorsi PCTO e/o alle proprie esperienze di lavoro.

- I “nuovi turismi” hanno determinato cambiamenti nell’offerta dei servizi turistici. Il candidato descriva alcune professioni turistiche, almeno una tradizionale e una innovativa, soffermandosi sulle caratteristiche e sugli ambiti operativi.
- Per la redazione del bilancio di esercizio sono fondamentali le scritture di assestamento. Il candidato le classifichi e descriva l’applicazione di ciascuna delle tipologie elencate.
- Per qualunque impresa turistica l’analisi dei costi di produzione dei servizi è rilevante al fine di offrire ai clienti servizi ad un prezzo concorrenziale. Il candidato esponga in modo sintetico le tecniche di analisi dei costi a lui note e proceda alla esemplificazione numerica di una di esse.
- Si consideri che un piano di marketing territoriale deve contenere, oltre ad altri elementi, la vision e la mission, l’analisi SWOT, il piano di comunicazione e promozione. Il candidato sviluppi una di queste richieste in relazione ad una località a vocazione turistica a lui nota.

Durata massima della prova: 6 ore.

Sono consentiti la consultazione del Codice Civile non commentato e l’uso di calcolatrici scientifiche o grafiche purché non siano dotate della capacità di elaborazione simbolica algebrica e non abbiano la disponibilità di connessione a Internet.

È consentito l’uso del dizionario di italiano.

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

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