

GIM | LA PERTINENCE COMPTE.

Étude Event Trend Suisse en 2022 - Résumé -

Une enquête auprès des membres des associations
EXPO EVENT, svtb et VSSA

Zurich, mars 2022

Étude Event Trend Suisse en 2022 – Aperçu du secteur Secteur de l'événementiel / de la communication en direct

- **L'étude Event Trend Suisse 2022** a été réalisée en tant qu'enquête auprès des membres des associations EXPO EVENT Swiss LiveCom Association, svtb - Association suisse des métiers techniques de la scène et de l'événementiel et ASTS - Association suisse des exploitants de stades et d'arénas entre le 17.01.22 et le 11.02.22. Près d'un membre sur trois (30%) a participé à l'enquête (voir figure 1).
- Pour analyser l'ensemble du secteur de la communication événementielle et live, les membres des trois associations ont été interrogés sur les **thèmes** suivants :
 - Services fournis et satisfaction vis-à-vis de l'association elle-même et de sa gestion de crise
 - Ressources humaines - gestion et développement
 - Développement de projets et de chiffre d'affaires ainsi qu'activités transfrontalières sous forme d'importation / exportation de services
 - Développements et tendances futures en matière de formats et de technologies
 - Participation et gestion des appels à projets
 - Investir dans la durabilité environnementale
 - Les défis du secteur et leur gestion

	N	en %
Total des réponses	179	30%
EXPO EVENT	63	37%
svtb	105	27%
VSSA	11	27%

Fig. 1 : Taux de réponse - nombre de participants (en valeur absolue et en pourcentage)

Association EXPO EVENT Swiss LiveCom : L'association nationale de la branche qui défend les intérêts de la branche LiveCom.

En tant qu'association faîtière, EXPO EVENT réunit des organisateurs de salons et de places d'exposition, des lieux, des agences événementielles, des entreprises de technique événementielle et d'autres fournisseurs du monde de l'événementiel et s'engage en faveur de conditions cadres optimales pour le secteur de l'événementiel auprès des représentants politiques, de l'administration et du grand public. Le portefeuille de l'association comprend différents événements de réseautage (XAVER Award, Breakfast Club) ainsi que des offres dans le domaine de la formation (EXPO EVENT Academy) et de la durabilité (certification sur la base de la norme ISO 20121 - Event Sustainability Management Systems, calculateur de durabilité). Les plus de 180 membres actifs sont des entreprises suisses de premier plan, actives au niveau national et international.

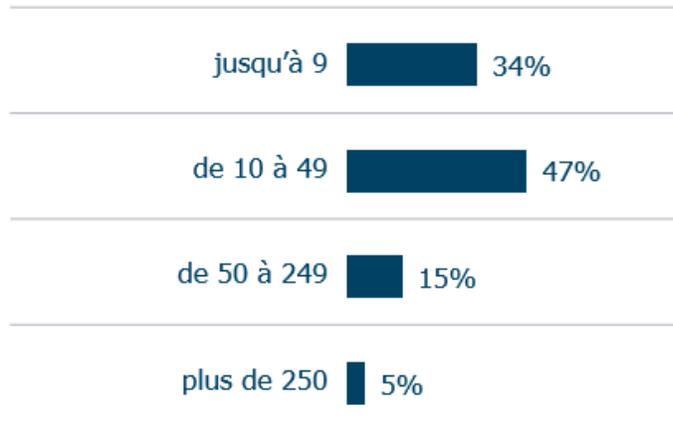


Fig. 2 : Taille des entreprises par nombre de collaborateurs - EXPO EVENT



Fig. 3 : Services dans le secteur de l'événementiel / de la communication Live EXPO EVENT

Le svtb est l'association des professionnels techniques et artisanaux de la technique événementielle en Suisse.

En tant qu'association de branche, la svtb représente les spécialistes techniques et artisanaux qui travaillent dans les théâtres, les événements et les manifestations culturelles, les foires et les lieux de réunion, les entreprises de production de médias et les entreprises de services en Suisse.

Avec plus de 420 membres issus de l'économie privée et du secteur public, la svtb est la plus grande association de la branche suisse de la technique événementielle et défend les intérêts des employés et des employeurs de cette branche.

En tant qu'association gérée bénévolement, la svtb ne travaille pas dans un but lucratif et les cotisations des membres sont intégralement utilisées pour les objectifs de l'association.

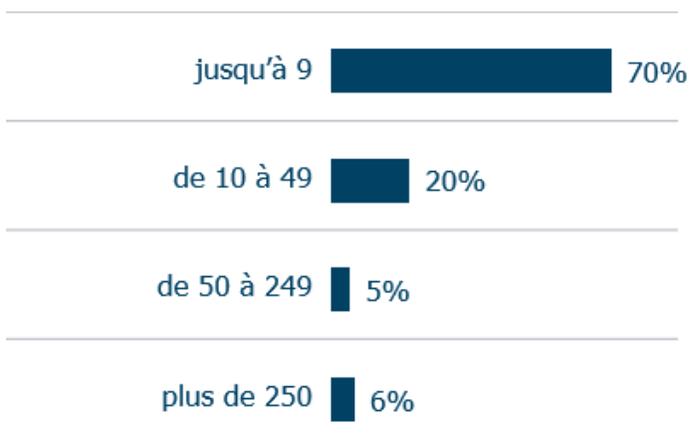


Fig. 4 : Taille des entreprises par nombre de collaborateurs - EXPO EVENT

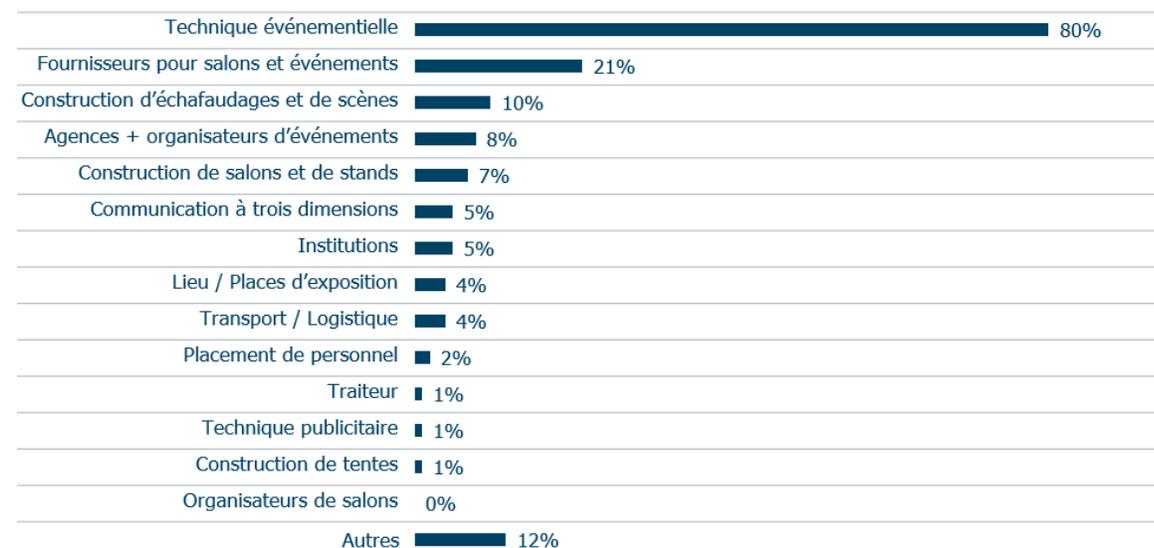


Fig. 5 : Services dans le secteur de l'événementiel / de la communication Live svtb

La VSSA est la principale force et le centre de compétence pour le business des arènes et des stades en Suisse !

La VSSA assure un réseau professionnel d'exploitants de stades et d'arènes importants et est un interlocuteur compétent pour toutes les questions relatives à l'exploitation des stades et des arènes. La VSSA permet à ses membres d'accéder à des informations et à des plateformes pertinentes. La VSSA veille à ce que l'importance économique de l'industrie des stades et des arènes occupe une place correspondante dans la perception des autorités, des organisateurs et du public.

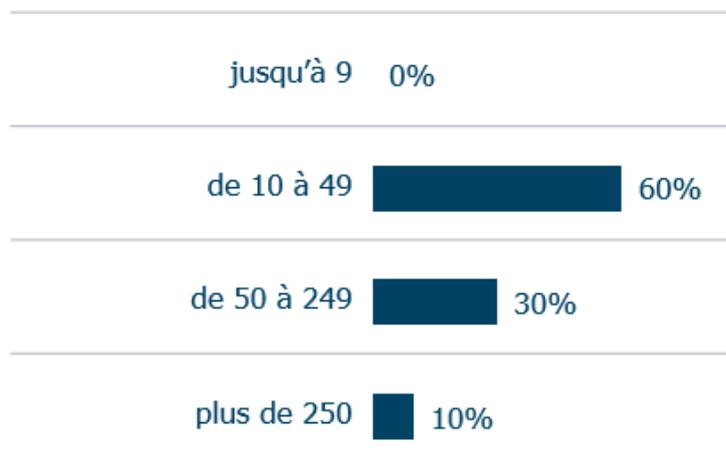


Fig. 6 : Taille des entreprises selon le nombre de collaborateurs - VSSA

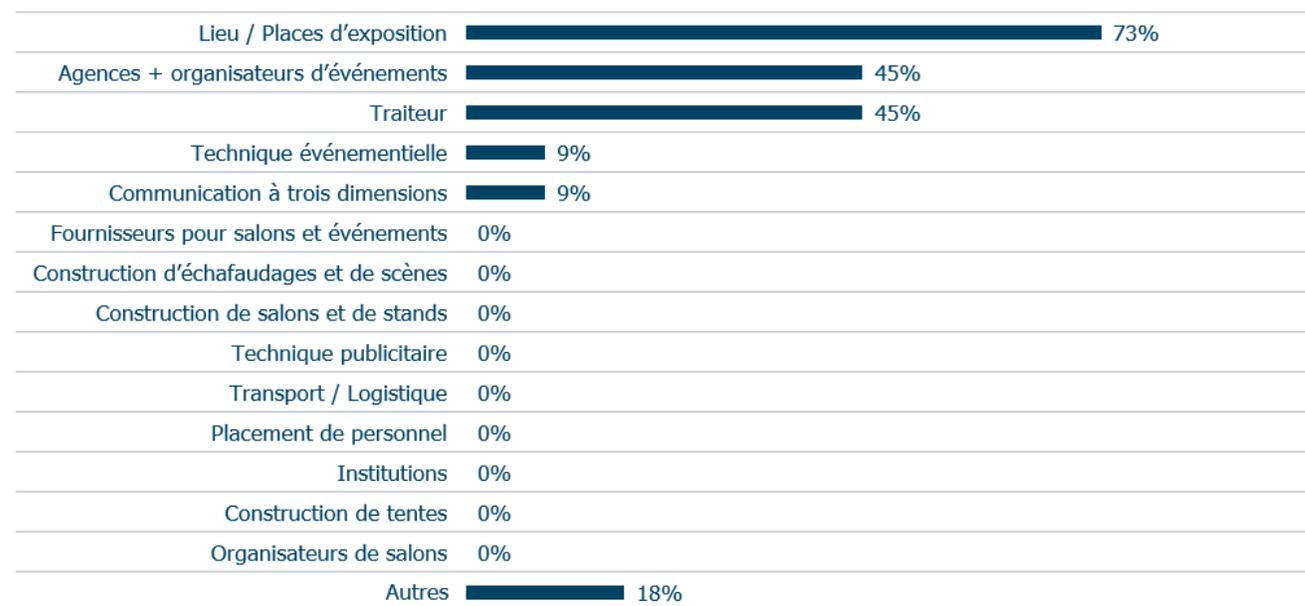


Fig. 7 : Services dans le domaine de l'événementiel / de la communication Live - VSSA

Une grande satisfaction quant au travail des associations : dans l'ensemble, mais aussi dans la gestion de crise lors de la pandémie.

- Le **travail de l'association est bien perçu par les membres**. 84% de toutes les entreprises sont satisfaites ou très satisfaites du travail de leur association (voir fig. 8).
- De manière générale, il **existe un potentiel d'amélioration** en matière de communication et de présence médiatique. Une entreprise sur cinq souhaite que sa propre association soit plus visible dans le débat public. Les membres sont également d'avis que leur association devrait s'engager davantage sur le plan politique et, par conséquent, faire davantage de lobbying pour le secteur.
- La **gestion de crise** pendant la pandémie est également très bien notée. 91% des personnes interrogées ont déclaré que l'association avait fait du bon, voire du très bon travail.
- Ce sont les concepts d'hygiène et de protection dans l'entreprise qui sont les mieux notés, mais aussi les Communication et informations sur tous les thèmes Corona évalués.

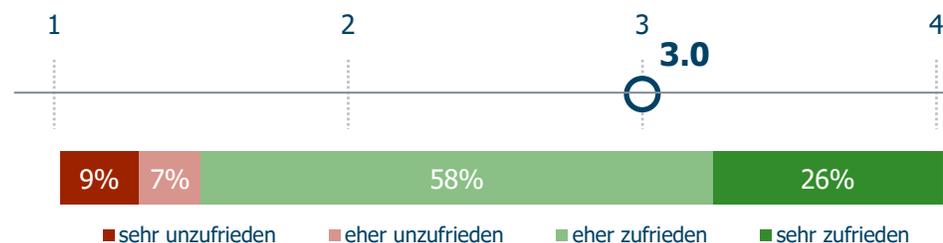


Fig. 8 : Satisfaction globale concernant le travail de l'association

Après une réduction des effectifs pour la moitié des entreprises, la plupart d'entre elles prévoient une augmentation du nombre de collaborateurs au cours des deux prochaines années.

- La **structure du personnel de l'ensemble du secteur** se caractérise par une proportion disproportionnée de collaborateurs à temps partiel. En termes de nombre d'employés équivalents à temps plein, plus de 90% des membres sont des micro et petites entreprises.
- Les deux dernières années s'accompagnent d'une **dynamique** accrue **dans les effectifs de toutes les entreprises**. Pour la moitié des personnes interrogées, le nombre d'employés a diminué en moyenne de trois personnes. Seuls 12% d'entre eux ont enregistré une augmentation de leurs effectifs (Fig. 9).



Fig. 9 : Variation du nombre d'employés au cours des deux dernières années

- Cependant, pour une grande partie des entreprises, l'avenir proche est marqué par la confiance. La plupart d'entre elles prévoient une augmentation du nombre de collaborateurs au cours des deux prochaines années. Les membres d'EXPO EVENT sont davantage optimistes : les trois quarts sont convaincus de pouvoir embaucher de nouveaux collaborateurs dans les deux prochaines années. svtb, qui n'a pas perdu autant de personnel, est légèrement plus réservée. Environ la moitié des membres s'attendent à une augmentation des effectifs.
- Les perspectives confiantes sont confirmées par le **besoin** accru **de freelances** à l'avenir. Celles-ci sont d'ores et déjà bien ancrées dans le quotidien des entreprises : 93% de toutes les entreprises ont déjà recours à la collaboration avec des freelances.
- Selon l'association, on peut s'attendre à ce que jusqu'à trois quarts des entreprises comptent à l'avenir sur un recours accru aux freelances.

La volonté de former des apprentis est grande, même si cela n'est pas possible actuellement n'est pas possible dans toute la mesure du possible

- **Les places de formation et de stage** font partie intégrante de la stratégie RH de la plupart des entreprises. Ainsi, 88% ont déclaré avoir des offres pour les stagiaires ou les apprentis en général. Environ un tiers forme actuellement des apprentis. Par entreprise, il y a en moyenne 4,4 postes dans les différentes professions. La formation la plus populaire est celle de spécialiste de l'événementiel - une formation typique dans une entreprise de la svtb.
- La situation tendue de nombreuses entreprises se reflète dans la disponibilité actuelle des places d'apprentissage. 44% n'offrent actuellement ni places de formation ni places de stage (voir figure 10).
- La **formation continue** est un indicateur clé du développement du personnel. La plupart des entreprises s'accordent à dire que l'offre de formation continue devrait être améliorée. L'offre correspondante devrait être augmentée, en particulier dans le domaine de la numérisation, des événements virtuels et des réseaux.

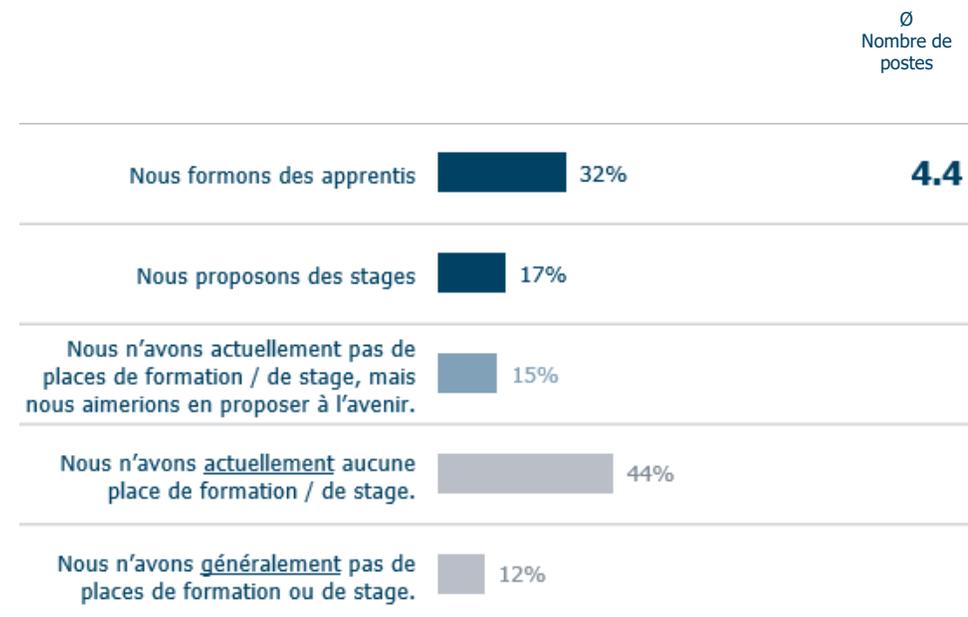


Fig. 10 : Situation des Places de formation et de stage dans les entreprises

Le secteur est fortement touché par la baisse de son chiffre d'affaires en raison de la pandémie. Les prévisions de ventes pour 2022 sont optimistes, mais encore loin de celles de 2019.

- Dans l'ensemble, le secteur de l'événementiel et de la communication en direct est très fortement touché par la pandémie. Ainsi, en 2020, le **chiffre d'affaires s'est effondré** de plus de **la moitié**, toutes entreprises confondues. Deux ans plus tard, les **prévisions** sont très éloignées du point de départ, 2019 (voir figure 11). Les plus fortes baisses de chiffre d'affaires ont été enregistrées chez VSSA et EXPO EVENT.

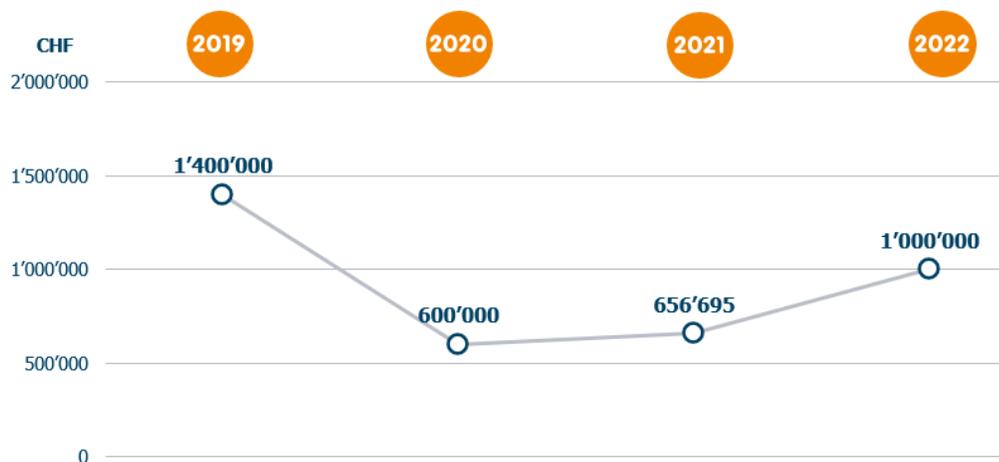


Fig. 11 : Évolution des chiffres d'affaires en glissement annuel et prévisions 2022 - Médiane

- Si l'on se réfère au chiffre d'affaires, on observe un **déplacement de la taille des entreprises**. Ainsi, la part des entreprises dont le chiffre d'affaires est inférieur à un million de CHF a fortement augmenté durant les années de pandémie 2020 et 2021. Si en 2019, seul un tiers des entreprises réalisait moins d'un million de chiffre d'affaires, elles étaient plus de la moitié en 2020 / 2021 (voir fig. 12).

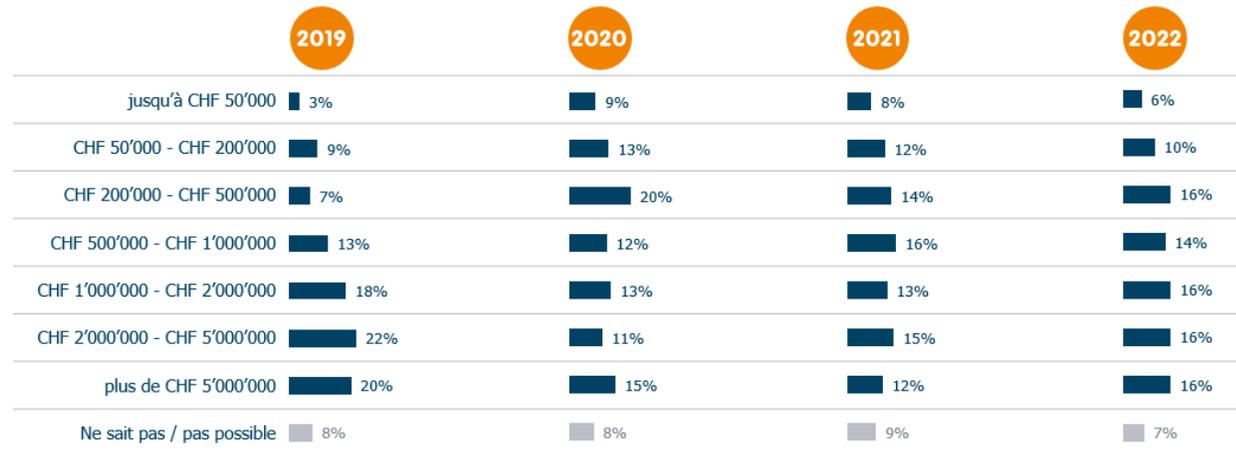


Fig. 12 : Évolution de la taille des entreprises (part du chiffre d'affaires)

Les événements publics sous forme d'événements hors ligne ont contribué à la majeure partie du chiffre d'affaires des entreprises au cours des deux dernières années.

- En raison de la pandémie, un **grand nombre de missions n'ont pas été effectuées**. Pour les projets de moins de 50'000 CHF de chiffre d'affaires, on compte en moyenne 50 projets non réalisés. Quatre grands projets (chiffre d'affaires supérieur à 200'000 CHF) n'ont pas pu être réalisés en moyenne.
- En ce qui concerne les formats proposés, ce sont les événements hors ligne (56% de part) qui ont généré la plus grande part de chiffre d'affaires dans les entreprises au cours des deux dernières années. Le reste est réparti de manière presque égale entre les formats d'événements virtuels, hybrides ou autres (voir figure 13).
- Indépendamment du mode de réalisation, les événements publics et les événements d'entreprise ou de collaborateurs constituent la plus grande partie du chiffre d'affaires. Dans une moindre mesure, les salons spécialisés ou les congrès professionnels, mais aussi les salons grand public ou les assemblées générales figurent dans le portefeuille des ventes des deux dernières années.

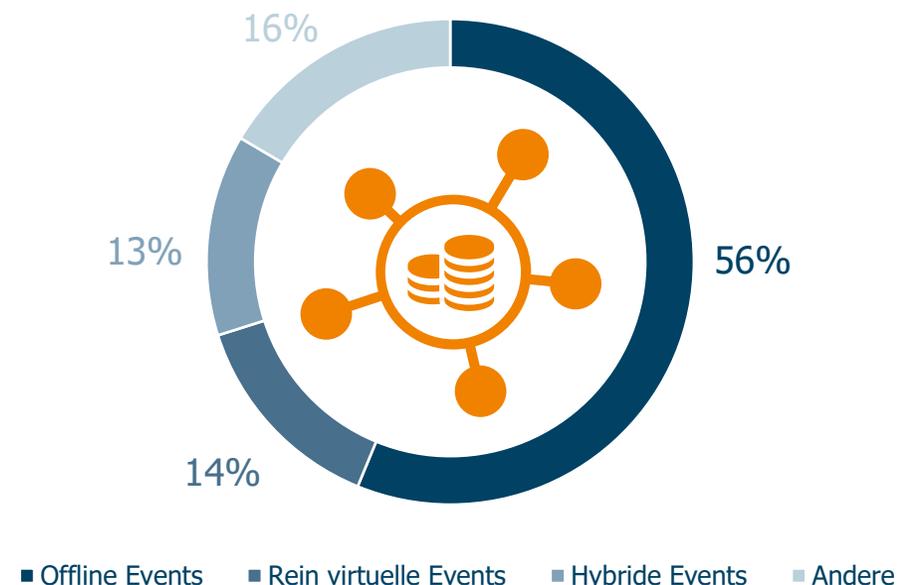


Fig. 13 : Répartition du chiffre d'affaires sur les événements en ligne / hors ligne / hybrides

Les services sont achetés à l'étranger lorsque l'événement a lieu à l'étranger. Des coûts plus faibles, la disponibilité ou les délais de livraison sont d'autres raisons.

- Comme dans presque toutes les industries, on constate un **excédent d'exportations** dans le secteur de l'événementiel : il y a plus de commandes prises à l'étranger (22%) que de commandes attribuées à des entreprises étrangères (13%).
- Les échanges de services avec l'étranger concernent principalement les compétences clés des entreprises concernées. Dans la plupart des cas, il s'agit de la technique événementielle. Le personnel, la communication 3D ou la construction de stands et de foires sont également très demandés.
- Les **raisons pour** lesquelles les activités sont **confiées** à des entreprises étrangères sont multiples : dans un cas sur deux, il s'agit du lieu de la manifestation, qui se trouve également à l'étranger. En outre, la réduction des coûts ou la disponibilité sont des facteurs décisifs. Ainsi, dans un tiers des cas, les prestations ne sont pas disponibles en Suisse. Une meilleure qualité de service n'est déterminante pour l'importation d'un service que dans 13% des cas (voir fig. 14).

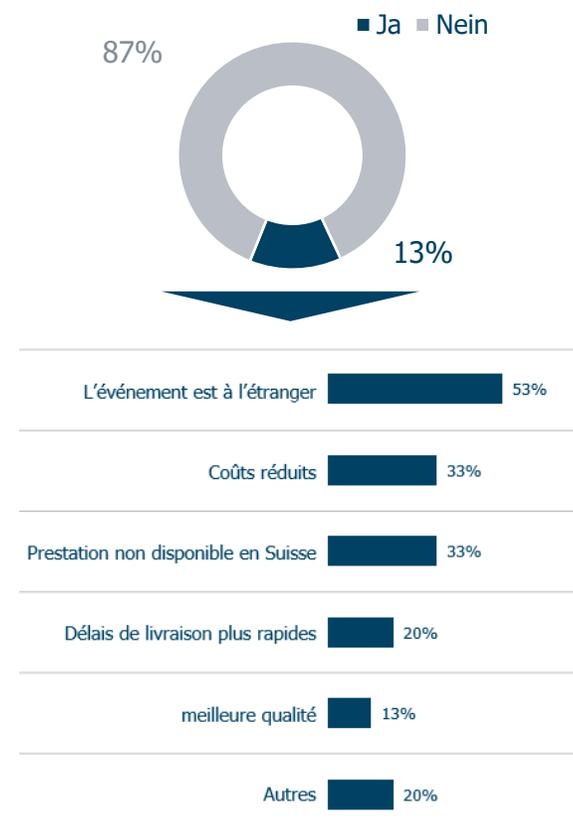


Fig. 14 : Transfert d'activités à des entreprises de l'étranger et les raisons

La pandémie a entraîné une forte augmentation des formats hybrides et numériques. Mais pour les années suivantes, on prévoit à nouveau une grande augmentation des formats Live.

- Le secteur de l'événementiel / de la communication en direct a subi des changements marquants sous l'influence de la pandémie. Dans l'ensemble, **les formats hybrides et numériques** ont fortement gagné en importance. Pour 47% des entreprises, les formats hybrides ont connu le plus fort taux de croissance au cours des deux dernières années. Pour les années à venir, on estime que le format live en particulier a un fort potentiel de croissance (voir Fig. 15).

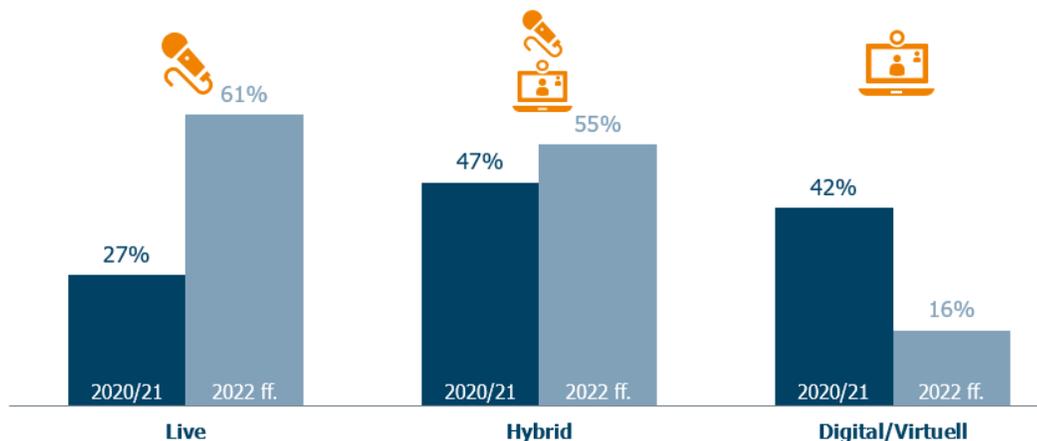


Fig. 15 : Taux de croissance des formats en 2020 / 2021 et potentiel de croissance en 2022 et suivantes.

- Bien que l'on prédise une croissance du format live pour les prochaines années, on constate dans le secteur une certaine incertitude quant à l'évolution générale **du format live en 2022** : un tiers des entreprises prévoient une diminution ou une augmentation de **ce format** .
- Les effets encore existants de la pandémie, mais aussi la réticence de nombreux organisateurs à donner des garanties, plaident en faveur d'une **diminution** des formats live en 2022. Les avis plus optimistes voient un grand besoin de rattrapage, surtout dans les événements avec présence physique, où l'on accorde une grande importance à l'échange interpersonnel.
- De nombreuses entreprises ont complété leur modèle commercial durant la pandémie par diverses technologies en ligne : Dans l'ensemble, le streaming-Live est la technologie la plus privilégiée. Les autres technologies importantes sont les productions audio et vidéo ainsi que les portails d'images et de vidéos.

Au total, seule la moitié des personnes interrogées a participé à des pitches. Malgré le coût élevé d'un appel d'offres, la plupart n'ont pas été remboursés.

- Le défi des deux dernières années peut également être mis en évidence par la participation à des appels d'offres : au total, **seule la moitié des personnes interrogées a participé à des pitches**. En moyenne, 9 présentations d'offres ont été soumises (voir Fig. 16).
- Plus de la moitié des pitches n'ont pas du tout été rémunérés. Pour une présentation d'offre sur cinq, des honoraires allant jusqu'à CHF 1'000 ont été versés (voir fig. 17).

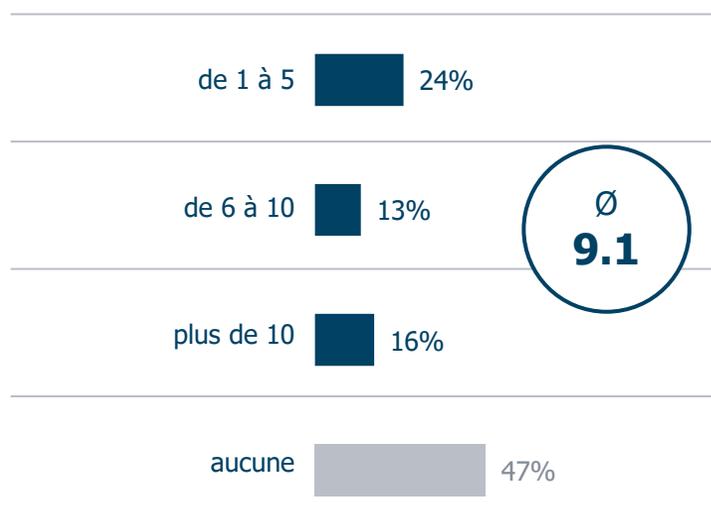


Fig. 16 : Nombre de Pitches en 2020 / 2021

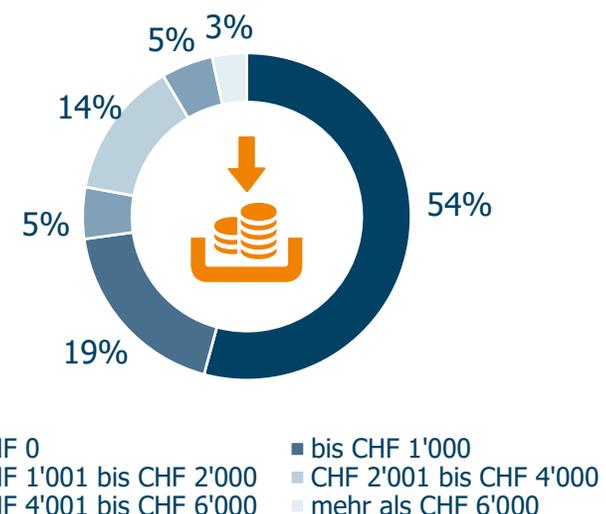


Fig. 17 : Honoraires moyens pour un pitch

La durabilité est un sujet de préoccupation pour les entreprises, mais une certification correspondante ne semble pas être un besoin prononcé.

- Au total, près de la moitié des entreprises étaient en outre activement engagées dans la **promotion d'événements durables**.
- 46% des entreprises attirent l'attention des donneurs d'ordre sur les événements durables et proposent les services correspondants. Il existe en outre toute une série d'autres mesures visant à améliorer la durabilité : projets internes, utilisation de matériaux durables, investissement dans des infrastructures durables ou promotion de l'utilisation des transports publics (voir Fig. 18).
- La certification en tant qu'entreprise durable n'est pas populaire : à peine 13% des entreprises prévoient de le faire et encore moins en possèdent une.
- Parmi les entreprises qui prévoient d'obtenir une certification, celles de l'association sectorielle sont appréciées, comme Event Sustainability Management System et ISO EXPO EVENT, mais aussi « Greenlabel » ou « ClimatePartner ».

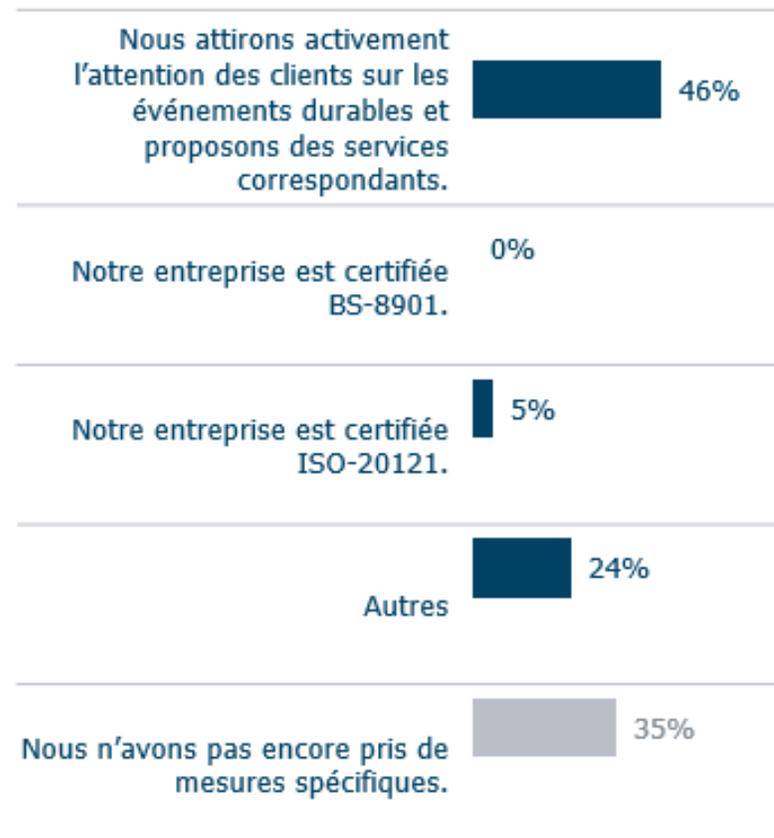


Fig. 18 : Mesures visant à améliorer la durabilité environnementale

Malgré une grande confiance, des défis subsistent, comme la pénurie de main-d'œuvre qualifiée. Les mesures consistent à investir dans la formation des collaborateurs et dans la culture du travail.

- Les deux dernières années ont été bien mises à profit pour **se diversifier dans d'autres secteurs d'activité**. Dans l'ensemble, 43% de toutes les personnes interrogées déclarent avoir développé de nouveaux domaines d'activité. L'éventail de la diversification est large et créatif. On mise surtout sur le streaming et le consulting. Au sein de la svtb, c'est surtout le domaine des installations fixes qui a été élargi.
- **Les défis** sont plus faciles à **relever** lorsqu'on les aborde ensemble. Globalement, deux tiers des personnes interrogées travaillent déjà avec un partenaire ou recherchent activement une coopération.
- L'attitude de base pour l'avenir du secteur est clairement positive. Le point de vue des membres de l'association peut certainement être considéré comme optimiste. Le plus grand défi des prochaines années sera la pénurie de main-d'œuvre.
- Pour lutter contre la **fuite des cerveaux**, la plupart des répondants misent sur leur attractivité en tant qu'employeur et investissent dans la formation des collaborateurs et dans la culture du travail (voir Fig. 19).

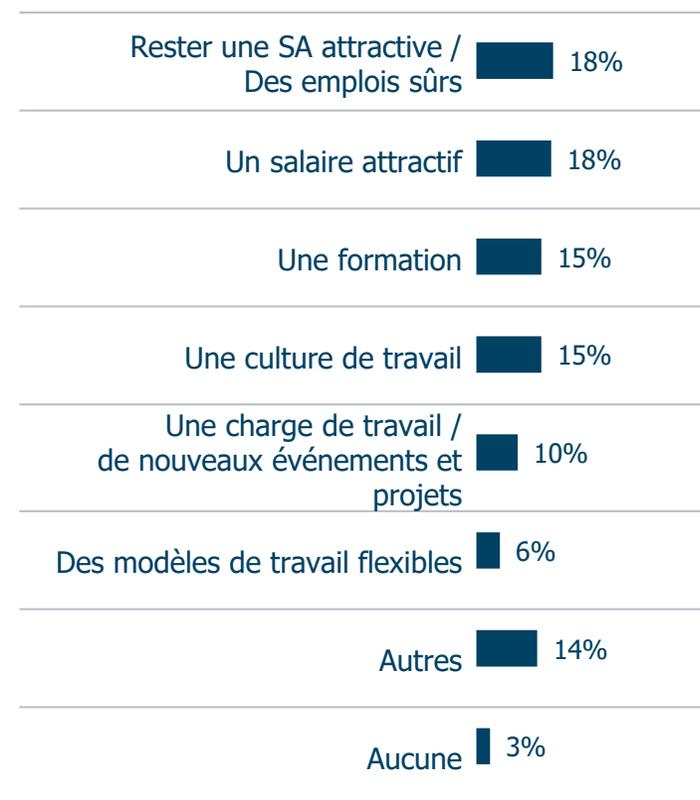


Fig. 19 : Mesures visant à réduire la fuite des cerveaux

Mesures visant à atténuer les effets de la pandémie de Covid-19.

- La pandémie Covid-19 a frappé de plein fouet le secteur de l'événementiel / de la communication en direct. Le chiffre d'affaires, toutes entreprises confondues, a chuté de plus de la moitié.
- Le Conseil fédéral a adopté un vaste train de mesures visant à atténuer les effets de la pandémie Covid-19. Les mesures sont également pertinentes pour le secteur de l'événementiel / de la communication Live. L'accent est mis sur l'indemnisation du chômage partiel, l'allocation de remplacement pour l'emploi Corona, les crédits Covid, le programme d'aide en cas de difficultés, l'indemnisation en cas de défaillance ou la garantie bancaire.
- Alors que la garantie bancaire n'a guère été utilisée, **une grande partie des membres a bénéficié des indemnités de chômage partiel pour les collaborateurs** (voir Fig. 20).

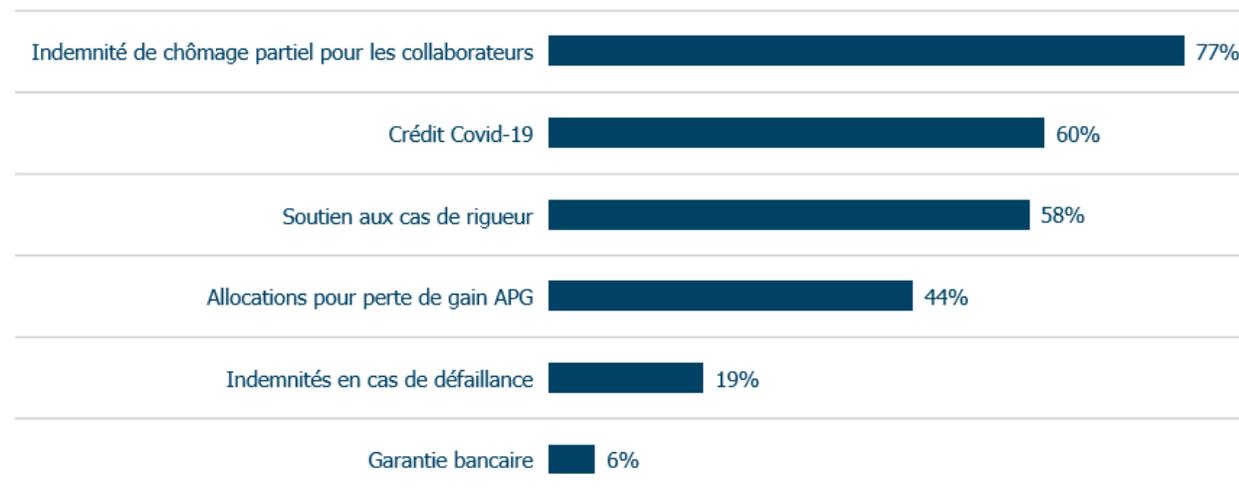


Fig. 20 : Mesures d'aide utilisées jusqu'à présent

Résumé de la gestion - Conclusion de GIM Suisse

- Le secteur de l'événementiel / de la communication en direct est fortement touché par les pertes de chiffre d'affaires dues à la pandémie. **Les prévisions de ventes pour 2022 sont optimistes**, mais encore loin de celles de 2019. Après une réduction des effectifs dans la moitié des entreprises, la plupart d'entre elles prévoient une **augmentation du nombre de collaborateurs au cours des deux prochaines années**.
- Malgré une grande confiance, des défis subsistent, comme la **pénurie de main-d'œuvre qualifiée**. Pour relever ce défi, de nombreuses entreprises misent sur le fait de devenir des employeurs attractifs. Pour cela, nous investissons dans la formation des collaborateurs et dans la culture du travail. D'autres mesures qui seront également abordées à l'avenir sont la **diversification des domaines d'activité** et les **coopérations** avec d'autres entreprises.
- La pandémie a entraîné une **forte augmentation des formats hybrides et numériques**. Mais pour les années suivantes, on prévoit à nouveau une grande augmentation des formats Live.
- Dans l'ensemble, la **satisfaction à l'égard du travail de l'association** est **très élevée** - il existe un potentiel au niveau de la communication et de la présence médiatique. Par ailleurs, il existe un grand besoin de **possibilités de formation continue**. À cet égard, l'offre devrait être augmentée, notamment dans le domaine de la numérisation et des événements virtuels.

MERCI BEAUCOUP ! POUR LE FEEDBACK ET LES QUESTIONS



Susan Shaw

Gestionnaire
d'installations
Téléphone +41 44 283 18
01
s.shaw@g-i-m.com



Johann Laut

Directeur de la recherche
Téléphone +41 44 283 18 06
j.laut@g-i-m.com

