

GIM | RELEVANCE COUNTS.

Studio Event Trend Svizzera 2022 - Summary -

Un sondaggio tra i membri delle associazioni
EXPO EVENT, svtb e VSSA

Zurigo, marzo 2022

Studio Event Trend 2022

Approfondimenti nel settore degli eventi / comunicazione dal vivo

- Lo **Studio Event Trend Svizzera 2022** è stato condotto come sondaggio tra i membri delle associazioni EXPO EVENT Swiss LiveCom Association, svtb - Schweizer Verband technischer Bühnen- und Veranstaltungsberufe (Associazione svizzera dei tecnici del teatro e dello spettacolo) e VSSA - Verein Schweizer Stadion- und Arenabetreiber (Associazione svizzera degli operatori di stadi e arene) nel periodo 17.01.22 – 11.02.22. Quasi un membro su tre (30%) ha partecipato al sondaggio (ved. Fig. 1).
- Per analizzare l'intero settore degli eventi e della comunicazione dal vivo, i membri di tutte e tre le associazioni sono stati intervistati sulle seguenti **aree tematiche**:
 - Servizi forniti e soddisfazione con la propria associazione e la sua gestione della crisi
 - Personale – gestione e sviluppo
 - Sviluppo di progetti e fatturato e attività transfrontaliere sotto forma di importazione / esportazione di servizi
 - Sviluppi e tendenze future in termini di formati e tecnologie
 - Partecipazione e gestione delle gare d'appalto per progetti
 - Investimenti nella sostenibilità ecologica
 - Sfide di settore e relativa gestione

	N	in %
Risposta totale	179	30%
EXPO EVENT	63	37%
svtb	105	27%
VSSA	11	27%

Fig. 1: Risposta – Numero di partecipanti (assoluto e in percentuale)

EXPO EVENT Swiss LiveCom Association: l'associazione nazionale di settore che sostiene le preoccupazioni del settore LiveCom.

In qualità di associazione mantello, EXPO EVENT riunisce il mondo degli eventi con organizzatori di fiere e sedi espositive, locali, società di eventi, aziende di tecnologia degli eventi e altri fornitori e si batte per condizioni quadro ottimali per il settore degli eventi nei confronti dei rappresentanti politici, dell'amministrazione e del vasto pubblico. Il portfolio dell'associazione comprende vari eventi di networking (XAVAR Award, Breakfast Club) nonché offerte nel campo della formazione (EXPO EVENT Academy) e della sostenibilità (certificazione basata sullo standard ISO 20121 – Event Sustainability Management Systems, calcolatore di sostenibilità). Gli oltre 180 membri attivi sono aziende svizzere leader, attive a livello nazionale e internazionale.

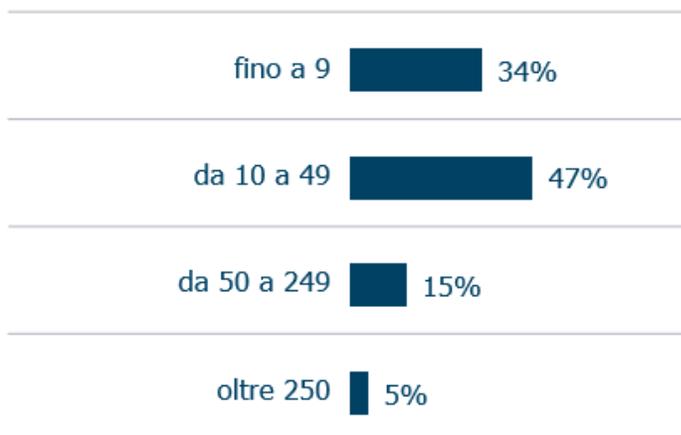


Fig. 2: Dimensione delle aziende per numero di collaboratori - EXPO EVENT



Fig. 3: Servizi nell'ambito di eventi / comunicazione dal vivo EXPO EVENT

La svtb è l'associazione del personale specializzato tecnico e artigiano nella tecnologia degli eventi svizzera.

In qualità di associazione di categoria, la svtb rappresenta il personale qualificato tecnico e artigiano che lavora nei teatri, in occasione di eventi e manifestazioni culturali, fiere e centri di raggruppamento, nelle aziende di produzione mediatica e di servizi in Svizzera. Con oltre 420 membri del settore privato e pubblico, la svtb, in qualità di più grande associazione dell'industria svizzera della tecnologia degli eventi, rappresenta gli interessi dei dipendenti e dei datori di lavoro di questo ramo dell'economia. In quanto associazione gestita a titolo onorifico, la svtb non opera a scopo lucrativo e le quote associative vengono interamente utilizzate per gli scopi dell'associazione.

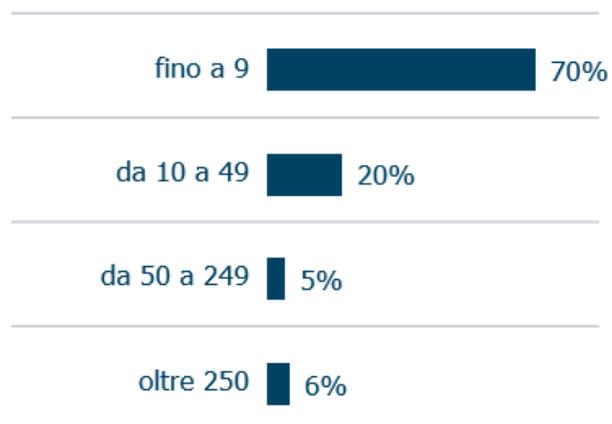


Fig. 4: Dimensione delle aziende per numero di collaboratori - svtb

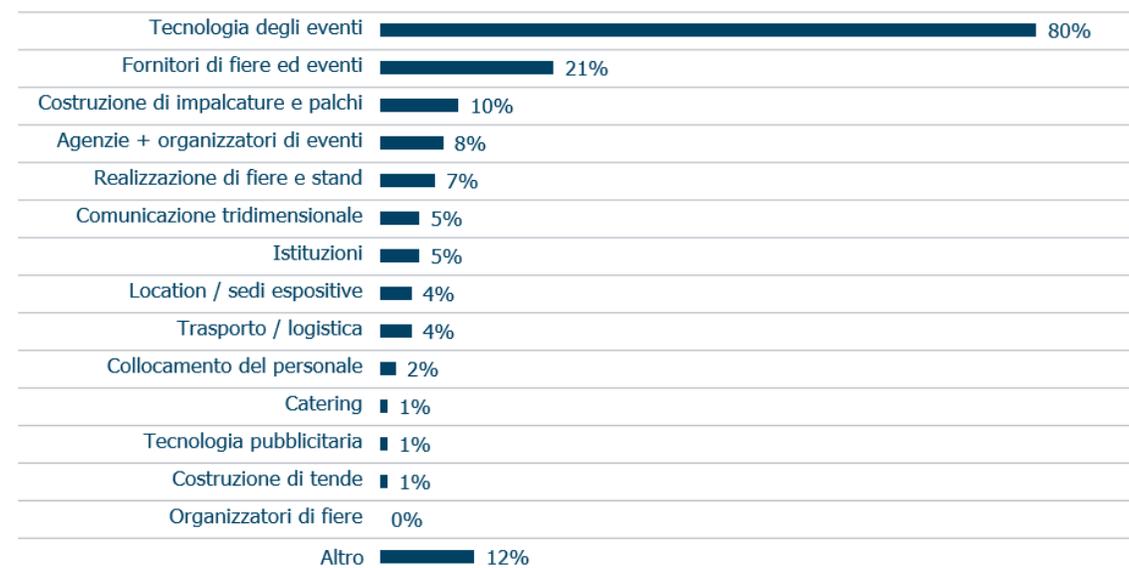


Fig. 5: Servizi nell'ambito di eventi / comunicazione dal vivo svtb

La VSSA è la forza trainante e il centro di competenza per il business delle arene e degli stadi in Svizzera!

La VSSA assicura una rete professionale di grandi operatori di stadi e arene ed è un contatto competente in tutte le questioni relative all'esercizio di stadi e arene. La VSSA fornisce ai suoi membri l'accesso a informazioni e piattaforme rilevanti. La VSSA assicura che l'importanza economica dell'industria degli stadi e delle arene abbia un posto appropriato nella percezione delle autorità, degli organizzatori di eventi e del pubblico.

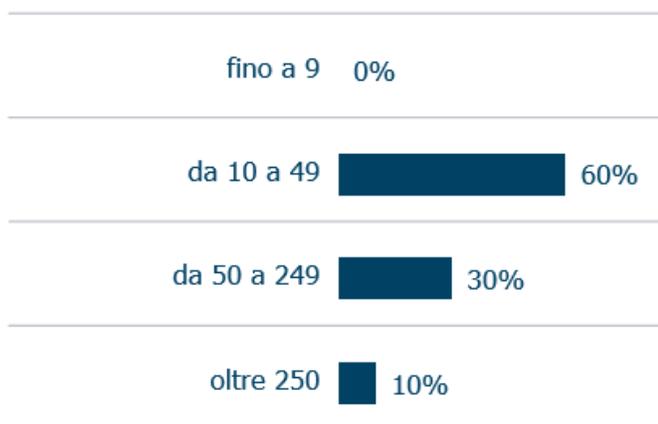


Fig. 6: Dimensione delle aziende per numero di collaboratori - VSSA

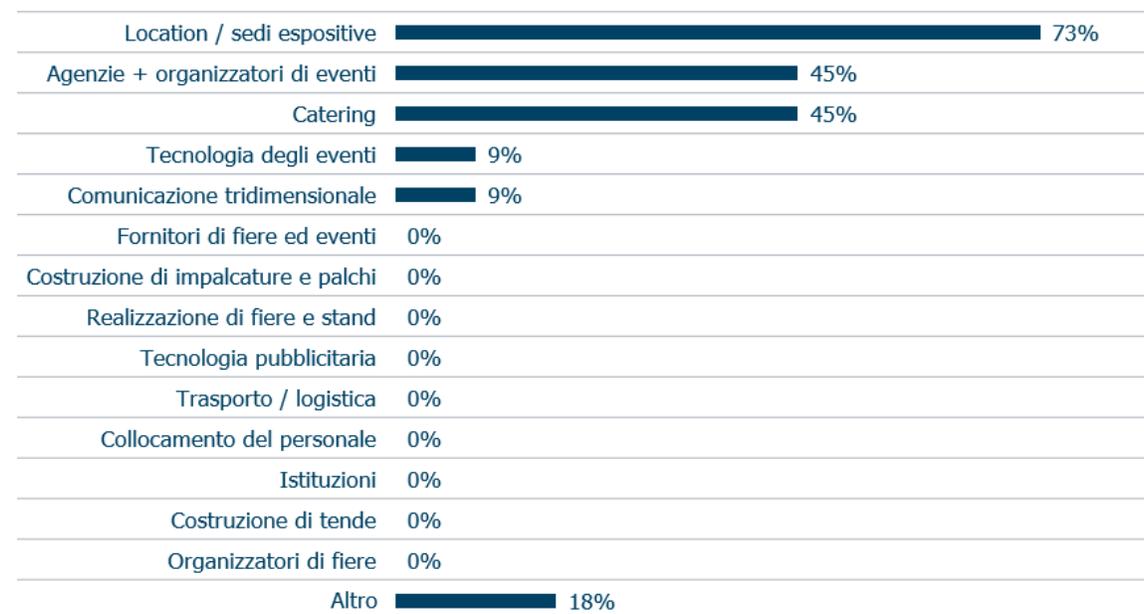


Fig. 7: Servizi nell'ambito di eventi / comunicazione dal vivo - VSSA

C'è molta soddisfazione per il lavoro delle associazioni: in generale, ma anche nella gestione delle crisi durante la pandemia.

- Il **lavoro delle associazioni è ben accolto dai membri**. L'84% di tutte le aziende è soddisfatto o molto soddisfatto del lavoro della propria associazione (ved. Fig. 8).
- In generale, c'è un **marginale di miglioramento** in termini di comunicazione e presenza sui media. Un'azienda su cinque vorrebbe che la propria associazione avesse più visibilità nel dibattito pubblico. I membri sono anche dell'opinione che la loro associazione dovrebbe mostrare più impegno politico e quindi fare più pressioni per l'industria.
- Anche la **gestione della crisi** durante la pandemia è stata valutata molto bene. Il 91% dei membri afferma che l'associazione ha svolto un lavoro da buono a molto buono.
- Le valutazioni migliori sono state assegnate ai concetti per l'igiene e la protezione in azienda, ma anche la comunicazione e le informazioni su tutti gli argomenti relativi al coronavirus.

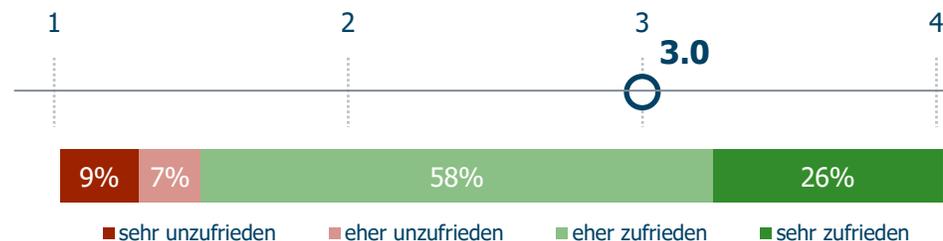


Fig. 8: Soddisfazione per il lavoro dell'associazione

Dopo una riduzione del personale in metà delle aziende, la maggior parte si aspetta un aumento dei collaboratori nei prossimi due anni.

- La **struttura dei collaboratori dell'intero settore** è caratterizzata da una quota sproporzionata di dipendenti part-time. Misurato dal numero di dipendenti equivalenti a tempo pieno, oltre il 90% dei membri sono micro e piccole imprese.
- Gli ultimi due anni sono stati accompagnati da un maggiore **dinamismo nell'effettivo del personale di tutte le aziende**. Per la metà di tutti gli intervistati, ad esempio, il numero dei dipendenti si è ridotto in media di tre persone. Solo il 12% ha registrato un aumento del numero di collaboratori (ved. Fig. 9).
- Tuttavia, la visione del prossimo futuro è caratterizzata da ottimismo per la maggior parte delle aziende. La maggior parte si aspetta un aumento dei collaboratori nei prossimi due anni. I membri di EXPO EVENT sono ancora più ottimisti: tre quarti sono convinti di poter assumere nuovi collaboratori nei prossimi due anni. svtb, che non ha perso così tanto personale, è leggermente più riservato. Circa la metà dei membri si aspetta un aumento dell'effettivo del personale.
- Le prospettive fiduciose sono confermate dalla maggiore **domanda di liberi professionisti** in futuro. Questi sono già saldamente pianificati nelle attività quotidiane: il 93% di tutte le aziende si affida già al lavoro con i liberi professionisti.
- A seconda dell'associazione, si può presumere che fino a tre quarti delle aziende si aspettano un maggiore utilizzo di liberi professionisti in futuro.



Fig. 9: Variazione del numero di collaboratori negli ultimi due anni

La volontà di formare apprendisti è grande, anche se attualmente questo non è possibile fino in fondo.

- **Apprendistati e praticantati** sono parte integrante della strategia RU delle aziende intervistate. Così, l'88% di tutti gli intervistati dichiara di avere generalmente offerte per praticanti o per apprendisti. Circa un terzo sta attualmente formando degli apprendisti. Ci sono una media di 4,4 posti di lavoro per azienda nelle varie professioni. La più popolare è quella di operatore di palcoscenico risp. operatrice di palcoscenico, una formazione tipica in un'azienda svtb.
- La situazione di tensione di molte aziende si riflette nell'attuale disponibilità di apprendistati. Il 44% non offre attualmente né apprendistati né praticantati (ved. Fig. 10).
- Un indicatore chiave dello sviluppo del personale è il **formazione continua**. La maggior parte delle aziende concorda sul fatto che l'offerta di ulteriori opportunità di formazione continua dovrebbe essere migliorata. Specialmente nell'area della digitalizzazione, degli eventi e delle reti virtuali, l'offerta dovrebbe essere adeguatamente aumentata.

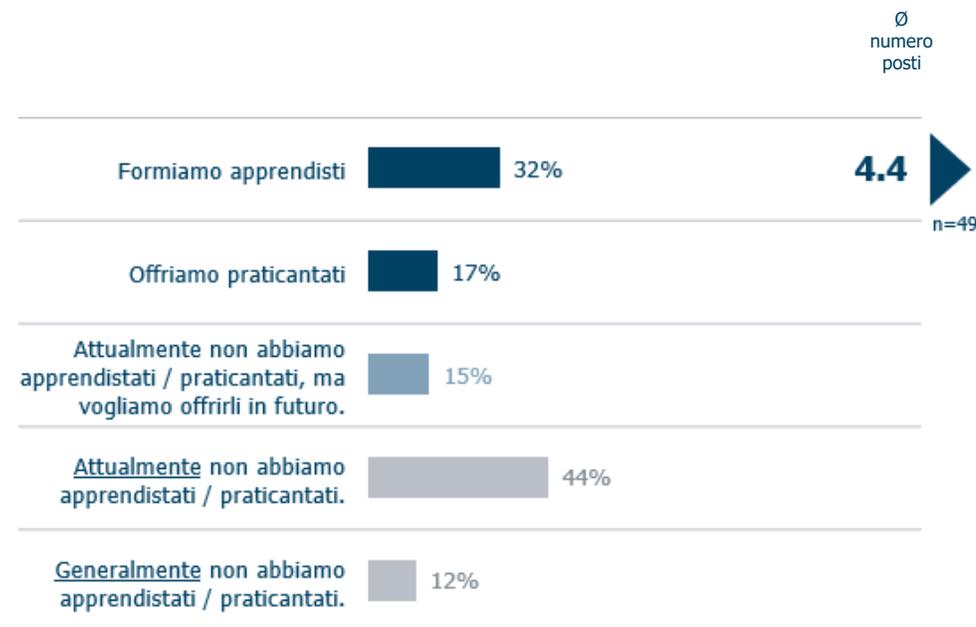


Fig. 10: Situazione degli apprendistati e dei praticantati nelle aziende

Il settore è gravemente colpito dalle perdite di fatturato dovute alla pandemia. Le previsioni di fatturato per il 2022 sono ottimistiche, ma ancora lontane dal 2019.

- Nel complesso, l'industria degli eventi e della comunicazione dal vivo è molto colpita dalla pandemia. Nel 2020, ad esempio, il **fatturato** di tutte le aziende è **crollato di oltre la metà**. Due anni dopo, la **previsione** è molto lontana dal punto di partenza, il 2019 (ved. Fig. 11). Le maggiori perdite di fatturato sono state registrate da VSSA e EXPO EVENT.

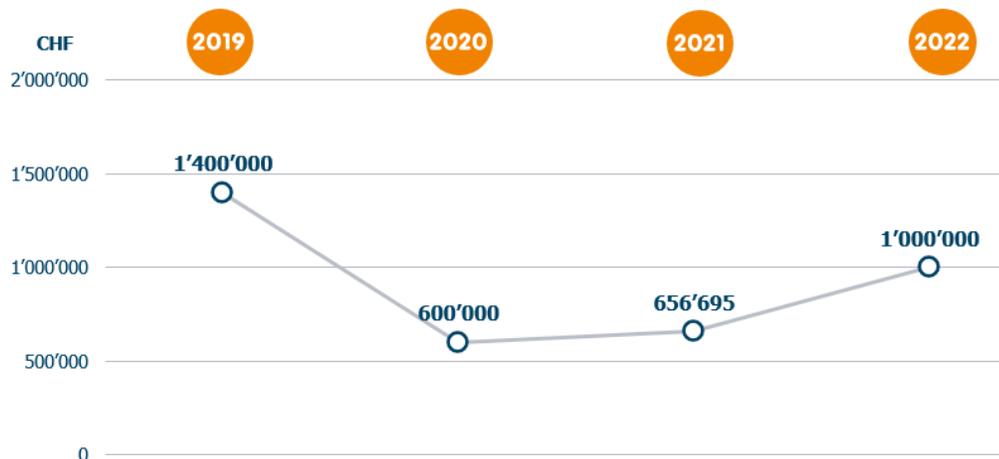


Fig. 11: Sviluppo dei fatturati su base annua risp. previsioni 2022 - Mediana

- Misurato in base al fatturato, si può osservare un **cambiamento nelle dimensioni delle aziende**. Così è aumentata notevolmente la quota di aziende con un fatturato inferiore ad un milione di franchi negli anni della pandemia 2020 e 2021. Mentre solo un terzo delle aziende aveva meno di un milione di fatturato nel 2019, nel 2020 / 2021 erano più della metà (ved. Fig. 12).

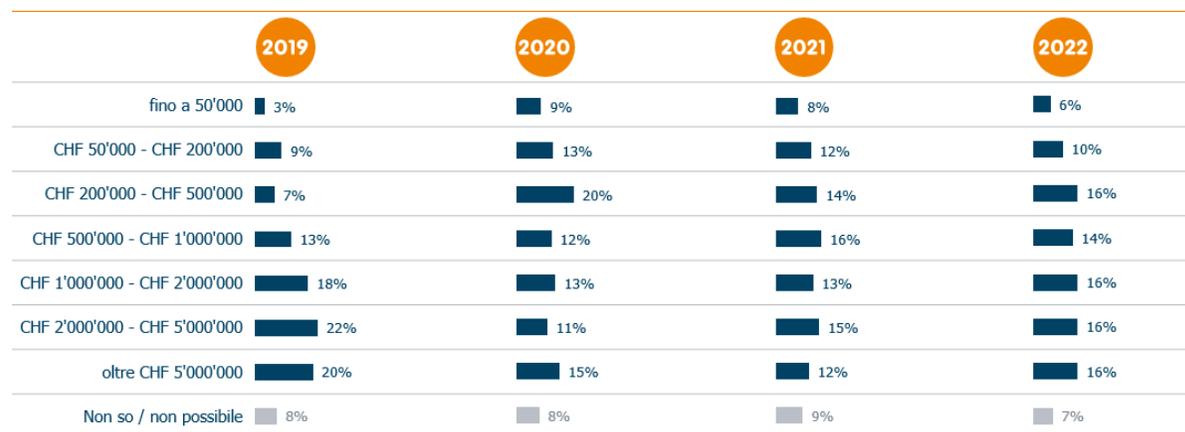


Fig. 12: Sviluppo delle dimensioni delle aziende (quote di fatturato)

Gli eventi pubblici sotto forma di eventi offline hanno contribuito alla maggior parte del fatturato delle aziende negli ultimi due anni. Studio Event Trend 2022

- A causa della pandemia, un **gran numero di incarichi non è stato eseguito**. Per progetti con un fatturato inferiore a 50'000 CHF, si tratta di una media di 50 progetti non realizzati. In media, non è stato possibile realizzare quattro grandi progetti (fatturato superiore a CHF 200'000).
- In relazione ai formati offerti, sono gli eventi offline (56% di quota) ad aver ottenuto la quota maggiore di vendite nelle aziende negli ultimi due anni. Il resto è distribuito quasi equamente tra formati di eventi virtuali, ibridi o di altro tipo (ved. Fig. 13).
- Indipendentemente dalla modalità di attuazione, gli eventi pubblici e gli eventi aziendali o per i collaboratori rappresentano la quota maggiore di fatturato. In misura leggermente minore, nel portafoglio delle vendite degli ultimi due anni si trovano fiere specialistiche o congressi specialistici, ma anche fiere aperte al pubblico o assemblee generali.

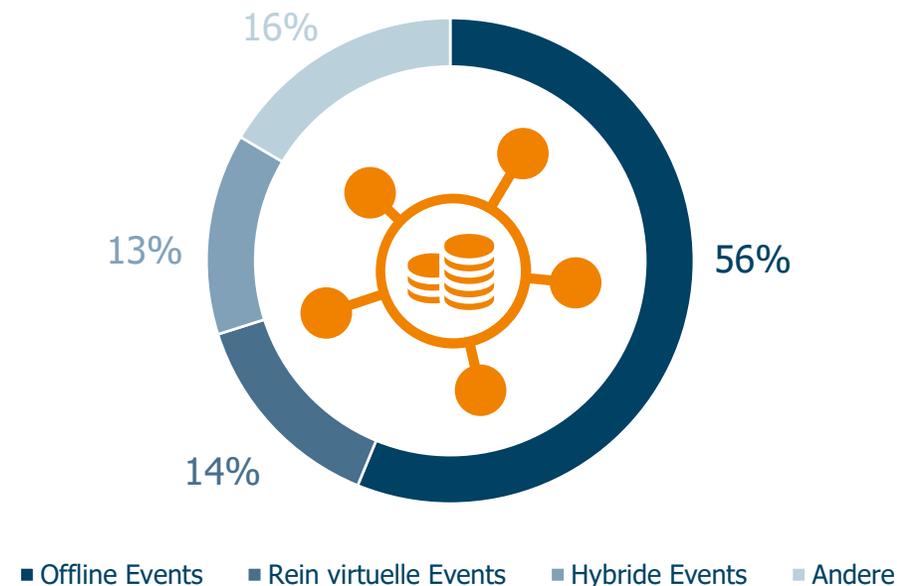


Fig. 13: Distribuzione del fatturato tra eventi online / offline / ibridi

I servizi sono acquisiti all'estero se l'evento si svolge all'estero. Costi inferiori, disponibilità o tempi di consegna sono altri motivi.

- Come in quasi tutti i settori, anche nel settore degli eventi si registra un'**eccedenza di esportazioni**: all'estero vengono presi più ordini (22%) rispetto a quelli assegnati alle aziende estere (13%).
- Lo scambio di servizi con l'estero riguarda principalmente le competenze chiave delle rispettive aziende. Nella maggior parte dei casi, questa è la tecnologia degli eventi. Sono richiesti anche personale, comunicazione 3D o costruzione di fiere e stand.
- Le **ragioni per assegnare** attività ad aziende straniere sono molteplici: in un caso su due si tratta del luogo dell'evento, che si trova anch'esso all'estero. Inoltre, sono decisivi i costi inferiori o la disponibilità. Così, in un terzo dei casi, i servizi non sono disponibili in Svizzera. Una migliore qualità del servizio è decisiva per l'importazione di un servizio solo nel 13% dei casi (ved. Fig. 14).

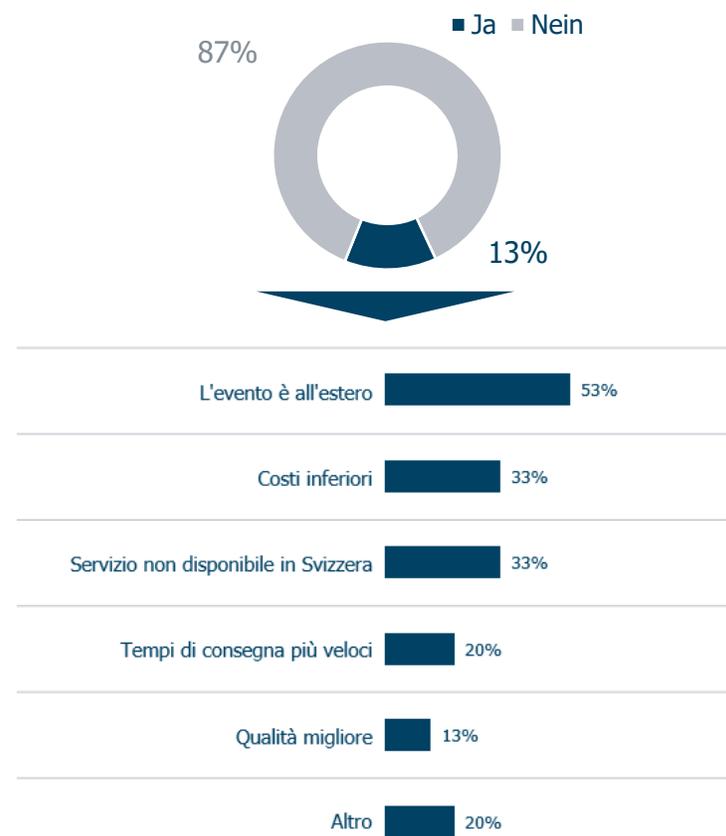


Fig. 14: Trasferimento di attività ad aziende dall'estero e motivazioni

Attraverso la pandemia sono aumentati in modo significativo i formati ibridi e digitali. Tuttavia, per i prossimi anni è previsto un forte aumento dei formati live.

- Il settore degli eventi e della comunicazione dal vivo è cambiato in modo significativo a causa dell'influenza della pandemia. Nel complesso, i **formati ibridi e digitali** sono diventati sempre più importanti. Per il 47% delle aziende, i formati ibridi hanno registrato il tasso di crescita più forte negli ultimi due anni. Il formato live in particolare dovrebbe avere un forte potenziale di crescita nei prossimi anni (ved. Fig. 15).

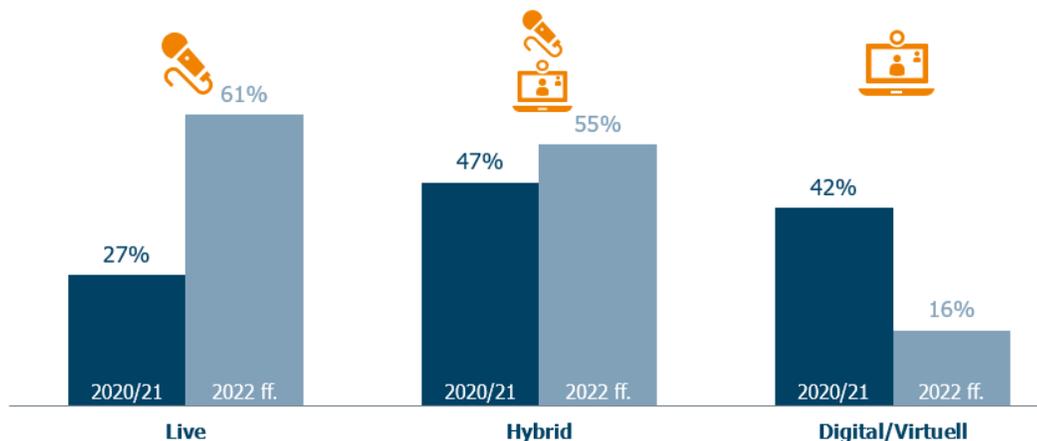


Fig. 15: Tassi di crescita dei formati nel 2020 / 2021 e potenziale di crescita nel 2022 e segg.

- Sebbene sia prevista una crescita per il formato live nei prossimi anni, c'è un certo grado di incertezza nel settore per quanto riguarda lo **sviluppo generale dei formati live nel 2022**: un terzo delle aziende li vedono in diminuzione risp. in aumento.
- Gli effetti ancora esistenti della pandemia, ma anche la riluttanza di molti organizzatori a prendere impegni, parlano di una **diminuzione** dei formati live nel 2022. Le opinioni più ottimistiche vedono un grande bisogno di recuperare il ritardo, soprattutto per gli eventi con una presenza fisica, dove grande importanza viene attribuita allo scambio interpersonale.
- Durante la pandemia, molte aziende hanno integrato il proprio modello di business con varie tecnologie online. Nel complesso il live streaming è la tecnologia preferita. Altre tecnologie importanti sono le produzioni audio e video, nonché i portali di immagini e video.

Complessivamente, solo la metà di tutti gli intervistati ha preso parte ai pitch. Nonostante i costi elevati per un bando di concorso, la maggior parte non è stata remunerata.

- La sfida degli ultimi due anni può essere vista anche nella partecipazione ai bandi di concorso: nel complesso, **solo la metà degli intervistati ha partecipato a pitch**. In media sono state presentate 9 offerte (ved. Fig. 16).

- Più della metà di tutti i pitch non è stata affatto remunerata. Per ogni quinta presentazione di un'offerta è stata pagata una tariffa fino a CHF 1'000. (ved. Fig. 17).

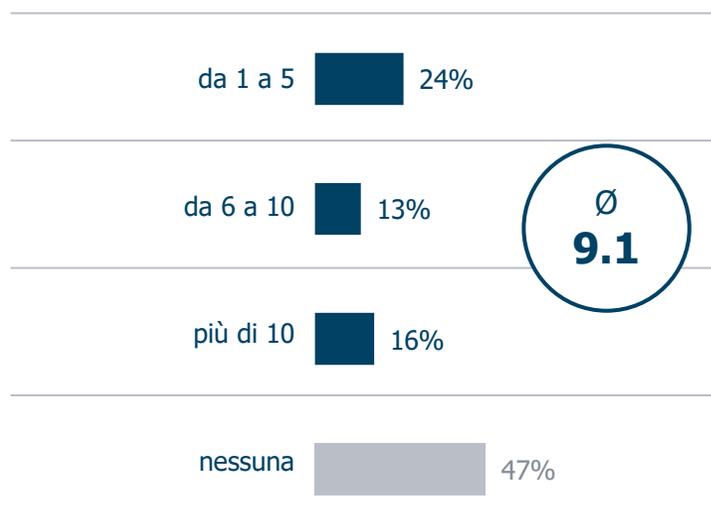


Fig. 16: Numero di pitch nel 2020 / 2021

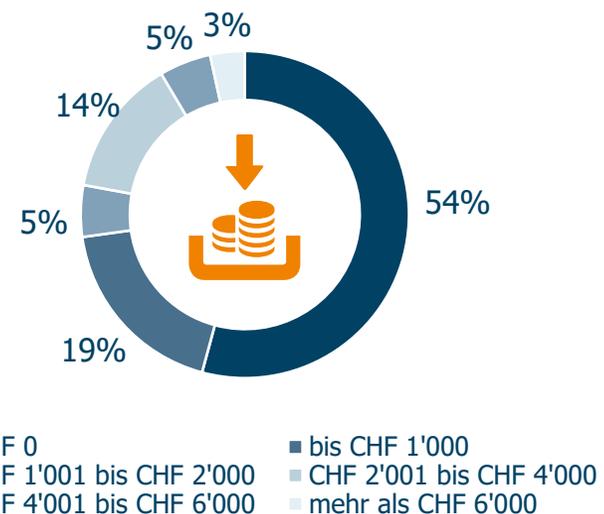


Fig. 17: Tariffa media per un pitch

La sostenibilità è un argomento tra le aziende, ma una certificazione corrispondente non sembra essere un bisogno pronunciato.

- Nel complesso, quasi la metà delle aziende è attivamente coinvolta nella **promozione di eventi sostenibili**.
- Il 46% richiama l'attenzione dei committenti su eventi sostenibili e offre servizi corrispondenti. Inoltre, ci sono una serie di altre misure per migliorare la sostenibilità: progetti interni, uso di materiali sostenibili, investimenti in infrastrutture sostenibili o promozione dell'uso del trasporto pubblico (ved. Fig. 18).
- La certificazione come azienda sostenibile non è popolare: solo il 13% delle aziende ha intenzione di ottenerla e ancora meno ne hanno una.
- Tra le aziende che intendono ottenere una certificazione, sono popolari quelle dell'associazione di settore, come Event Sustainability Management System e ISO EXPO EVENT, ma anche «Greenlabel» o «ClimatePartner».

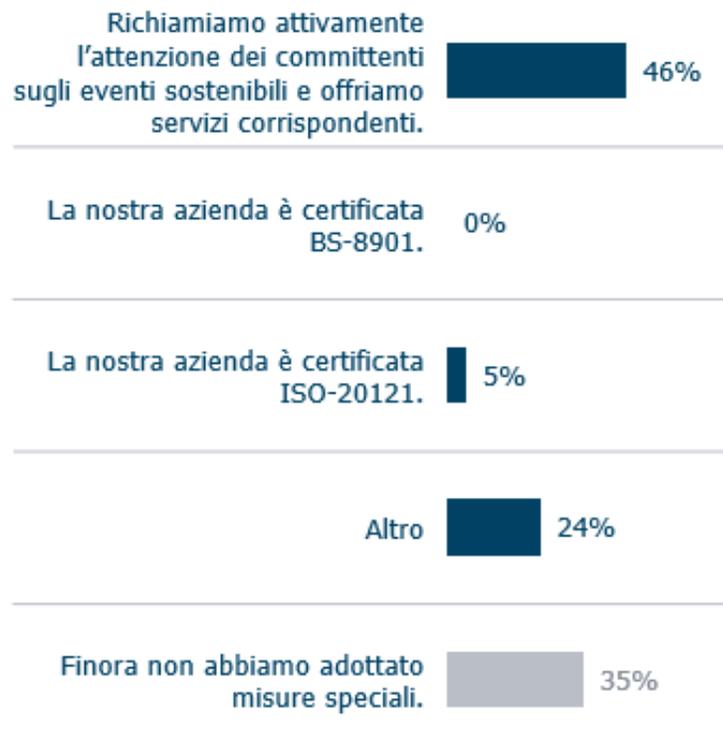


Fig. 18: Misure per migliorare la sostenibilità ecologica

Nonostante l'elevata fiducia, ci sono sfide come la carenza di personale specializzato. Le misure sono investimenti nella formazione dei collaboratori e nella cultura del lavoro.

- Gli ultimi due anni sono stati ben utilizzati per **diversificare in altre aree di business**. Complessivamente, il 43% di tutti gli intervistati dichiara di aver aperto nuove aree di business. Lo spettro della diversificazione è ampio e creativo. Si punta principalmente allo streaming e alla consulenza. Nella svtb, in particolare, è stata ampliata l'area degli impianti fissi.
- Le **sfide** sono più facili da superare se le si affronta insieme. Complessivamente, due terzi degli intervistati stanno già lavorando con un partner o sono attivamente alla ricerca di una cooperazione.
- L'atteggiamento di base verso il futuro del settore è chiaramente positivo. La visione dei membri dell'associazione può certamente essere considerata ottimista. La carenza di manodopera sarà la sfida più grande dei prossimi anni.
- Per contrastare l'**emigrazione di personale specializzato**, la maggior parte degli intervistati fa affidamento sulla propria attrattiva come datore di lavoro e investe nella formazione dei collaboratori e nella cultura del lavoro (ved. Fig. 19).



Fig. 19: Misure per ridurre l'emigrazione di personale specializzato

Misure per ridurre l'impatto della pandemia di Covid-19.

- La pandemia di Covid-19 ha colpito duramente il settore degli eventi / comunicazione dal vivo. Il fatturato di tutte le aziende è crollato di oltre la metà.
- Il Consiglio federale ha adottato un ampio pacchetto di misure per ridurre l'impatto della pandemia di Covid 19. Le misure sono rilevanti anche per il settore degli eventi / comunicazione dal vivo. In primo piano ci sono l'indennità per lavoro ridotto, l'indennità di perdita di guadagno per il coronavirus, i crediti Covid, il programma per i casi di rigore, indennità per perdita di guadagno o la garanzia bancaria.
- Mentre la garanzia bancaria è stata poco utilizzata, **una gran parte dei membri ha ricevuto l'indennità per lavoro ridotto per i collaboratori** (ved. Fig. 20).

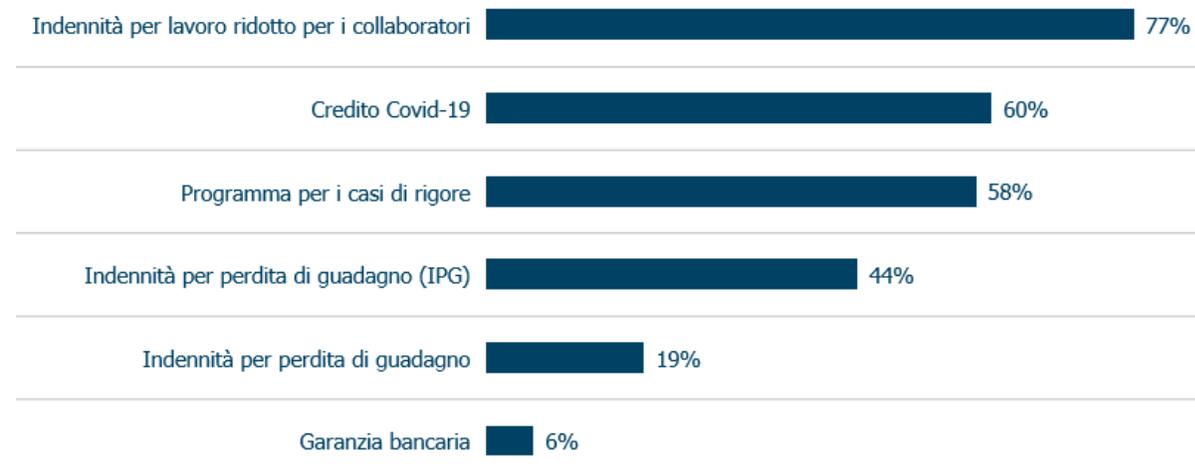


Fig. 20: Misure di aiuto utilizzate finora

Management Summary – Conclusione di GIM Suisse

- Il settore degli eventi / comunicazione dal vivo è gravemente colpito dalle perdite di fatturato dovute alla pandemia. **Le previsioni di fatturato per il 2022 sono ottimistiche**, ma ancora lontane dal 2019. Dopo una riduzione del personale in metà delle aziende, la maggior parte si aspetta un **aumento dei collaboratori nei prossimi due anni**.
- Nonostante l'elevata fiducia, ci sono sfide come la **mancaza di personale specializzato**. Per far fronte a questa sfida, molte aziende si stanno concentrando sul diventare datori di lavoro attraenti. A tal fine, si sta investendo nella formazione dei collaboratori e nella cultura del lavoro. Altre misure che verranno affrontate anche in futuro sono la **diversificazione delle aree di business** e le **cooperazioni** con altre aziende.
- Attraverso la pandemia sono **umentati in modo significativo i formati ibridi e digitali**. Tuttavia, per i prossimi anni è previsto un forte aumento dei formati live.
- Nel complesso, la **soddisfazione per il lavoro delle associazioni è molto alta** – esiste un potenziale nella comunicazione e nella presenza sui media. Inoltre, c'è un grande bisogno di ulteriori **opportunità di formazione continua**. A tal proposito l'offerta andrebbe incrementata, soprattutto nell'ambito della digitalizzazione e degli eventi virtuali.

GRAZIE!

PER FEEDBACK E DOMANDE



Susan Shaw
General Manager
Telefono +41 44 283 18
01
s.shaw@g-i-m.com



Johann Laut
Research Director
Telefono +41 44 283 18 06
j.laut@g-i-m.com

