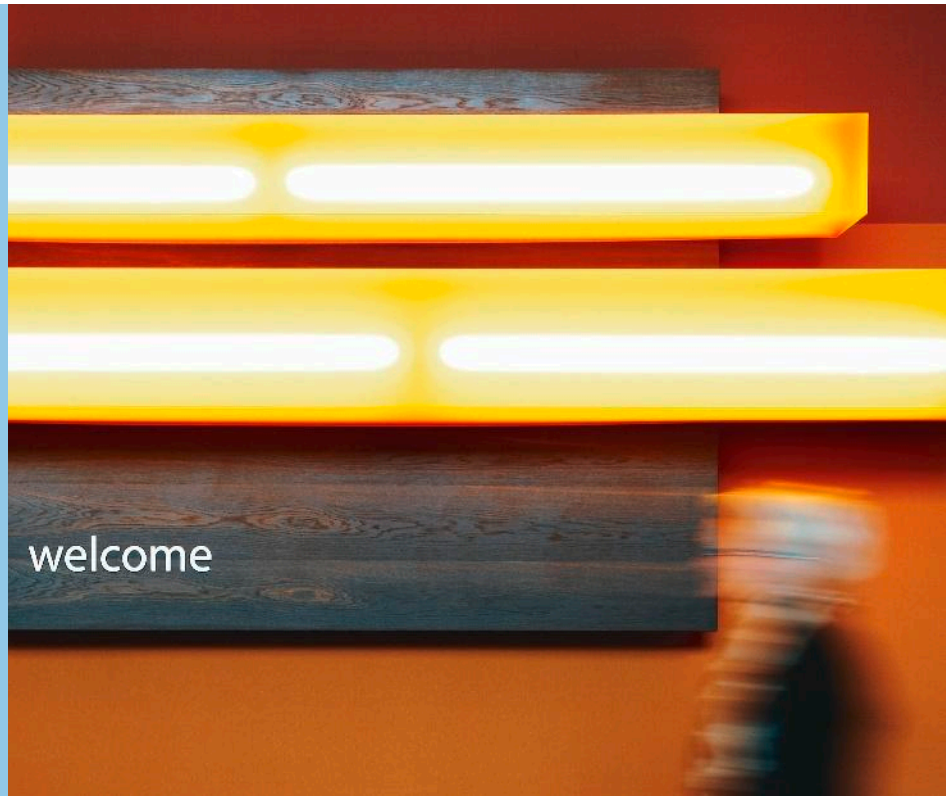


Tecnica delle emozioni

Grazie a un modello di business innovativo, la Habegger AG non è più una semplice azienda fornitrice di impianti tecnici per manifestazioni: oggi è specialista nella «fornitura di emozioni».

A destra: un welcome desk molto originale. Sotto: Peter Habegger e il media designer Sandro Gaido visionano i progetti per l'allestimento di un palcoscenico. Più sotto: pannello con le event locations di cui Habegger è partner tecnico.



Effetti luce e sonori, multimedia, proiezioni video su grande schermo e allestimenti di palcoscenici: i veicoli mediali che la Habegger mette a disposizione di grandi eventi e contenitori come Art on Ice, St.Galler Festspiele, lancio del rebranding di Swisscom, museo BMW e, proprio ora, la grande mostra di Van Gogh a Basilea sono in gran parte basati su modernissime tecnologie. «La nostra forza innovativa non ha però una matrice tecnologica, fa leva piuttosto sul modello di business. Gli effetti tecnici, da soli, non hanno sempre ef-

fetti permanenti, mentre le emozioni sì», spiega Peter Habegger, fondatore della ditta di Regensdorf, che negli ultimi anni ha quasi creato dal nulla un nuovo settore. «Oggi questo modello ci rende unici in Europa.» La specialità della ditta non è tanto la fornitura di impianti luce, video o audio, ma l'allestimento integrato di spazi e contenuti. Tutto da «una sola mano», dalla progettazione alla realizzazione, indipendentemente dalle tecnologie impiegate.

Branding per tutti i sensi

«In questo mondo globalizzato, il branding diventa sempre più importante. Imprese, prodotti e anche manifestazioni si sforzano di raggiungere tutti i canali sensoriali delle persone con un messaggio «a banda larga», allo scopo di generare un le-

game emotivo e capace di durare il più possibile nel tempo», afferma Habegger, che da questa esigenza ha sviluppato la sua strategia portando nuovamente a espressione una sua tipica attitudine: concretizzare le idee. E così nel 1985 diede un nuovo orientamento alla ditta con i suoi cinque dipendenti, trasformandola da fornitrice di impianti tecnici in fornitrice globale di tutti i contenuti medialia degli eventi, la prima nel suo genere.

Specialista in contenuti

A questo nuovo modello di business ha dato una mano un altro trend attuale: «Nel settore della comunicazione dal vivo osservo una crescente separazione tra organizzazione e realizzazione. Sempre più spesso la realizzazione dei contenuti viene totalmente affidata a operatori specializzati, mentre parallelamente le ditte e le agenzie si concentrano sulle loro competenze concettuali e organizzative. Questa tendenza è sbarcata anche nel nostro campo», spiega Habegger. «Oggi siamo specialisti che assumono la responsabilità generale per la presentazione di tutti i contenuti. Le agenzie o i servizi interni delle aziende possono così focalizzarsi sulla concezione e organizzazione degli eventi». Coerentemente Habegger si è nel frattempo separato dal suo «parco impianti»: quello di cui ha bisogno lo noleggia lui stesso presso i suoi partner.

Oggi sono circa 140 gli specialisti che mette al servizio dei più svariati eventi: meeting sportivi, assemblee generali, lanci di prodotti, cerimonie di premiazione, allestimenti di spazi espositivi, museali e commerciali. A tale scopo si organizzano in gruppi di progetto multidisciplinari formati da architetti d'interni, progettisti di luci e media, event engineers, registi, designer grafici, specialisti di software e scenografi. Ma per il cliente l'interlocutore è sempre solo uno e, nella sua veste di capoprogetto, coinvolge gli specialisti che servono, commenta Habegger.

Con questo modello l'azienda opera oggi nei suoi tre settori chiave (eventi medialia, architettura mediale e scenografia mediale), ai quali da inizio 2009, con l'acquisizione della Bluepark AG, si è aggiunto il rafforzato business della produzione di film. «Il nostro approccio dei team interdisciplinari e l'ampio ventaglio di attività ci consentono di sviluppare molte sinergie tra i singoli settori», sottolinea l'imprenditore.

Fornitori creativi di servizi

Malgrado i molti «creativi» presenti nello staff, il pragmatico Habegger posiziona la sua ditta nel segmento dei classici fornitori di servizi: «Da noi non si tratta di vivere liberamente la propria creatività, ma di tirare fuori il massimo per il cliente dalle circostanze in cui siamo chiamati a operare». Per questo, oltre a uno spiccato spirito di squadra, tutti i collaboratori devono indispensabilmente possedere attenzione per i costi, comprensione per i punti di vista della ditta e una dose non comune di capacità realizzativa.

Questo pragmatismo torna utile anche sul piano internazionale, come sostiene con legittimo orgoglio l'intraprendente fondatore della ditta: «Ci presentiamo volutamente con un'immagine svizzera, non promettendo mai più di quanto possiamo dare». E ad apprezzare l'affidabile qualità svizzera non sono solo colossi del calibro di BMW, Mercedes o SAP: Habegger ha nel frattempo conquistato anche il mercato mediorientale, dove ad esempio nel 2006 ha curato l'intera «messa in scena» dei Giochi asiatici a Doha, in Qatar. L'offerta integrata del live communication provider Habegger convince sempre più organizzatori in tutto il mondo.



Gli specialisti Thommy Rüegg (producer TV, a sinistra) e Davide Ponzio (sound designer) intenti nella sonorizzazione di un film.

Check-list

Servizi innovativi – i fattori di successo per Peter Habegger.

1. Fondamentali sono un chiaro orientamento al cliente e la conoscenza delle sue esigenze.
2. Una coerente attuazione della strategia, accompagnata da un'adeguata comunicazione interna ed esterna.
3. La capacità di anticipare desideri ed esigenze che il cliente non è ancora in grado di formulare concretamente.
4. Gerarchie piatte e team operativi in cui ogni collaboratore punta al successo dell'intero progetto: orientamento al cliente significa anche e soprattutto questo.
5. Sinergie ragionate tra i singoli settori di attività, grazie alle quali il fornitore di servizi può accrescere la copertura delle esigenze e il valore aggiunto.