

Cultura, sport e formazione

In base allo studio sulle attività svolte nel tempo libero in Svizzera («Pratiques culturelles et de loisirs en Suisse» disponibile in francese e in tedesco), condotto nel 2005 dall'Ufficio federale di statistica, vi è una parte della popolazione che si dedica assiduamente a sport e hobby. Si tratta principalmente di persone che godono di un certo benessere economico, che hanno seguito studi universitari o che in genere hanno meno di quarant'anni. L'accordo UE sulla libera circolazione ha favorito una massiccia immigrazione di stranieri in Svizzera, superiore alla media anche grazie alla florida situazione congiunturale, molti dei quali presentano le caratteristiche menzionate. Non stupisce quindi che le aziende che offrono cultura, sport e formazione guardino al futuro con maggiore ottimismo rispetto al passato.

Voglia di aggiornamento

Dopo un 2007 soddisfacente, le aziende operanti nel settore del perfezionamento professionale per adulti si mostrano fiduciose per l'anno in corso. Secondo i dati del rilevamento sulla forza lavoro, nel 2006 il 77% dei residenti in Svizzera ha frequentato almeno un corso di aggiornamento. Per l'anno appena concluso la percentuale dovrebbe essere analoga. Mentre da un lato il desiderio di perfezionamento professionale del singolo è in molti casi finalizzato a migliorare le proprie prospettive di carriera o, per le donne, a riqualificarsi per rientrare nel mondo del lavoro dopo la pausa per la maternità, dall'altro si assiste a una sempre più forte incentivazione da parte dei datori di lavoro. E dato che il trend, accentuato dalla positiva situazione contingente, ha prosciugato le riserve di specialisti, si moltiplicano le aziende che formano autonomamente i propri esperti. Per farlo, in genere non creano infrastrutture interne, ma ricorrono all'offerta degli operatori presenti sul mercato.

Intenso allenamento per il settore fitness

Il 73% della popolazione fa una passeggiata almeno una volta alla settimana, il 62% pratica uno sport regolarmente ogni settimana. Eppure il numero di persone in sovrappeso aumenta costantemente. Nel 2002 ben il 38,7% riteneva di dover smaltire chili in eccesso, una quota che dieci anni prima era solo del 31,4%. Ciò ha messo a dura prova le capacità del settore fitness. I profondi cambiamenti strutturali a cui è attualmente sottoposto spiegano la cautela con cui le aziende si esprimono sulle prospettive future e le loro aspettative molto modeste per quanto riguarda fatturati e utili. Nel corso degli anni si è assistito a un progressivo consolidamento del settore, caratterizzato ora quasi esclusivamente da aziende di grosse dimensioni che hanno fagocitato le tante piccole attività imprenditoriali sorte all'inizio. La forte pressione concorrenziale favorirà soprattutto le imprese ubicate in posizioni centrali, in grado di proporre un'offerta in linea con le esigenze della clientela e prezzi competitivi. Le piccole società sembrano quindi destinate a scomparire.

Le organizzazioni culturali sperano nel 2008

Alla prudenza manifestata dalle aziende attive nell'ambito della cultura, intervistate nel nostro sondaggio di fine 2006, è subentrato un maggiore ottimismo per quanto riguarda le stime 2008, anche alla luce del fatto che in periodi di vigore congiunturale i consumatori si mostrano più disposti a spendere per «prodotti culturali», anche se con uno scarto temporale. Si auspica che questo sia l'anno giusto. Resta comunque forte il bisogno di attuare piani di risparmio, in quanto gli enti pubblici tendono a ridurre le sovvenzioni e a pretendere una maggiore copertura dei costi. Le aziende culturali classiche (teatri di prosa e lirici, sale da concerti) dovranno inoltre misurarsi con i megaeventi internazionali che vedono la partecipazione di grandi star. Anche in questo caso la carta vincente sarà l'innovazione, giocata da quegli operatori che sapranno fidelizzare un proprio pubblico attraverso proposte interessanti. ■

