



Giugno 2014

Rapporto sul mercato delle patate

Meno importatori, più importazioni: squilibrio nelle importazioni di patate fresche

Elevati quantitativi di importazioni di patate da tavola e destinate alla trasformazione Pag. 3/6

Nel primo trimestre 2014 sono state importate 6'427 tonnellate di patate da tavola. Il quantitativo è quasi raddoppiato rispetto all'anno precedente (3'500t). Il volume d'importazione di patate destinate alla trasformazione si attesta a circa 12'000 tonnellate. Nel trimestre dell'anno precedente sono state importate 580 tonnellate.

Importazioni di patatine mediante il traffico di perfezionamento Pag. 6

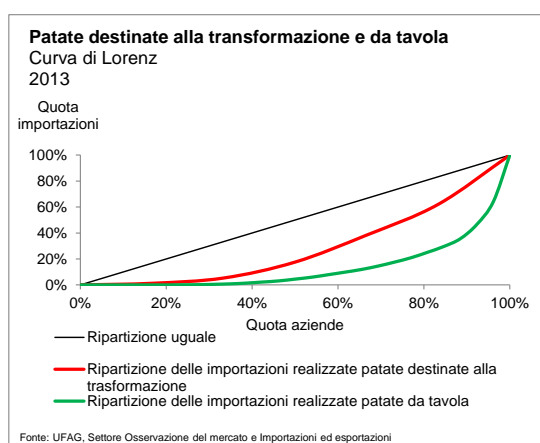
Quasi la metà di tutte le patatine importate (300t) nel primo trimestre 2014 provengono dal traffico di perfezionamento.

Patate da tavola nel commercio al dettaglio: volumi di vendita in calo e prezzi in aumento P. 7-11

I volumi di vendita di patate da tavola nel primo trimestre si attestano a 21'500 tonnellate, circa il 6 per cento in meno rispetto all'anno precedente. I prezzi al consumo, invece, aumentano in media del 9 per cento attestandosi a 1.98 franchi.

Nuovo leggero rincaro dei prodotti surgelati Pag. 15

Dopo un calo, nel primo trimestre 2014 i prezzi al consumo dei prodotti surgelati aumentano di nuovo leggermente (+3%).



La curva di Lorenz mostra la differenza tra l'uguale distribuzione (la quota sul totale della aziende importatrici corrisponde alla quota delle importazioni totali) e la distribuzione effettiva. Quanto più la distribuzione effettiva si allontana dalle rette, tanto maggiore è la relativa concentrazione dei mercati.

Quali sono i possibili motivi di una tale costellazione e quali conseguenze possono avere dal profilo economico sulla catena di valore?

Ulteriori informazioni a pagina 2.

Indice

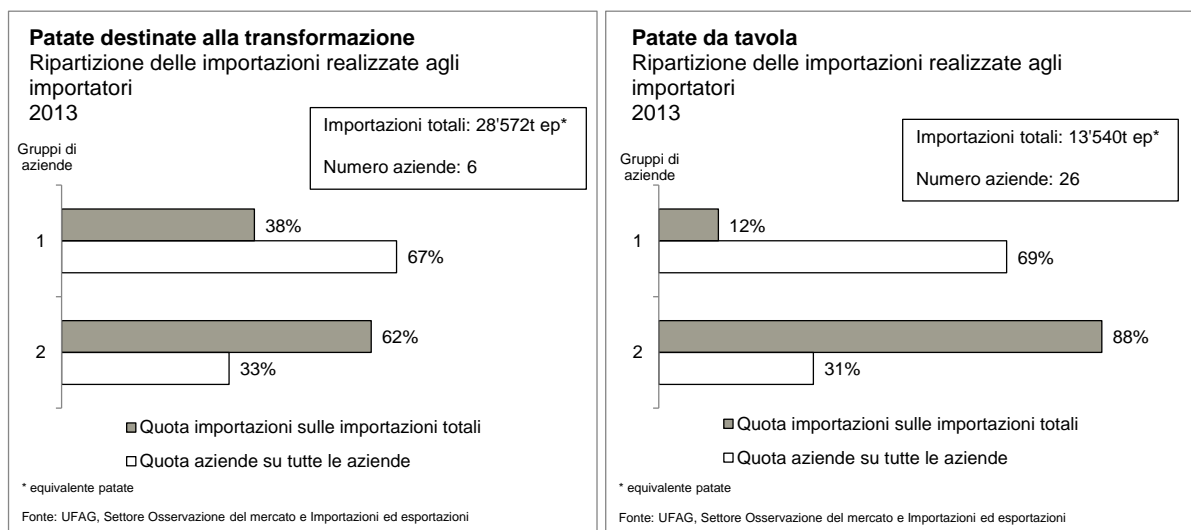
Sintesi: Meno importatori, più importazioni: squilibrio nelle importazioni di patate fresche	2
Andamenti dei prezzi indicativi alla produzione	4
Commercio estero a livello di trasformazione	5
Andamento della cifra d'affari nel commercio al dettaglio	8
Prezzi al consumo delle patate fresche	9
Prezzi al consumo di diverse varietà	12
Andamento dei prezzi dei prodotti finiti a base di patate	14
Considerazioni di natura metodologica con note esplicative/ abbonamento	17/18

1 Sintesi: Meno importatori, più importazioni: squilibrio nelle importazioni di patate fresche

Le importazioni di patate in Svizzera avvengono all'interno e al di fuori di contingenti doganali, laddove l'aliquota di dazio al di fuori del contingente è maggiore rispetto all'interno.

Il contingente doganale patate si suddivide nei contingenti parziali 14.1 e 14.2 rispettivamente patate fresche e prodotti di patate. Il primo è composto dalle categorie di merci patate da semina, destinate alla trasformazione e da tavola. Le quote del contingente doganale per patate fresche sono attribuite in base alla prestazione all'interno del Paese: come base di calcolo per le patate da semina si considerano i quantitativi venduti dai produttori di sementi alle organizzazioni di moltiplicazione, per le patate da tavola i quantitativi imballati di patate da tavola pronte al consumo, indigene, per il commercio al dettaglio e per le patate destinate alla trasformazione i quantitativi acquistati dalle aziende di trasformazione. Il secondo contingente parziale comprende prodotti semilavorati e prodotti finiti le cui quote sono vendute all'asta.

Di seguito sono analizzate solo patate destinate alla trasformazione e da tavola (riassunte come patate fresche) importate all'interno del contingente doganale.



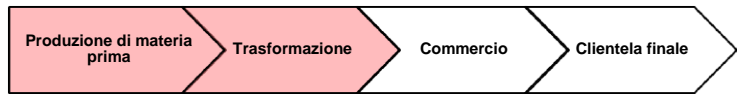
Nelle due figure in alto si vede che i volumi d'importazione del contingente 14.1 sono distribuiti in maniera non uniforme tra le aziende partecipanti. Circa due terzi degli importatori importa il 38 per cento delle patate destinate alla trasformazione e il 62 per cento delle importazioni totali sono state effettuate da un altro terzo delle aziende. Una situazione simile si presenta per le patate da tavola. Anche se la concentrazione assoluta (numero di aziende) è meno alta rispetto a quella delle patate destinate alla trasformazione, oltre l'80 per cento delle importazioni sono effettuate da circa un terzo delle aziende. Come mostra il titolo, vi è una distribuzione squilibrata tra le aziende partecipanti e le importazioni realizzate.

Una possibile causa della distribuzione osservata può essere il metodo utilizzato nella ripartizione dei contingenti in base alla prestazione all'interno del Paese in quanto l'accesso al mercato delle importazioni delle patate da tavola e destinate alla trasformazione resta riservato solo alle aziende che smerciano e trasformano anche quantitativi indigeni. All'esaurimento del contingente doganale la ripartizione del mercato delle importazioni rispecchierebbe la struttura del mercato interno delle industrie di trasformazione delle patate fresche. Va tuttavia tenuto in considerazione il fatto che le quote del contingente doganale possono essere trattate liberamente dagli importatori.

Altri motivi possono essere le economie di scala esistenti: grandi aziende di trasformazione e d'imballaggio, in caso di scarsa offerta indigena hanno un maggiore fabbisogno di merce importata per garantire la loro produzione.

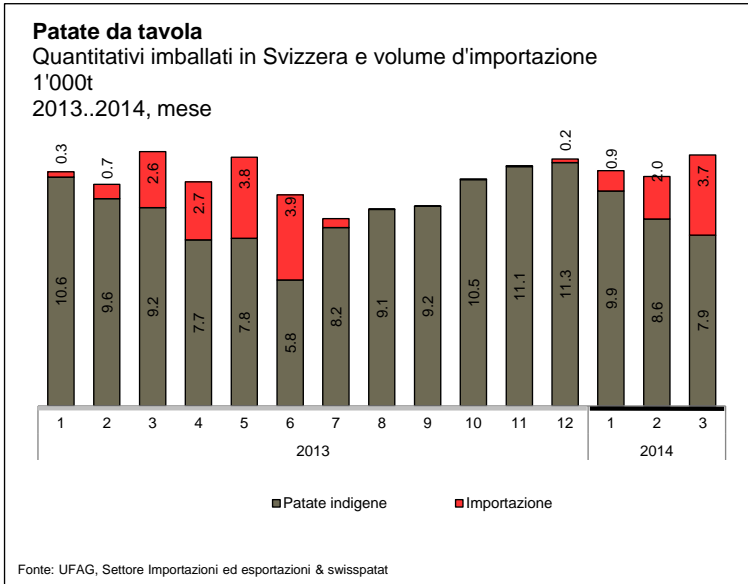
Un'elevata concentrazione dei mercati, congiuntamente a un'assegnazione di quote del contingente doganale in base alla prestazione all'interno del Paese, favorisce una minore intensità di concorrenza. Di conseguenza vi è la possibilità che le rendite d'importazione siano riassorbite per cui vi sono perdite dal profilo del benessere. Pertanto si pone la domanda se l'assegnazione di quote dei contingenti doganali in base alla prestazione all'interno del Paese sia opportuna dal profilo macroeconomico.

Alternative sono rappresentate dalla vendita all'asta delle quote del contingente doganale o dal cambio in un sistema a dazio unico. Entrambi i sistemi consentono l'accesso al mercato a una cerchia più ampia, il che incrementerebbe la competitività.



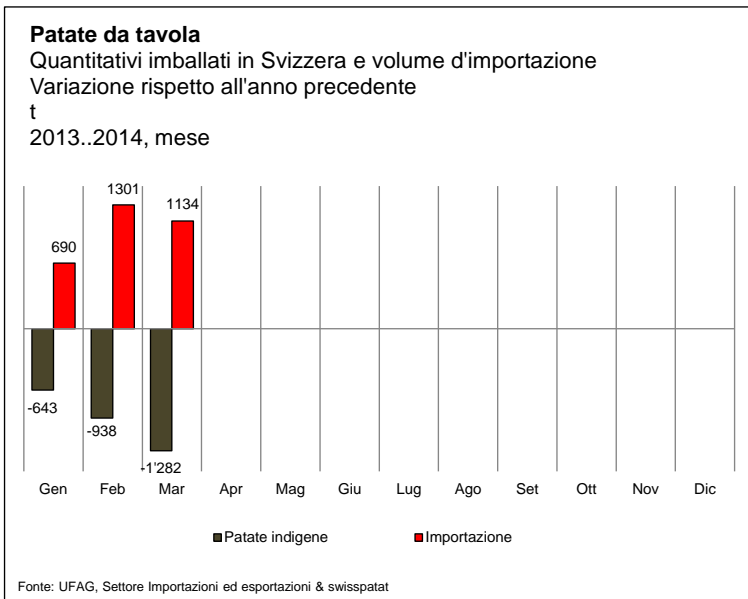
2 Materia prima e livello di trasformazione

2.1 Andamento dei quantitativi di patate (incl. biologico)

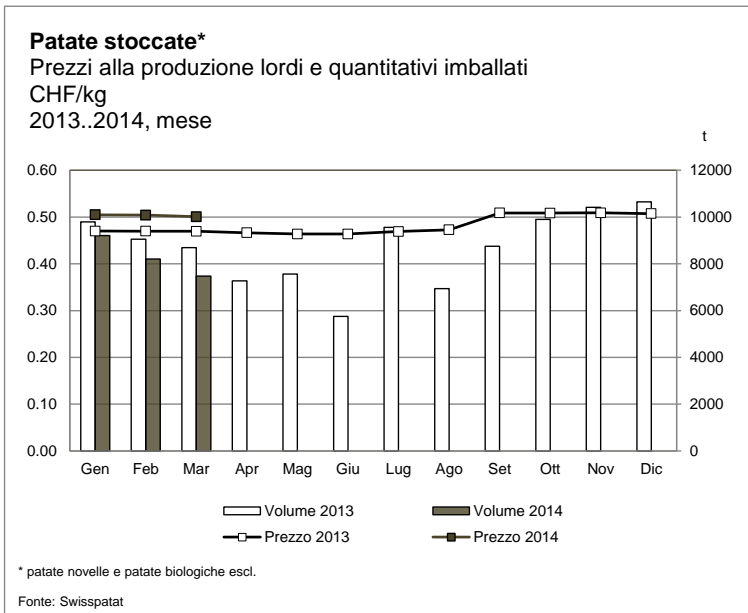


Già nel primo trimestre 2014 si registrano elevati volumi d'importazione di patate da tavola (6'626t). I quantitativi imballati di merce indigena sono minori.

In quest'anno il quantitativo del contingente doganale di base delle patate da tavola è triplicato attestandosi a 18'500 tonnellate. Ciò indica il persistere di una situazione di sottoapprovvigionamento di merce indigena. Già nel primo trimestre il contingente doganale è utilizzato nella misura del 37 per cento. Circa il 97 per cento della merce è importata all'interno del contingente e proviene per il 70 per cento da Francia e Israele. Le patate da tavola importate al di fuori del contingente (205t) arrivano prevalentemente dalla Francia.

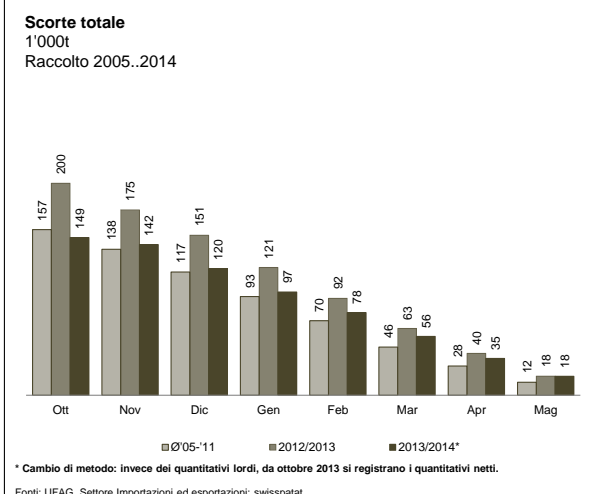
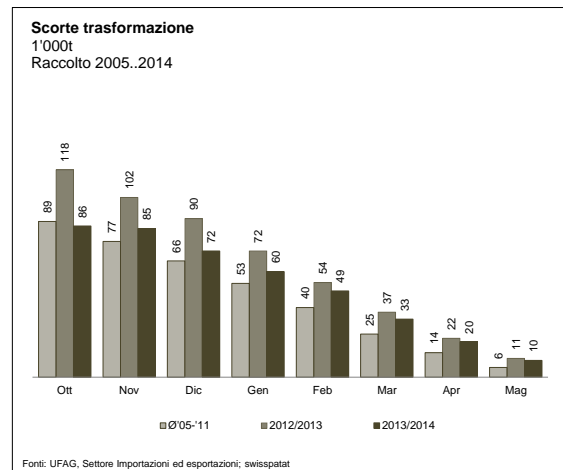
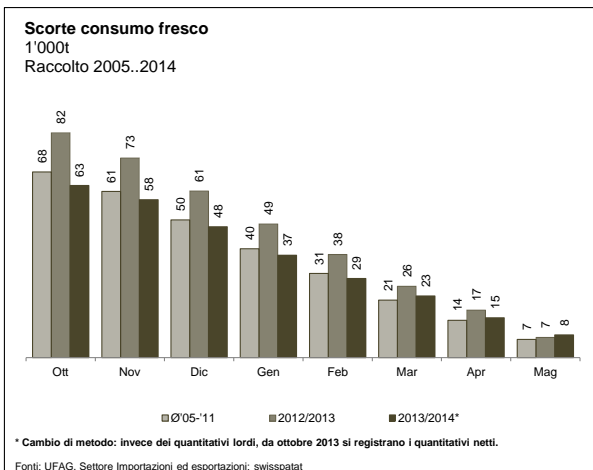


2.3 Andamento dei prezzi della materia prima delle patate (senza biologico)



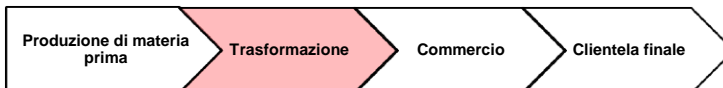
Nel 2014 i prezzi lordi medi per i produttori superano i valori del 2013 (+3 CHF/q).

2.4 Andamento delle scorte di patate (suisse garantie (SGA))

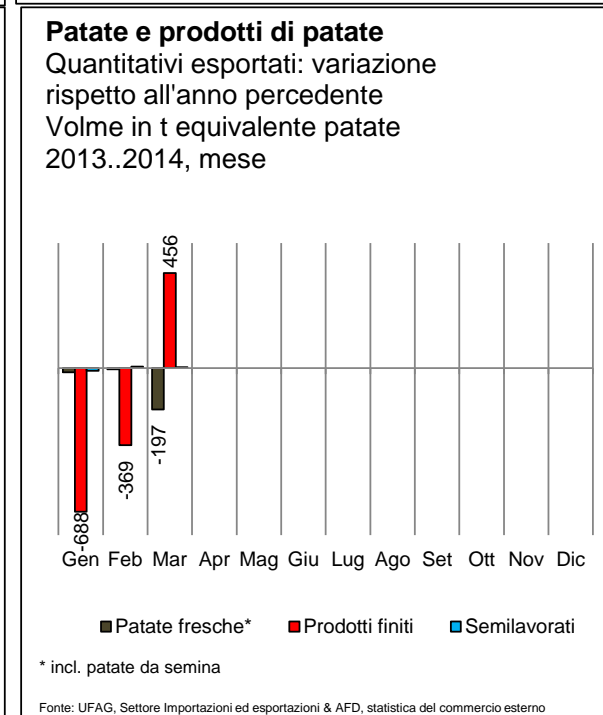
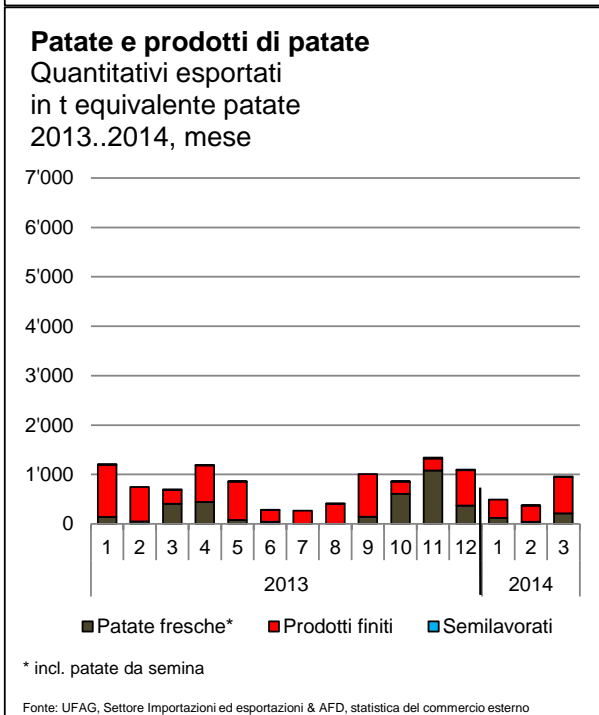
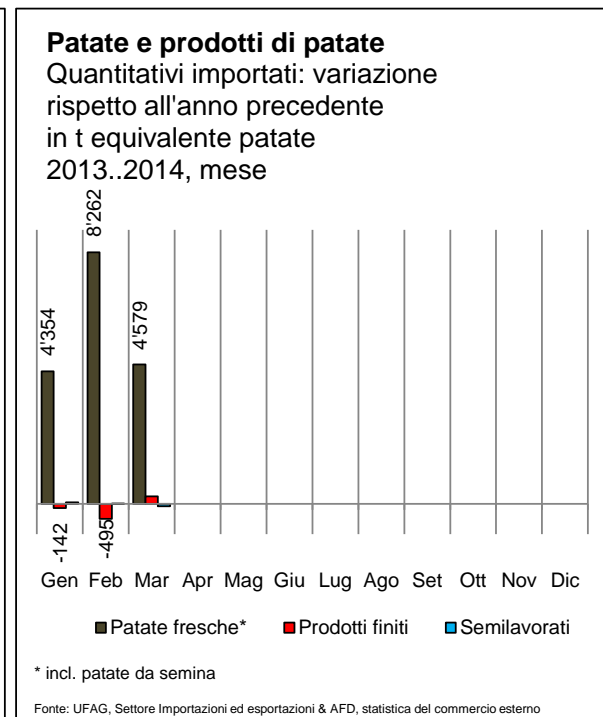
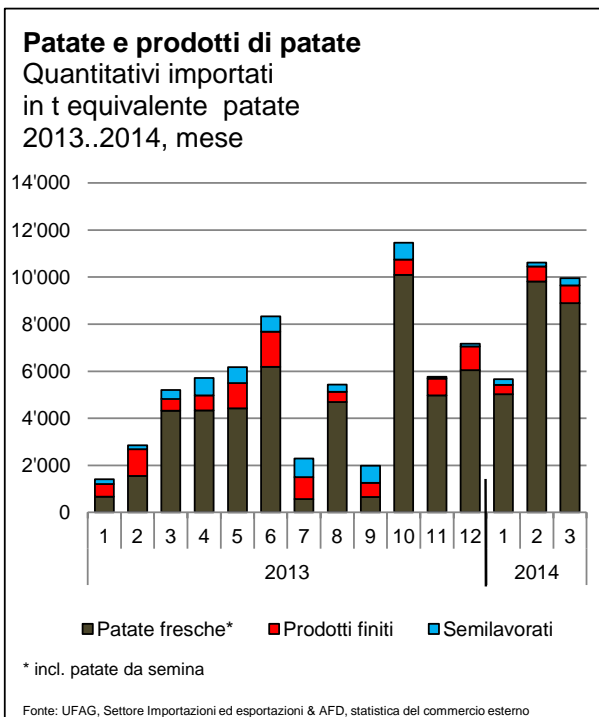


Nel primo trimestre 2014 le scorte totali di patate sono inferiori a quelle dell'anno precedente di circa il 15 per cento, ma superiori del 12 per cento rispetto alla media sessennale. Tale evoluzione è influenzata notevolmente dai minori tassi di flessione sia delle scorte di patate per il consumo fresco sia di quelle per la trasformazione.

Il mercato delle patate fresche sembra registrare una situazione di sottoapprovvigionamento, come dimostrano gli elevati volumi d'importazione nel primo trimestre.

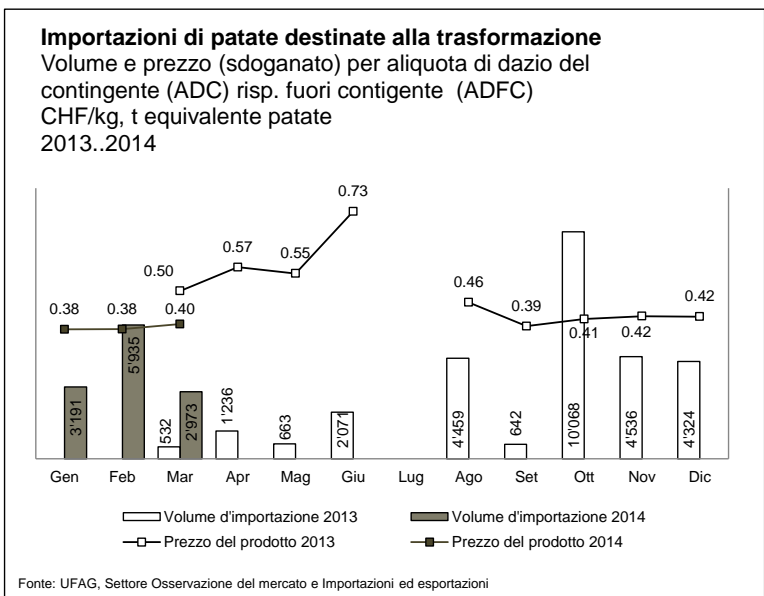


3 Commercio estero a livello di trasformazione

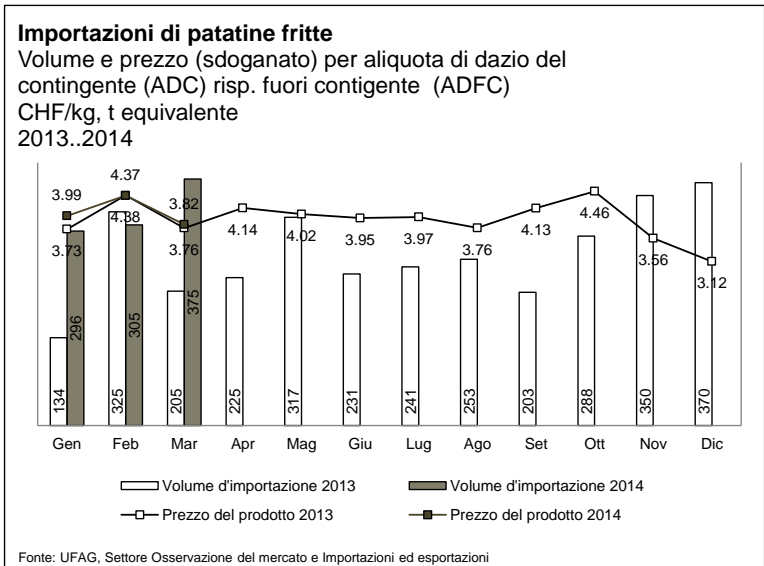


La maggiore domanda di patate è visibile dal calo delle esportazioni nel settore dei prodotti finiti (patatine fritte) come anche dagli elevati volumi d'importazione di patate fresche.

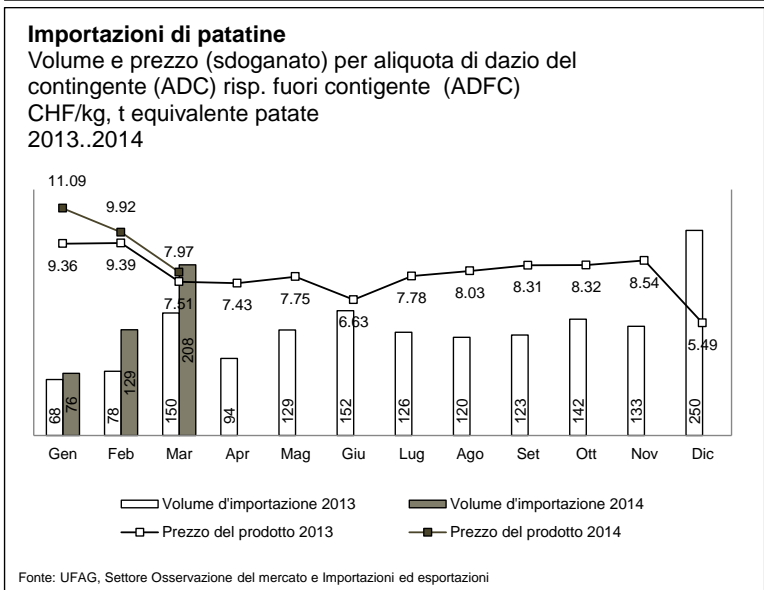
3.1 Andamento delle importazioni di patate destinate alla trasformazione e prodotti finiti



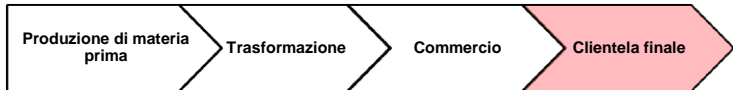
La scarsa offerta indigena è integrata con circa 12'000 tonnellate di cui quasi l'84 proviene dai Paesi Bassi. Il contingente è stato incrementato di 15'000 tonnellate per un totale di 24'250 tonnellate e nel frattempo risulta utilizzato per la metà.



Nel primo trimestre si registra un leggero incremento del volume d'importazione di patatine fritte. Poiché l'offerta indigena è piuttosto scarsa, dall'inizio dell'anno sono state importate meno patatine fritte mediante il traffico di perfezionamento rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente.

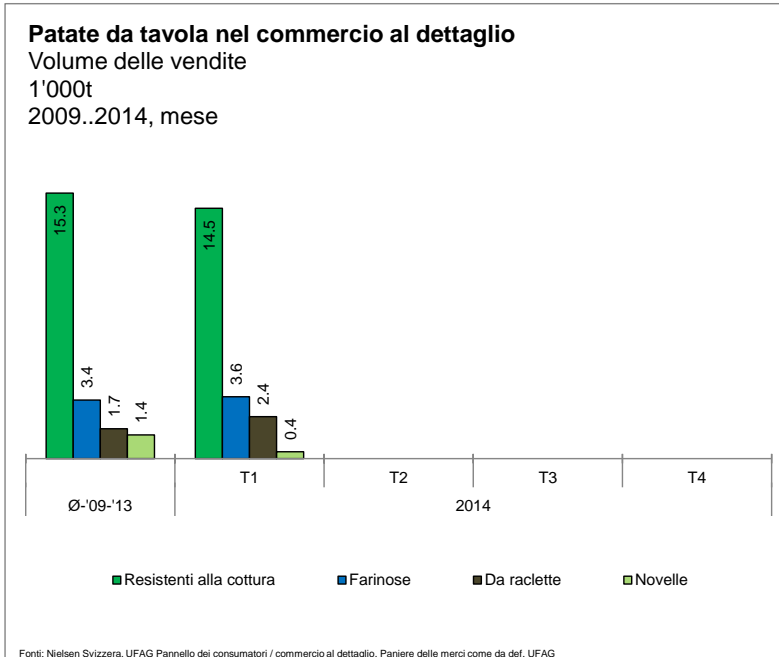


Il volume d'importazione nel primo trimestre 2014 è maggiore rispetto all'anno precedente. Circa due terzi del volume proviene da Germania e Gran Bretagna. Nonostante la scarsa offerta di merce indigena, il traffico di perfezionamento registra circa 300 tonnellate e ammonta a circa il 40 per cento delle importazioni totali di patatine.

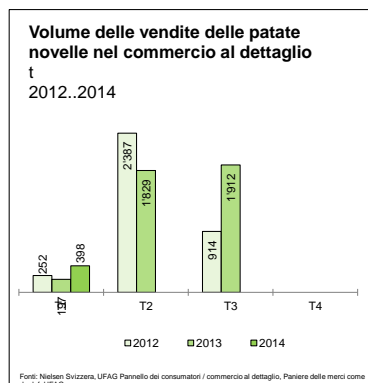
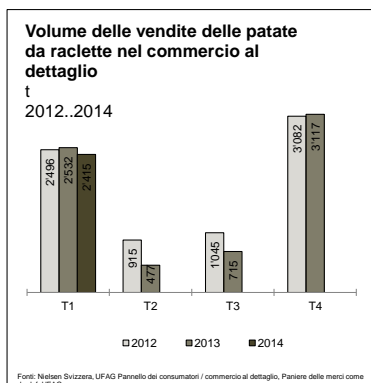
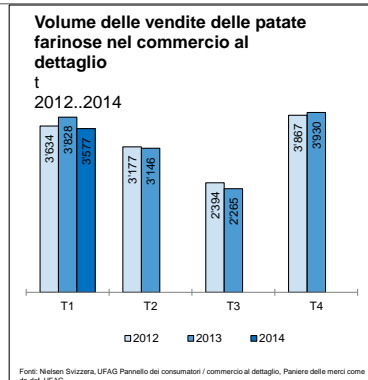
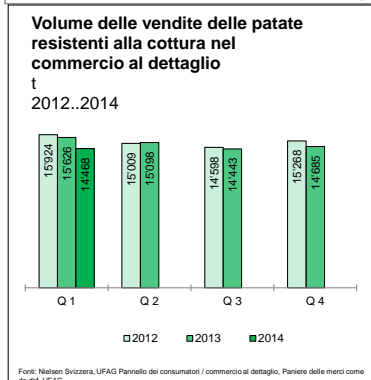


4 Livello commercio al dettaglio e clientela finale

4.1 Volume delle vendite per tipo di cottura



Si osserva un ulteriore calo del volume delle vendite delle patate da tavola rispetto sia all'anno precedente (-6%) sia all'ultimo trimestre (-4.3%), che si attesta a 21'500 tonnellate. Diminuiscono in particolare i quantitativi delle varietà resistenti alla cottura e farinose. Invece aumentano i volumi di vendita delle patate novelle (+200t). Una delle ragioni sono le miti temperature primaverili rispetto all'anno scorso.



Svizzera

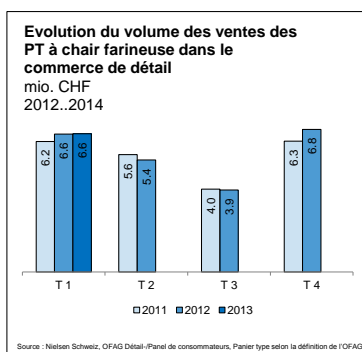
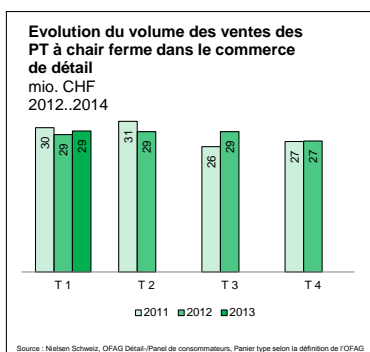
Volume di vendita di patate fresche nel commercio al dettaglio per tipo di cottura

in t

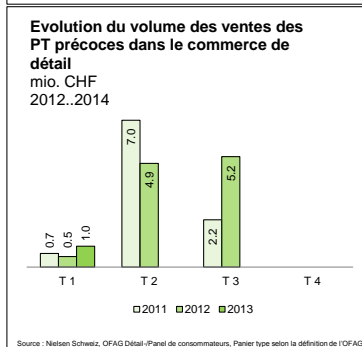
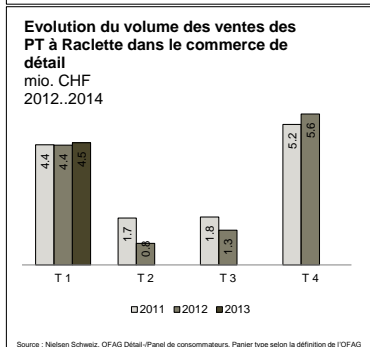
2009..2014

Prodotto	Ø'09-'13	2014 T 1	2014 T 2	2014 T 3	2014 T 4
Resistenti alla cottura	15'348	14'468			
Farinose	3'384	3'577			
Da raclette	1'729	2'415			
Novelle	1'365	398			
Altri	493.95	663			

4.2 Andamento della cifra d'affari per i vari tipi di cottura



Sebbene il volume di vendita abbia subito un calo, la cifra d'affari aumenta del 3.3 per cento attestandosi a quasi 42,5 milioni di franchi rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente, laddove sono aumentate soprattutto le entrate per le varietà resistenti alla cottura (+750 mgl. CHF). Anche le patate novelle, con circa 990'000 CHF, nel primo trimestre 2014 raggiungono la cifra d'affari più elevata degli ultimi cinque anni.



Svizzera

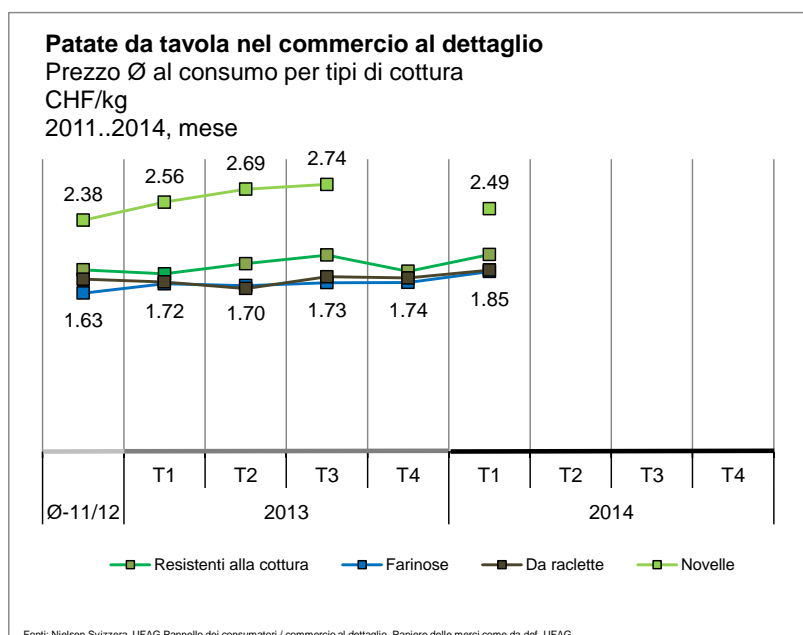
Cifra d'affari delle vendite di patate fresche nel commercio al dettaglio per tipo di cottura

in mgl. CHF

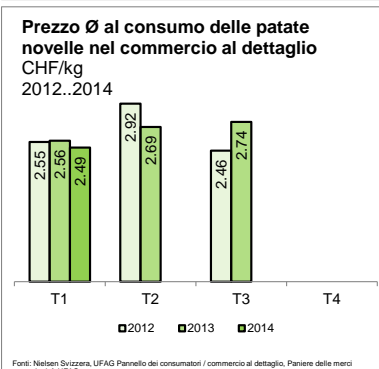
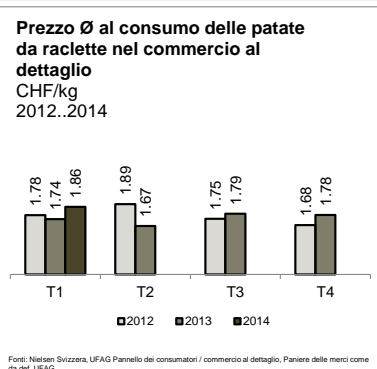
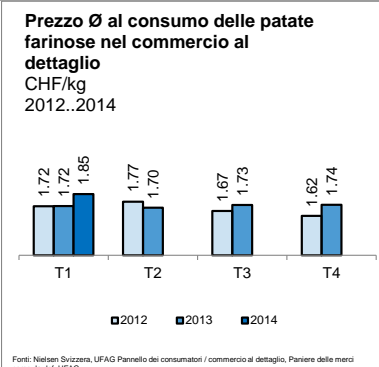
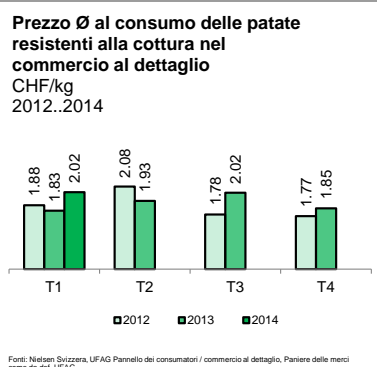
2011..2014

Prodotto	Ø'11-'13	2014 T 1	2014 T 2	2014 T 3	2014 T 4
Resistenti alla cottura	27'919	29'269			
Farinose	5'600	6'614			
Da raclette	3'129	4'501			
Novelle	2'907	991			
Altri	798	1'142			

4.3 Prezzi al consumo per tipo di cottura



Conformemente all'evoluzione della cifra d'affari e del volume aumentano i prezzi rispetto all'anno precedente globalmente del 9 per cento. Mentre per le patate novelle si registra un lieve calo di prezzo (-2.6%), quelli degli altri tipi di cottura aumentano in media dell'8 per cento, in maniera più accentuata per le varietà resistenti alla cottura (+ 10%).



Svizzera

Prezzo al consumo di patate fresche nel commercio al dettaglio per tipo di cottura

in CHF/kg

2011..2014

Prodotto	Ø '11..'13	2013 T 1	2013 T 2	2013 T 3	2013 T 4	2014 T 1
Resistenti alla coltura	1.87	1.83	1.93	2.02	1.85	2.02
Farinose	1.63	1.72	1.70	1.73	1.74	1.85
Da raclette	1.77	1.74	1.67	1.79	1.78	1.86
Novelle	2.38	2.56	2.69	2.74	2.49	2.49
Altri	1.57	1.57	1.57	1.74	1.63	1.72

4.4 Volume delle vendite per gruppo di commercio al dettaglio



I discount nel primo trimestre 2014 hanno potuto ampliare leggermente i loro volumi di vendita rispetto all'anno precedente (+318t), mentre gli altri gruppi di commercio al dettaglio registrano dei cali (-1'802t).

Svizzera

Volume di vendita di patate fresche nel commercio al dettaglio

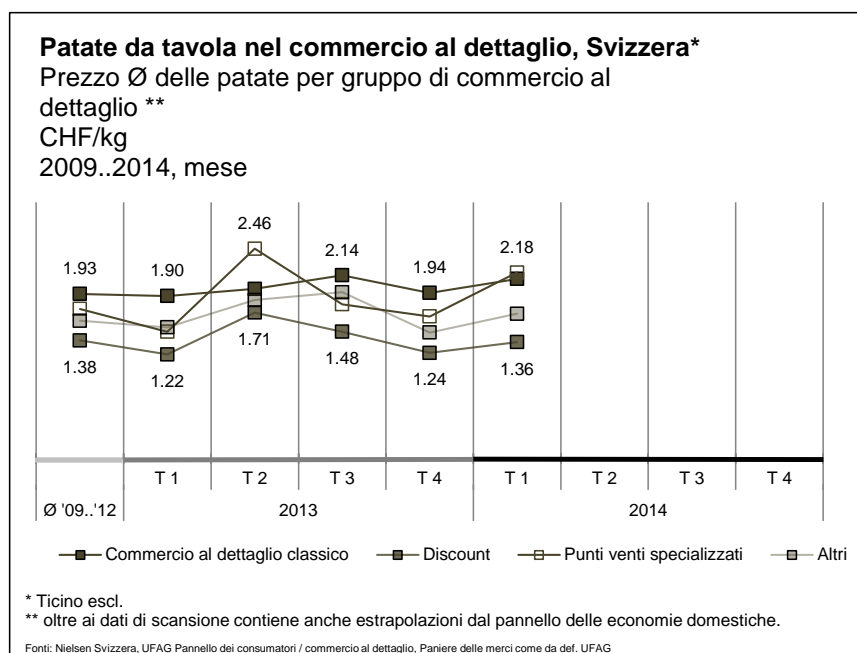
in t

2009..2014

Gruppo di commercio al dettaglio	Ø'09-'12	2013 T1	2013 T2	2013 T3	2013 T4	2014 T1	2014 T2	2014 T3	2014 T4
Commercio al dettaglio classico	18'191	18'701	17'433	15'720	18'013	17'195			
Discount	2'137	2'666	2'417	2'490	2'907	2'984			
Punti vendita specializzati	68	88	45	77	36	88			
Altri	1'698	1'550	1'244	1'107	1'543	1'254			

* oltre ai dati di scansione contiene anche estrapolazioni dal pannello delle economie domestiche

4.5 Prezzi al consumo per gruppo di commercio al dettaglio



I prezzi al consumo delle patate da tavola aumentano. Il commercio specializzato registra un incremento del 47 per cento, i discount del 12 per cento ed entrambi gli altri gruppi ciascuno del 10 per cento.

Svizzera

Prezzi al consumo delle patate fresche nel commercio al dettaglio

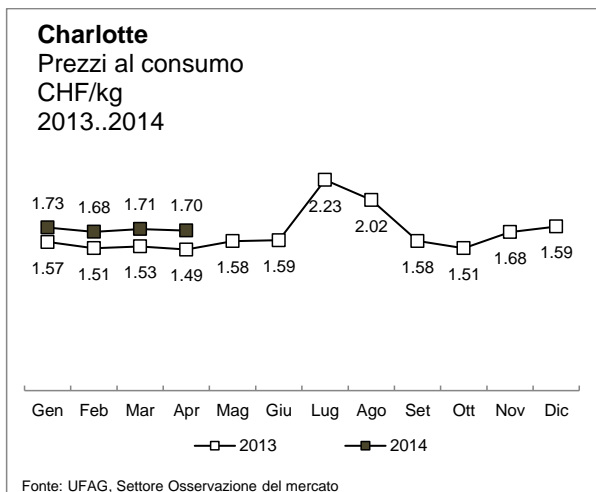
in CHF/kg

2009..2014

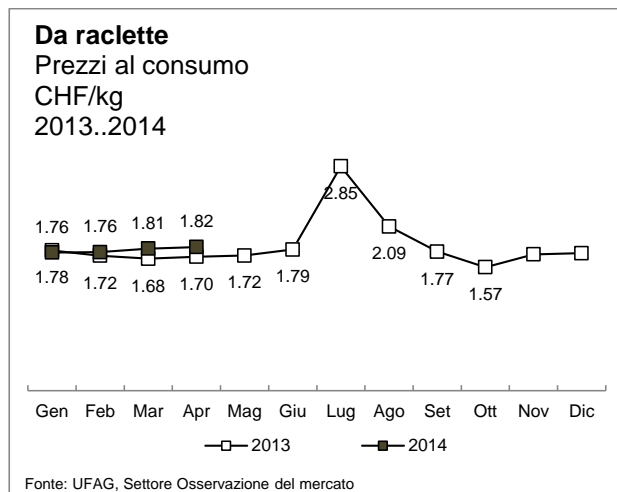
Gruppo di commercio al dettaglio*	Ø'09-'12	2013 T1	2013 T2	2013 T3	2013 T4	2014 T1	2014 T2	2014 T3	2014 T4
Commercio al dettaglio classico	1.93	1.90	1.98	2.14	1.94	2.10			
Discount	1.38	1.22	1.71	1.48	1.24	1.36			
Punti venti specializzati	1.75	1.48	2.46	1.80	1.66	2.18			
Altri	1.61	1.53	1.85	1.95	1.47	1.69			

* A seconda del commerciante al dettaglio, l'assortimento varia.

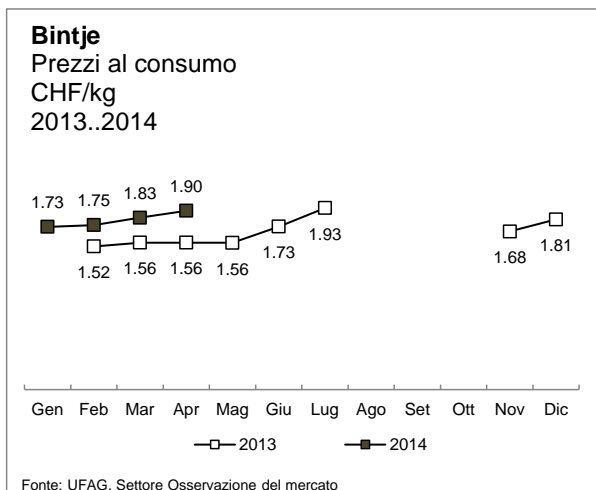
4.6 Prezzi al consumo delle patate fresche per varietà



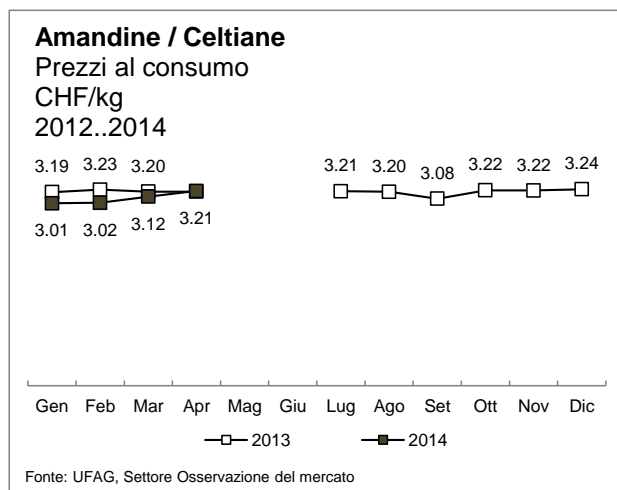
L'attuale prezzo al consumo delle Charlotte dall'inizio del 2014 supera il livello dell'anno precedente.



Per le patate da raclette si registrano prezzi al consumo solo leggermente più elevati.



Per le Bintje si osserva un continuo aumento dei prezzi al consumo.



Il prezzo delle patate premium all'inizio del 2014 è inferiore al livello dell'anno precedente.

Svizzera

Prezzi al consumo nel commercio al dettaglio

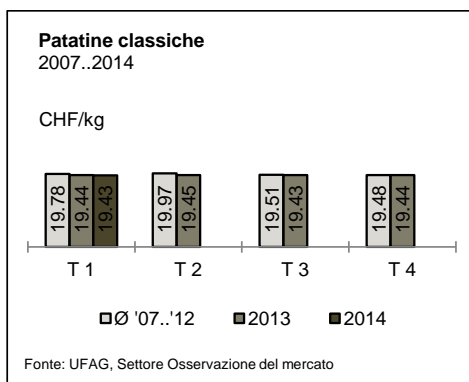
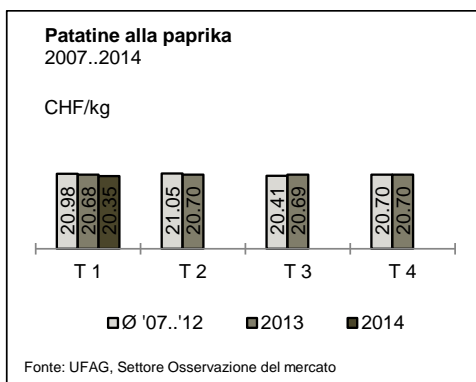
in CHF/kg

2010..2014

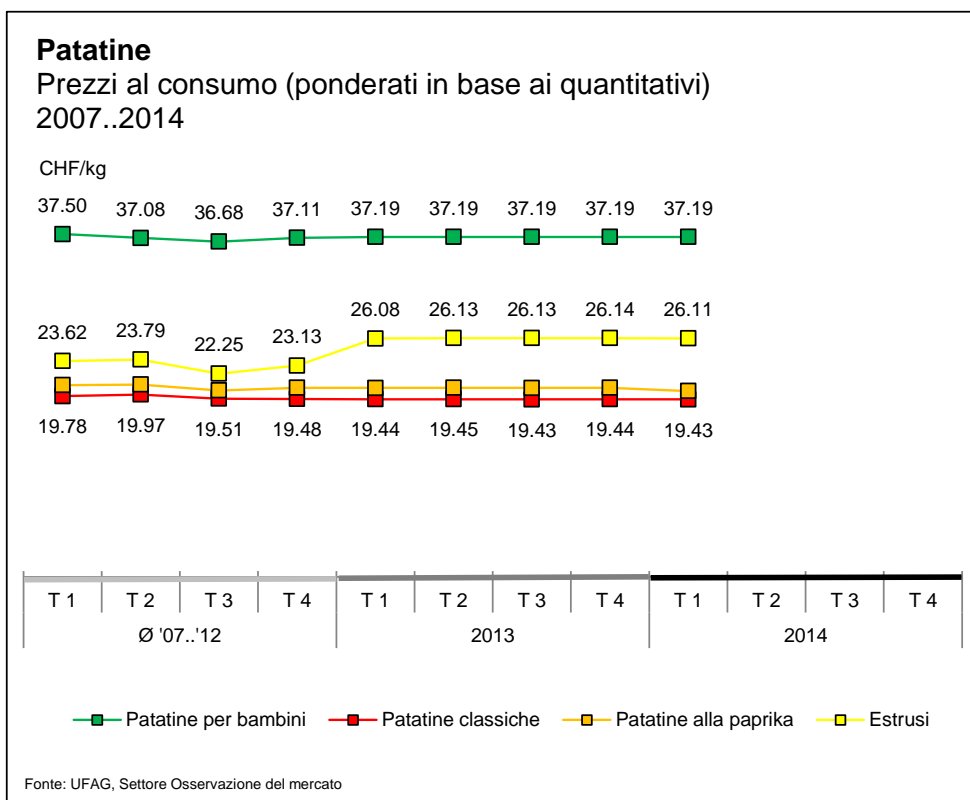
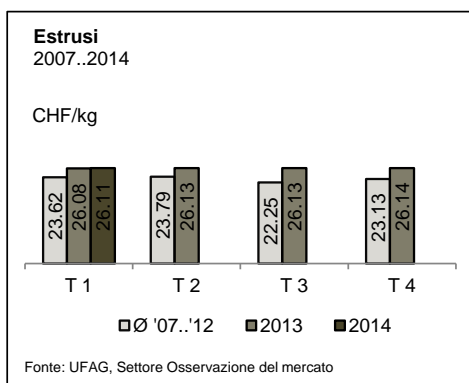
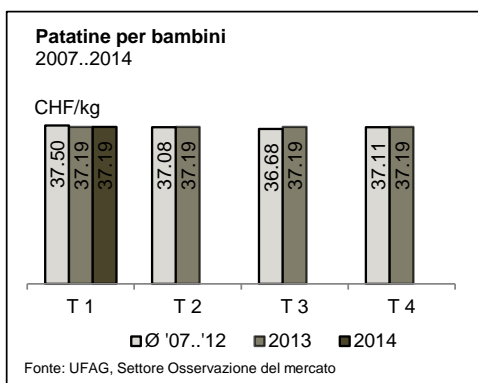
Prodotto		2010	2011	2012	2013	2014
Charlotte	Gen	1.82	1.81	1.66	1.64	1.79
	Feb	1.85	1.57	1.75	1.58	1.95
	Mar	1.82	1.66	1.64	1.61	1.78
	Apr	1.86	1.64	1.75	1.62	1.70
	Mag	1.87	1.81	1.73	1.61	
	Giu	1.90	1.74	2.06	1.71	
	Lug	2.10	1.92	2.50	2.23	
	Ago	1.56	1.63	1.60	2.54	
	Set	1.64	1.66	1.63	1.71	
	Ott	1.62	1.51	1.56	1.70	
	Nov	1.85	1.59	1.80	1.73	
	Dic	1.83	1.79	1.67	1.78	
Raclette	Gen	1.93	1.82	1.88	1.92	1.91
	Feb	1.88	1.73	1.88	1.86	1.96
	Mar	1.89	1.86	1.95	1.83	1.98
	Apr	2.09	1.87	2.01	1.86	1.82
	Mag	1.95	1.80	1.94	1.72	
	Giu	1.89	1.86	2.15	1.83	
	Lug	1.96	1.93	2.16	2.88	
	Ago	1.60	1.71	1.67	2.09	
	Set	1.66	1.68	1.76	1.97	
	Ott	1.59	1.61	1.74	1.72	
	Nov	1.75	1.86	1.85	1.90	
	Dic	1.85	1.87	1.85	1.97	
Bintje	Gen	1.71	1.66	1.66		1.79
	Feb	1.73	1.62	1.65	1.52	1.80
	Mar	1.68	1.61	1.55	1.56	1.91
	Apr	1.68	1.65	1.52	1.56	1.95
	Mag	1.68	1.67	1.66	1.56	
	Giu	1.72	1.63	1.65	1.77	
	Lug	1.72	1.56	1.68	2.00	
	Ago	1.59	1.50			
	Set	1.44				
	Ott	1.41				
	Nov	1.76	1.65	1.56	1.68	
	Dic	1.68	1.64	1.56	1.88	
Amandine / Celtiane	Gen		3.21	3.12	3.19	3.01
	Feb		3.25	3.17	3.22	3.02
	Mar		3.26	3.24	3.20	3.12
	Apr			3.20	3.20	3.21
	Mag					
	Giu		3.30			
	Lug		3.16	3.19	3.21	
	Ago		3.11	3.19	3.19	
	Set		2.93	3.01	3.07	
	Ott		3.20	3.18	3.21	
	Nov		3.17	3.19	3.22	
	Dic		3.13	3.18	3.23	

4.7 Andamenti dei prezzi dei prodotti finiti a base di patate nel commercio al dettaglio

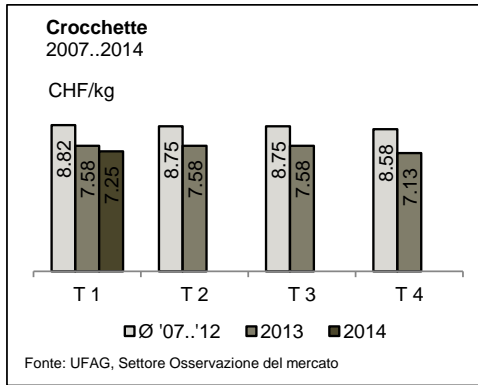
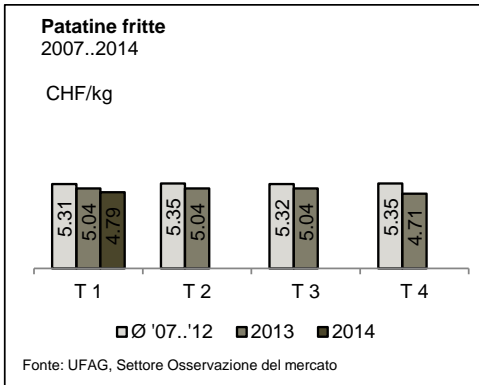
4.7.1 Prezzi al consumo (ponderati in base ai quantitativi) delle patatine



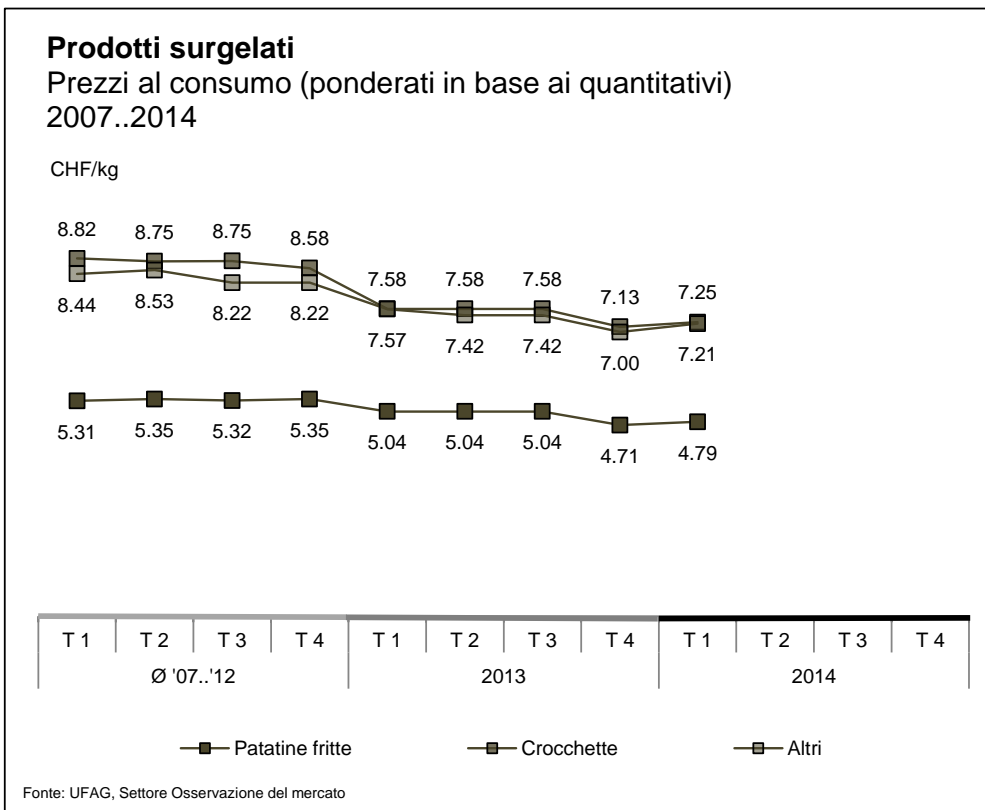
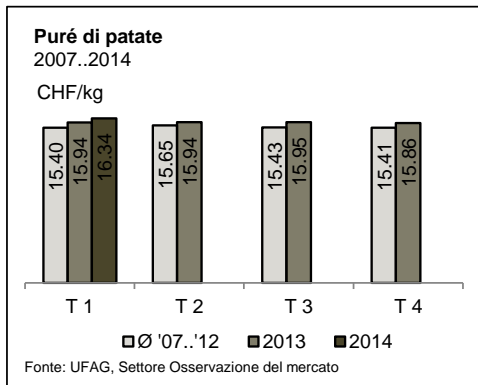
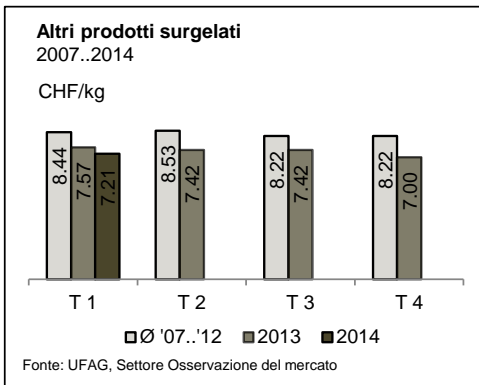
Si osserva un lieve calo per le patatine alla paprika (-0.33 CHF/kg). Altrimenti i prezzi al consumo delle patatine restano invariati.



4.7.2 Prezzi al consumo (ponderati in base ai quantitativi) di prodotti surgelati e puré di patate



Nel primo trimestre 2014 il calo dei prezzi al consumo dei prodotti surgelati ristagna. In tutte le categorie di prodotti i prezzi aumentano leggermente rispetto al quarto trimestre 2013 (+3%).



Svizzera

Prezzi al consumo (IVA incl.) di prodotti finiti a base di patate

CHF/kg

2007..2014

Prodotto	Ø '07..'12	2013 T4	2014 T1	%-Δ Ø '07..'12	%-Δ PP
Patatine					
Patine per bambini	37.50	37.19	37.19	-0.8%	0.0%
Patine naturali	19.78	19.44	19.43	-1.8%	-0.1%
Patine alla paprika	20.98	20.70	20.35	-3.0%	-1.7%
Estrusi	23.62	26.14	26.11	10.5%	-0.1%
Prodotti surgelati					
Patine fritte	5.31	4.71	4.79	-9.7%	1.7%
Corcchette	8.82	7.13	7.25	-17.8%	1.6%
Altri	8.44	7.00	7.21	-14.5%	3.0%
Puré di patate					
Puré di patate	15.40	15.86	16.34	6.1%	3.0%

5 Allegato

5.1 Considerazioni di natura metodologica con note esplicative

5.1.1 Margine lordo sulle patate

Il margine lordo è la differenza tra il prezzo di vendita e il prezzo di costo di un prodotto e contempla, oltre all'utile in senso lato, i costi per la trasformazione e la distribuzione. Gli adeguamenti nel calcolo del margine lordo vengono attuati anche in maniera retroattiva. Fanno fede i valori dei rapporti attuali.

Il prezzo di costo si compone del prezzo franco caricatore (per la merce stoccata vengono presi in considerazione anche i costi di stoccaggio) e del valore d'importazione franco dogana sdoganato, entrambi ponderati in base alla quantità.

5.1.2 Prezzo indicativo alla produzione

Prezzo delle patate novelle: questi prezzi si basano sui prezzi indicativi fissati a cadenza quindicinale da Swisspatat nell'arco del periodo di commercializzazione (inizio maggio - fine agosto).

Prezzo delle patate stoccate: questi prezzi, applicati a partire dal 1° settembre, si calcolano sulla base dei quantitativi di raccolto attesi. Per una determinazione dei prezzi conforme al mercato è utile una fascia, la cosiddetta fascia dei prezzi, che definisce il margine di manovra del prezzo delle patate stoccate. Nelle fasce di prezzo sono compresi supplementi di stoccaggio, costi di trasporto ed eventuali costi supplementari.

5.1.3 Prezzi al consumo

Il calcolo dei prezzi al consumo si basa sull'osservazione dei prezzi in diversi punti vendita al dettaglio. L'osservazione è effettuata due volte al mese. I prezzi rilevati vengono ponderati e calcolati per regione e canale di distribuzione (Coop, Migros, Volg, ecc.).

5.2 Responsabilità

Nonostante si presti grande attenzione alla correttezza delle informazioni pubblicate, le autorità federali declinano ogni responsabilità per la fedeltà, l'esattezza, l'attualità, l'affidabilità e la completezza di tali informazioni.

Le autorità federali si riservano esplicitamente il diritto, in qualsiasi momento, di modificare parzialmente o completamente il contenuto, di cancellarlo o di sospenderne temporaneamente la pubblicazione, senza alcun preavviso.

Le autorità federali declinano ogni responsabilità per danni materiali o immateriali derivanti dall'accesso alle informazioni diffuse, dall'uso o dal mancato uso di tali informazioni, oppure che sono riconducibili a un abuso del collegamento o a problemi tecnici.

5.3 Modulo per la sottoscrizione di un abbonamento

Le pubblicazioni a cura del Settore Osservazione del mercato sono gratuite. Possono essere scaricate dal sito Internet www.osservazione.delmercato.admin.ch. Su richiesta, il rapporto viene inviato via e-mail. Ordinazione on line al sito Internet www.blw.admin.ch/dokumentation/00844/01047 o per iscritto con il modulo sottostante. Si prega di compilarlo debitamente e di inoltrarlo per posta (UFAG Settore Osservazione del mercato, Mattenhofstrasse 5, 3003 Berna) o per fax (031/322 20 90). Grazie!

Desidero abbonarmi alle seguenti pubblicazioni:

Pubblicazione	Frequenza	
Rapporto sul mercato del latte	Mensile	<input type="checkbox"/>
Rapporto sul mercato della carne	Mensile	<input type="checkbox"/>
Rapporto sul mercato delle uova	Semestrale	<input type="checkbox"/>
Rapporto sul mercato di frutta e verdura	Mensile	<input type="checkbox"/>
Prezzi al consumo di frutta e verdura nel commercio al dettaglio	Settimanale	<input type="checkbox"/>
Rapporto sul mercato delle patate	Trimestrale	<input type="checkbox"/>
Rapporto sul mercato dei cereali	Annuale	<input type="checkbox"/>
Valori del mercato del pane e dei cereali	Trimestrale	<input type="checkbox"/>
Rapporto sul mercato dei foraggi	Annuale	<input type="checkbox"/>
Valori del mercato degli alimenti per animali	Trimestrale	<input type="checkbox"/>
Rapporto sul mercato Bio	Mensile	<input type="checkbox"/>
Rapporto sul mercato dei semi oleosi	Annuale	<input type="checkbox"/>
Valori del mercato dei semi oleosi	Semestrale	<input type="checkbox"/>
Vogliate stralciare il mio nome dall'elenco dei destinatari.		<input type="checkbox"/>

Indirizzo (da compilare debitamente):

Ditta, organizzazione

Cognome

Nome

Via

CAP

Luogo

E-Mail

Telefono n.