



Gennaio 2016

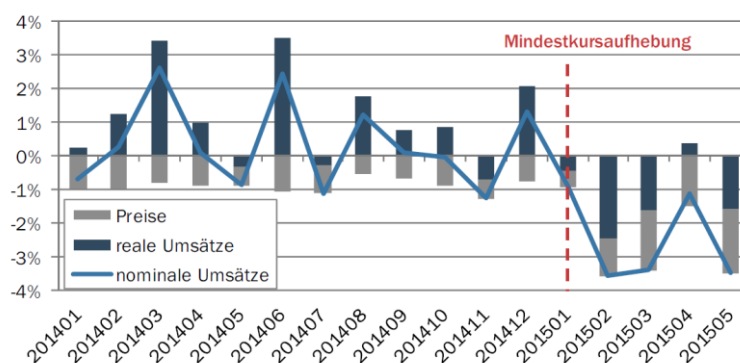
Scheda sulla sicurezza alimentare

N. 7 - Turismo degli acquisti e andamento dei prezzi a livello nazionale e internazionale

1 Dati e cifre

- Nel 2015, la cifra d'affari del commercio al dettaglio è stata, in totale, di 97,5 miliardi di franchi, dei quali 50,8 nel settore food (derrate alimentari, bibite, tabacchi) e 46,8 miliardi di franchi nel settore non-food (p.es. dispositivi IT, mobili, abbigliamento, libri).
- Secondo la SECO, la portata del turismo degli acquisti è di circa 10 miliardi di franchi¹, ovvero il 10 per cento della cifra d'affari del commercio al dettaglio.
- Da uno studio di Crédit Suisse (CS), pubblicato a gennaio 2016, emerge che nel 2015 il turismo degli acquisti ha segnato un valore di circa 11 miliardi di franchi, registrando un aumento dell'8 per cento rispetto all'anno precedente. Partendo dal presupposto che il 73 per cento della popolazione svizzera raggiunge un supermercato all'estero in un'ora al massimo e che, in totale in un anno spende 35 miliardi di franchi nel commercio al dettaglio di derrate alimentari, CS deduce che per questo settore la potenziale perdita massima di fatturato è di 35 miliardi di franchi.
- In base a un'estrapolazione dell'Università di San Gallo, il commercio al dettaglio svizzero nelle categorie derrate alimentari, drogheria, abbigliamento, sport e arredamento perde quasi 9 miliardi all'anno a causa del turismo degli acquisti. La categoria maggiormente colpita, con 2,8 miliardi di franchi, è quella degli alimenti. Da una rilevazione di Coop emerge che il prodotto maggiormente comprato all'estero continua a essere la carne, seguita da latte e burro, quindi frutta e verdura.

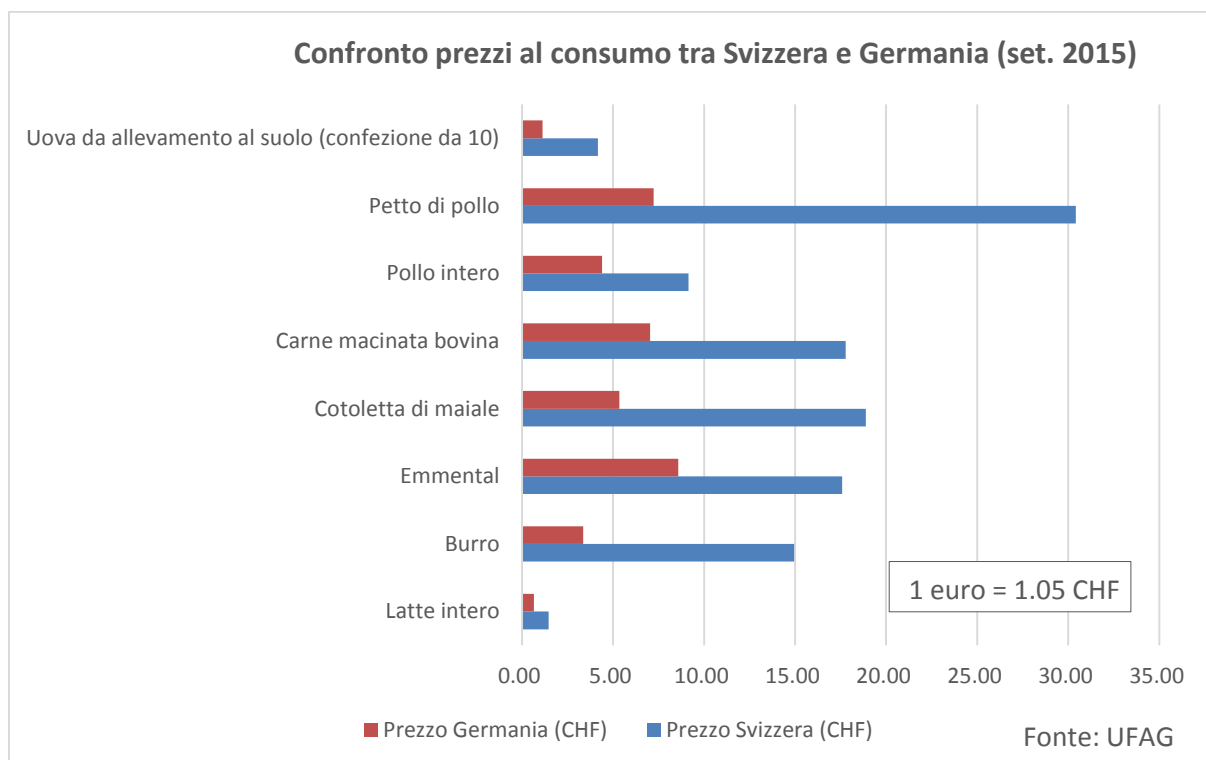
Entwicklungen Schweizer Detailhandel Jan. 2014 - Mai 2015



% p.a., kalenderbereinigt, Preisentwicklung approximiert, reale Werte zu Preisen von 2010 (NOGA 47 ohne 473)
Quelle: BFS, BAKBASEL

¹ Sul turismo degli acquisti non esistono statistiche ufficiali, bensì solo stime.

- L'abolizione del cambio fisso CHF/€ aumenta la pressione sul commercio al dettaglio svizzero. Per il 2015, BAKBASEL calcola che la cifra d'affari ha subito un calo in termini nominali del 2,1 per cento rispetto al 2014, ovvero la maggiore flessione degli ultimi 35 anni.



- Da un confronto tra prezzi al consumo di diversi prodotti a base di latte, carne e uova in Svizzera e in Germania emerge che nella prima i prezzi sono da 2 a 4,5 volte più alti (vedi grafico sopra).

2 Conclusioni

- Negli ultimi anni il turismo degli acquisti è aumentato notevolmente, soprattutto a causa del rafforzamento del franco svizzero. Nonostante si possa argomentare che tali acquisti avvengono soprattutto nel settore non-food, i consumatori svizzeri comprano nei Paesi limitrofi derrate alimentari per un importo pari a circa 3 miliardi di franchi.
- Il turismo degli acquisti è in primo luogo una conseguenza dell'elevato livello dei prezzi elvetic. Volendolo contenere, si dovrebbero affrontare le cause dell'alto costo delle derrate alimentari in Svizzera (smantellamento degli ostacoli tariffari e non tariffari del commercio, p.es. agevolazione delle importazioni parallele). Una sua limitazione mediante l'introduzione di norme come franchigie ridotte, restrizioni delle possibilità di rimborso dell'IVA o maggiori controlli doganali equivale a combatterne i sintomi. Misure di questo tipo non sono adeguate, poiché riducono la concorrenza e rafforzano «l'isola dei prezzi elevati Svizzera».
- Anche nel settore agroalimentare, l'unica soluzione per contrastare in maniera duratura il turismo degli acquisti è una maggiore competitività rispetto all'estero (qualità, diversità, prezzo, ecc.). Per tale motivo, dovranno essere individuate misure di politica agricola che migliorino a lungo termine la competitività dell'agricoltura e della filiera alimentare svizzera.
- I provvedimenti di politica agricola che contribuiscono a rincarare i prezzi delle derrate alimentari in Svizzera (aumento della protezione alla frontiera, misure interne per il sostegno dei prezzi, ecc.), al contrario, incentivano il turismo degli acquisti. Inoltre, nuocciono all'immagine della Svizzera, poiché riducono la competitività del suo settore alberghiero e della ristorazione, con conseguente calo della domanda di derrate alimentari indigene.

3 Fonti

- SECO: Zahlen und Einschätzungen zum Detailhandel (Aktennotiz an DC vom 18. November 2015) (Numeri e stime sul commercio al dettaglio - Nota al CDip del 18 novembre 2015)
- IRM-HSG (comunicato stampa del 30 giugno 2015): Prof. Dr. Thomas Rudolph, Dr. Liane Nagengast, Frauke Nitsch, autori dello studio del Centro di ricerca per la gestione commerciale dell'Università di San Gallo (IRM-HSG)
- Crédit Suisse: Retail Outlook 2016:
<https://www.creditsuisse.com/media/production/pb/docs/unternehmen/kmugrossunternehmen/retail-outlook-2016-it.pdf>
- Crédit Suisse: INVESTMENT STRATEGY & RESEARCH, Economic Research, monitoraggio di categoria Svizzera, 3° trimestre 2015 (pag. 13)
- Coop: Studio sul turismo dello shopping 2009
- BAKBASEL, 2015:
http://bakbasel.ch/fileadmin/user_upload/BAKBASEL_Medienmitteilung_Prognosen_fuer_den_Schweizer_Detailhandel.pdf (in ted.)
- UFAG: dati dell'Osservazione del mercato