

CCIS 1909
CAMERA
DI COMMERCIO
ITALIANA
PER LA SVIZZERA



Camera di Commercio
Mantova

MERCATO SVIZZERO SETTORE AGROALIMENTARE

OPPORTUNITÀ PER L'EXPORT AGROALIMENTARE MANTOVANO IN SVIZZERA



ASSOCAMERESTERO

10 GIUGNO 2021





TEMI TRATTATI

1. Quadro macroeconomico svizzero

- Interscambio Svizzera-Italia
- Posizionamento agroalimentare
- Quadro economico: impatto Covid-19

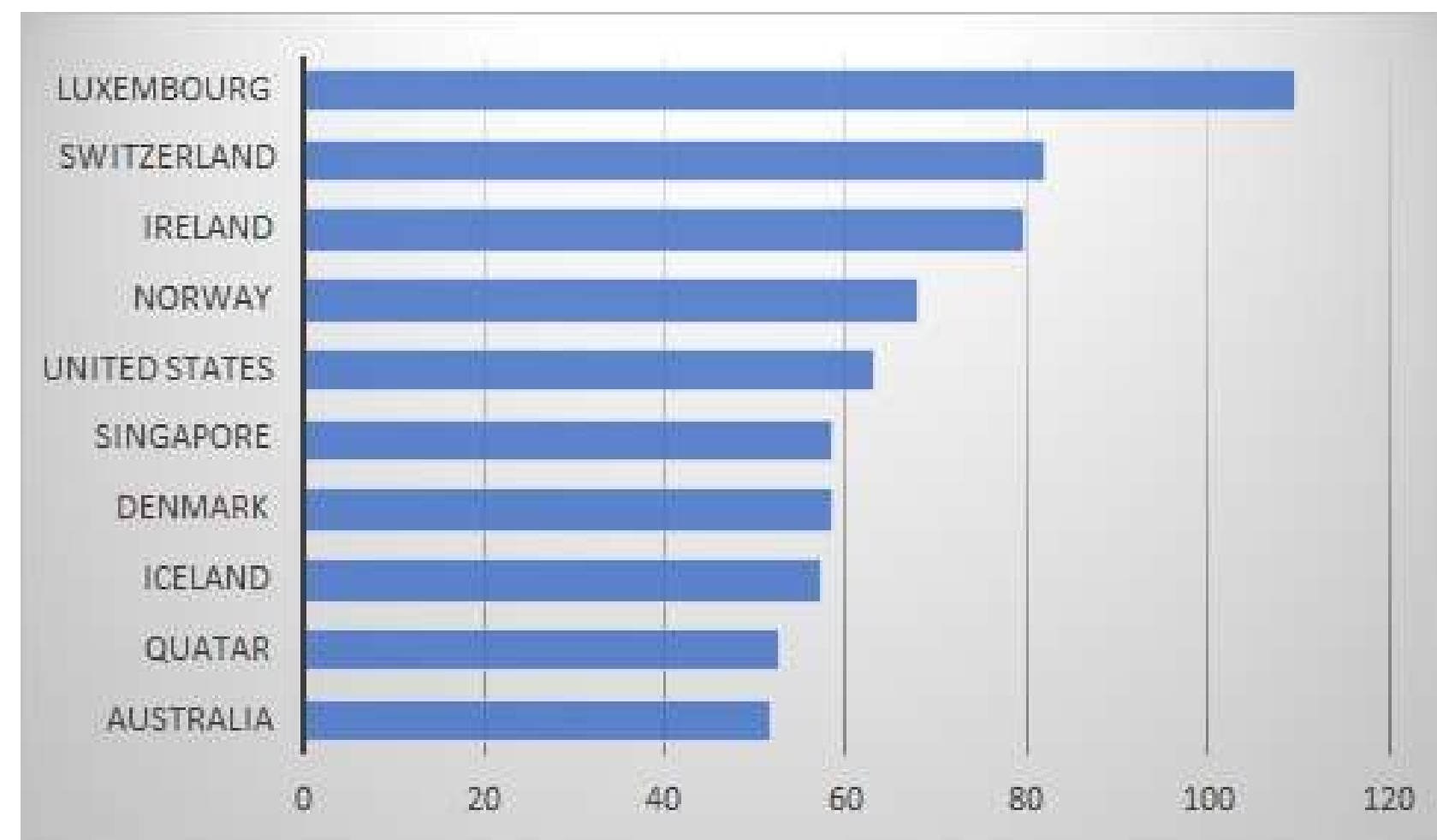
2. Tratti distintivi del mercato svizzero

- Focus su agroalimentare
- Consumo, prodotti, distribuzione

3. Consigli strategici

- Preparazione e analisi
- Aspetti normativi
- Promozione

QUADRO MACROECONOMICO: KEY FIGURES



PIL PRO CAPITE IN 1000 USD
(2020), fonte: IMF

QUADRO MACROECONOMICO

L'INTERSCAMBIO CON L'ITALIA

Ragioni dell'intensità degli scambi

- Vicinanza geografica e comodità logistica
- Simile dimensione imprenditoriale
- Cambio favorevole
- Presenza di connazionali
- Reddito pro-capite
- Trading

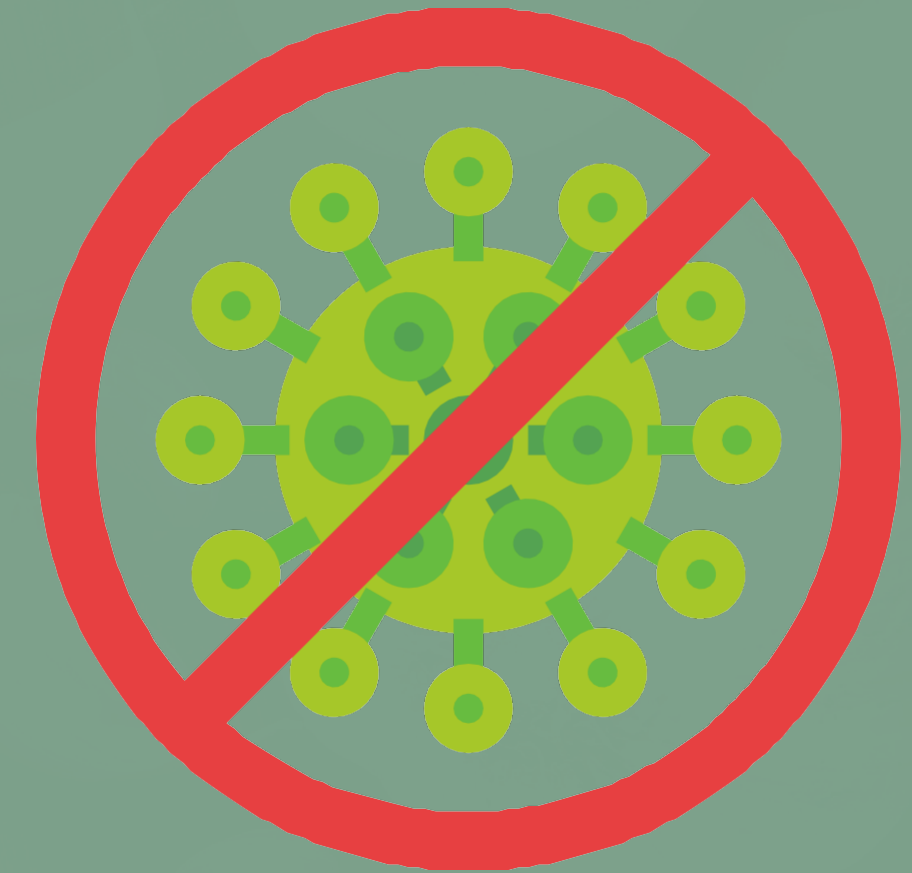
LA SVIZZERA COLPITA DAL COVID-19

EFFETTI DEL SOFT LOCK DOWN SVIZZERO 2020

- PIL: - 3,8%
- Consumi: - 4,4%
- Investimenti: - 6,0%
- Import: - 9,1%
- Export: - 6,6%
- Disoccupazione: 3,2%

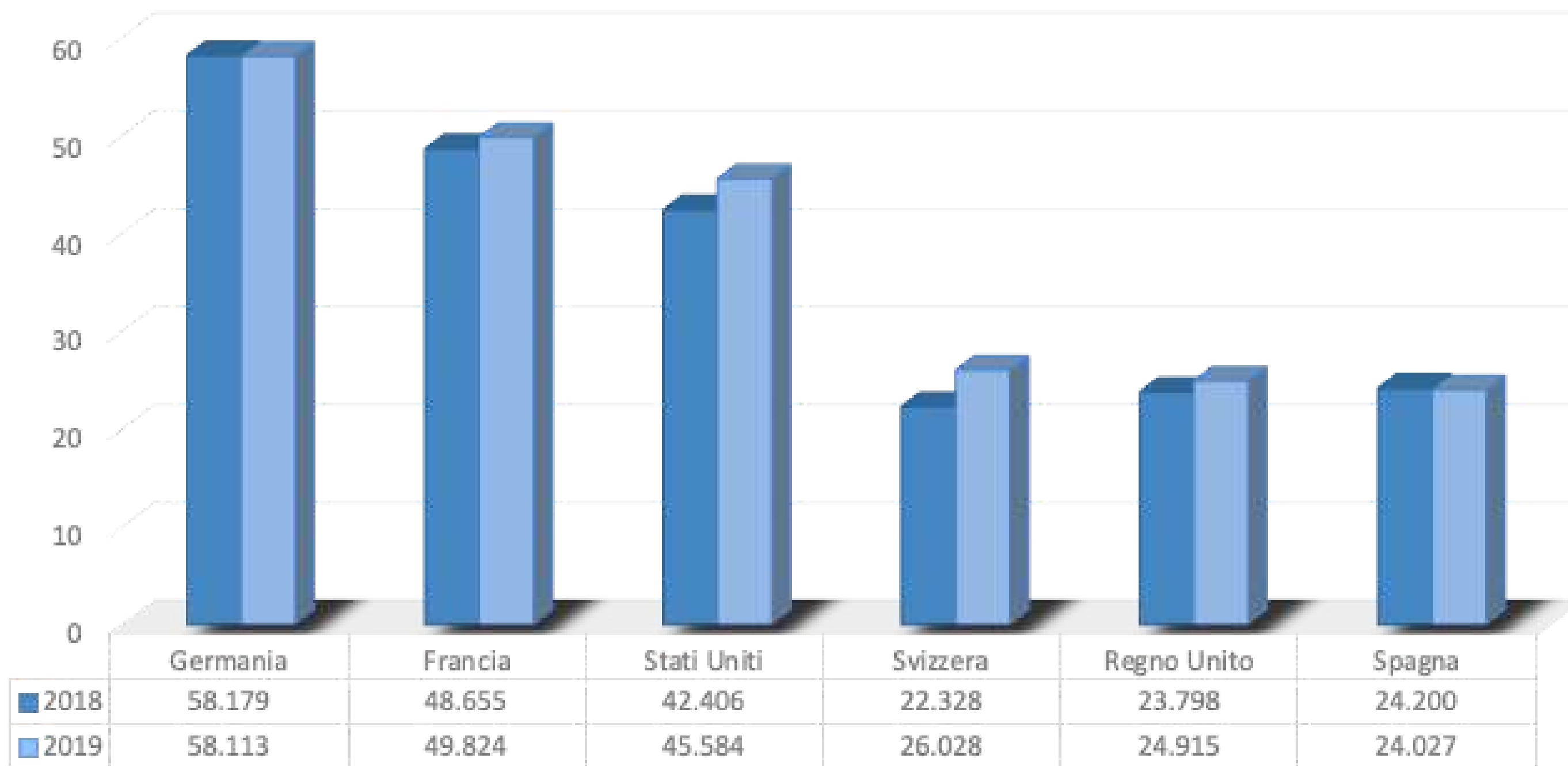
RIMBALZO POST PANDEMICO 2021

- PIL: + 3,2%
- Consumi: + 3,7%
- Investimenti: + 4,0%
- Import: + 7,1%
- Export: + 6,8%
- Disoccupazione: 3,3%



QUADRO MACROECONOMICO

L'IMPORTANZA COMMERCIALE DELLA SVIZZERA PER L'ITALIA



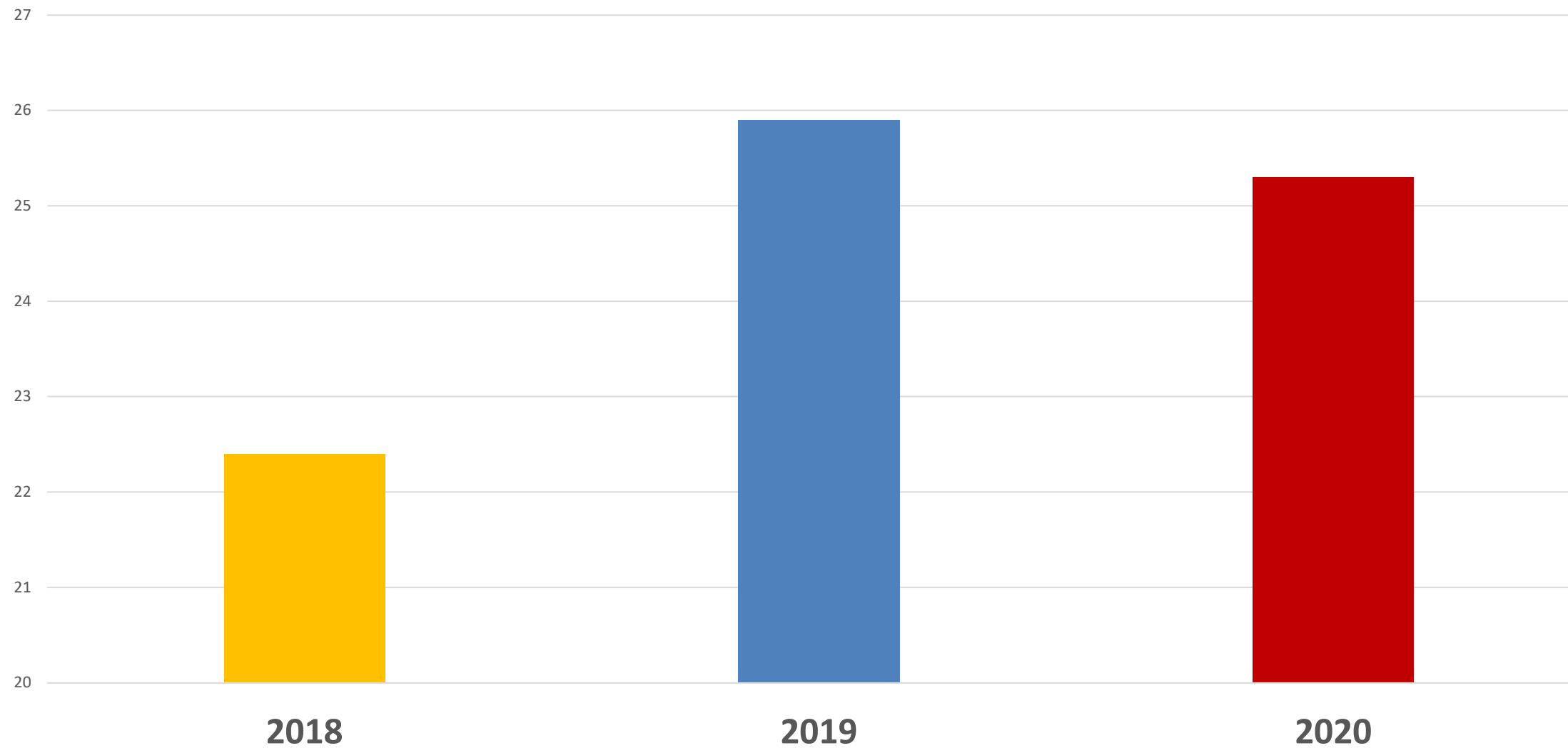
➤ **SVIZZERA** quarto mercato assoluto target per export italiano, dopo Paesi da 7 a 40 volte demograficamente più grandi

QUADRO MACROECONOMICO

EXPORT ITALIANO IN SVIZZERA IN FASE PANDEMICA

Export italiano in Svizzera Mld Eur

Fonte: Istat



➤ - 2,5% vs -9,1%
dell'import svizzero
dal Mondo

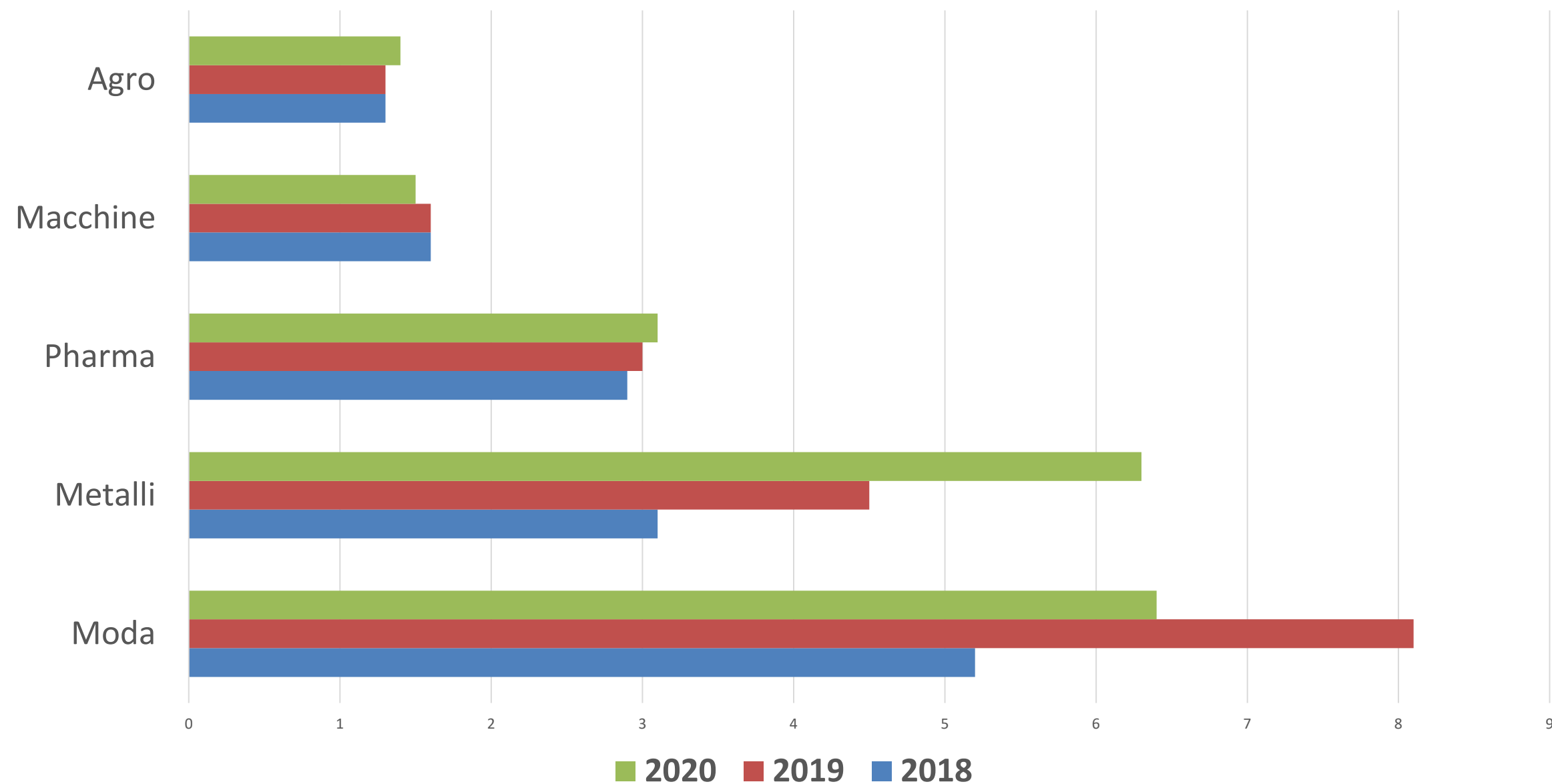
Export italiano in Svizzera nel biennio 2019-2020 per settori

Miliardi diEuro - Fonte Istat

QUADRO MACROECONOMICO

EXPORT ITALIANO IN SVIZZERA IN FASE PANDEMICA

Export italiano per settori in Mld di Euro



Il Food & Wine
cresce

Export italiano in Svizzera nel biennio 2019-2020 per settori

Miliardi diEuro - Fonte Istat

TRATTI DISTINTIVI DEL MERCATO SVIZZERO

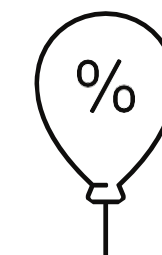
LA FOTOGRAFIA DEL MERCATO IN 10 PUNTI

1. Mercato ricco e dinamico
2. Oltre il Gottardo
3. La Svizzera francese
4. Cantoni come compartimenti stagni
5. Mercato maturo e conteso
6. Mercato prudente
7. Nicchie e piccole quantità
8. L'importanza del b2c
9. Investimento a lungo termine in analisi e credibilità
10. Le barriere normative



FOCUS AGROALIMENTARE

FOOD & WINE: CONSUMO E SCELTA DEI PRODOTTI



CARATTERISTICHE DEL CONSUMO AGROALIMENTARE

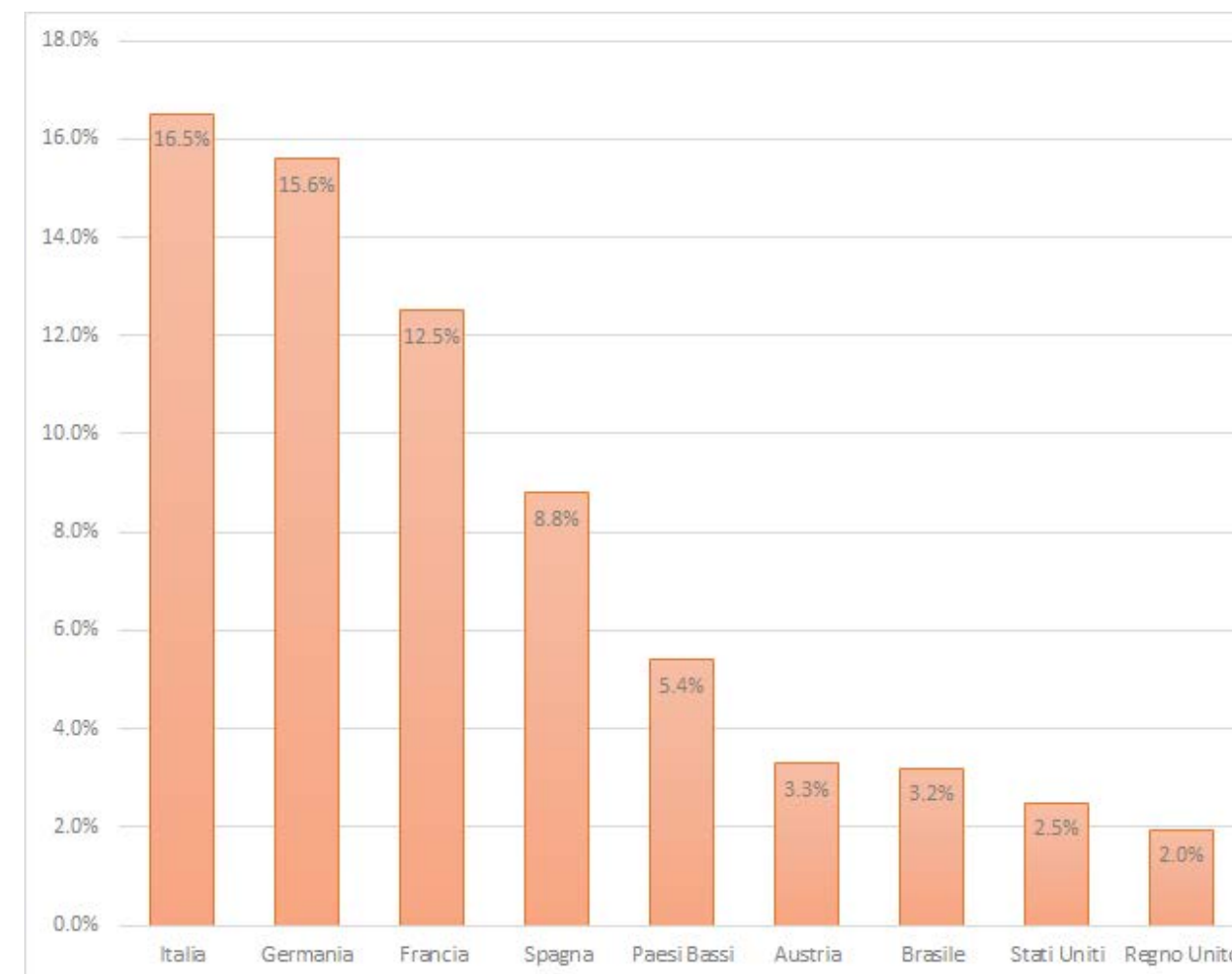
- Conoscenza dei prodotti per vicinanza geografica
- Relativa indifferenza al prezzo per forte potere d'acquisto
- Alte aspettative di qualità

- Scarsa conoscenza di denominazioni di origine (DOP, IGP, DOC, DOCG): poco spendibili come argomento di vendita

- Alto livello di fidelizzazione al marchio e permanenza sul mercato
- prodotti affermati prima barriera all'ingresso
- Stimolare l'utente finale (ristorazione e pubblico)
- Fattori che influenzano le scelte d'acquisto: passaparola e promozione

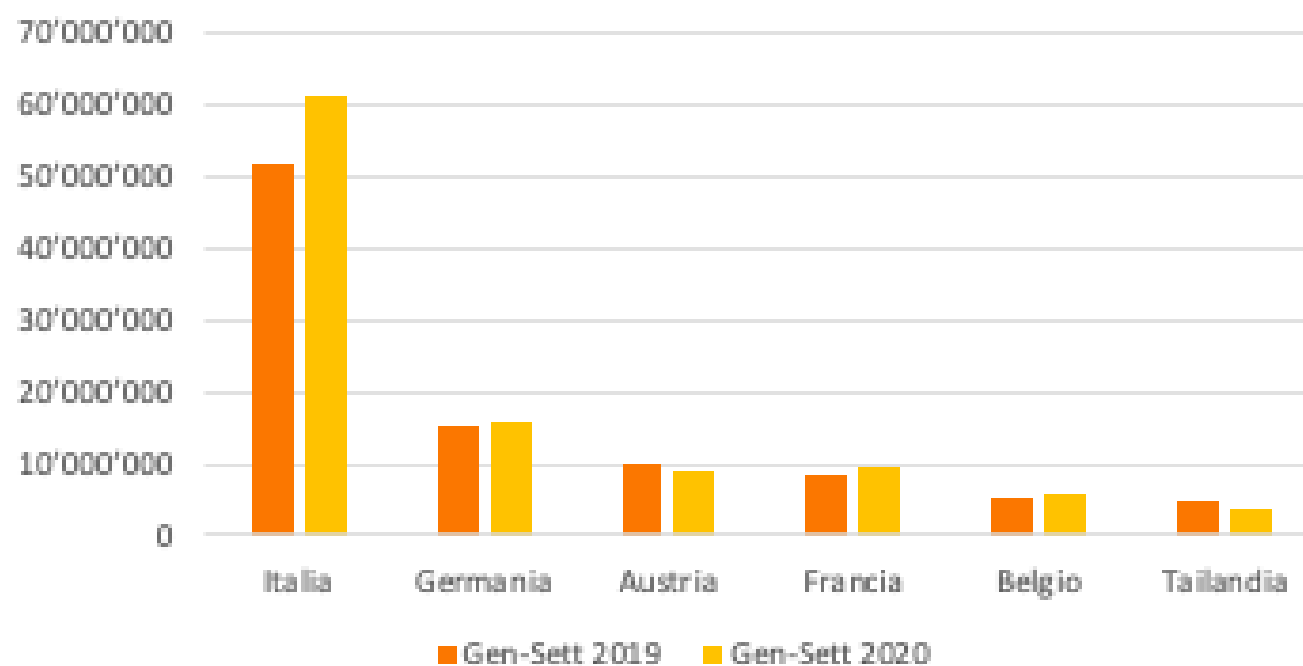
83% dei consumatori dichiara che la qualità è più importante del prezzo
64% dei consumatori legge le informazioni sulle confezioni

Fonte: Statista 2019- Commercio agroalimentare in Svizzera

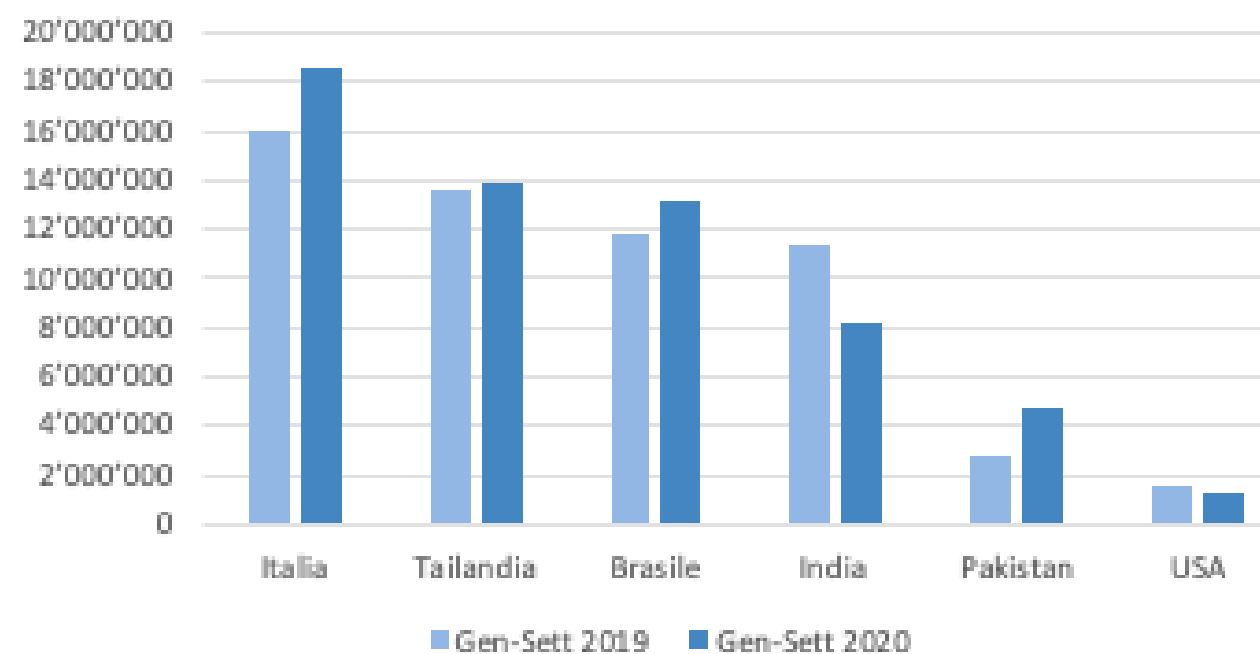




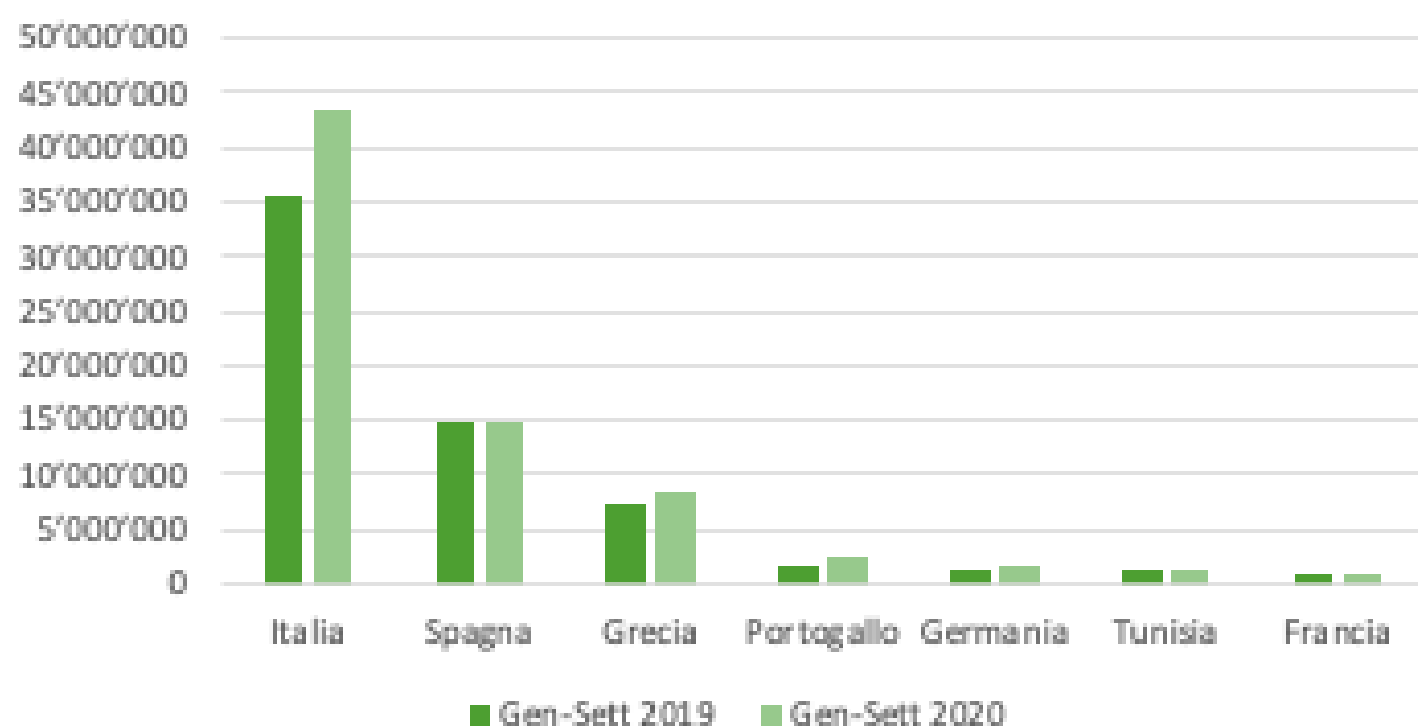
Importazione di pasta in Svizzera in CHF



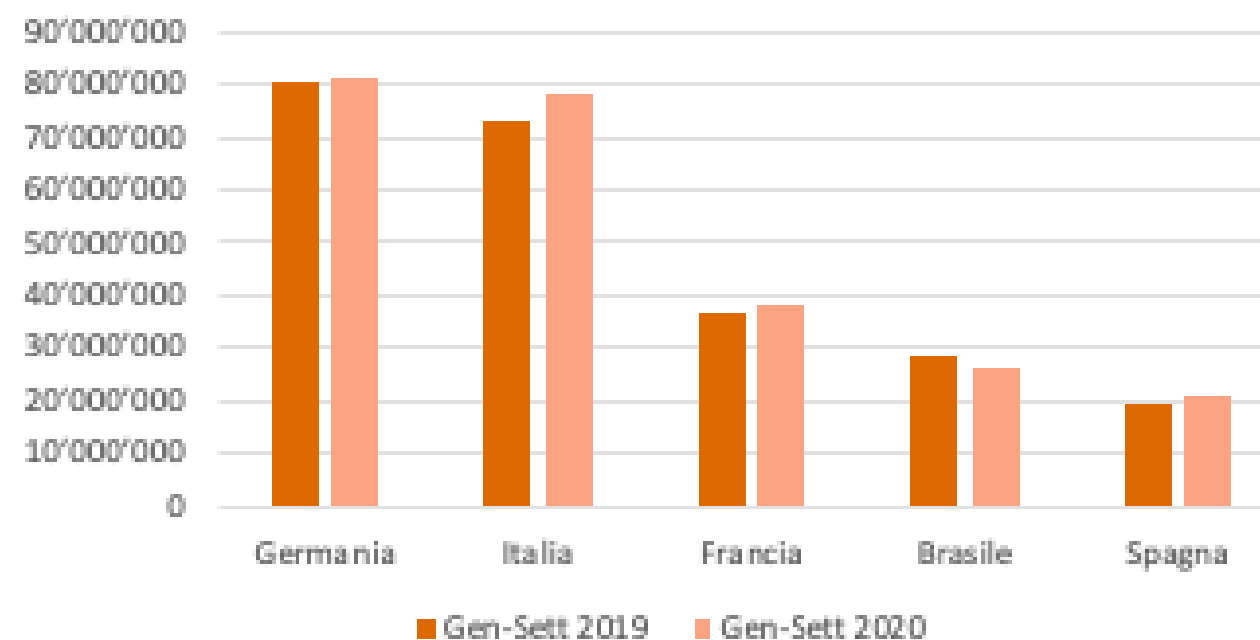
Importazioni di riso in Svizzera in CHF



Importazione di olio in Svizzera in CHF



Importazione di preparati di frutta e verdura in Svizzera in CHF



ITALIA primo
fornitore di pasta,
riso, olio

Per i preparati di
frutta e verdura
siamo primi in
volume e secondi in
valore

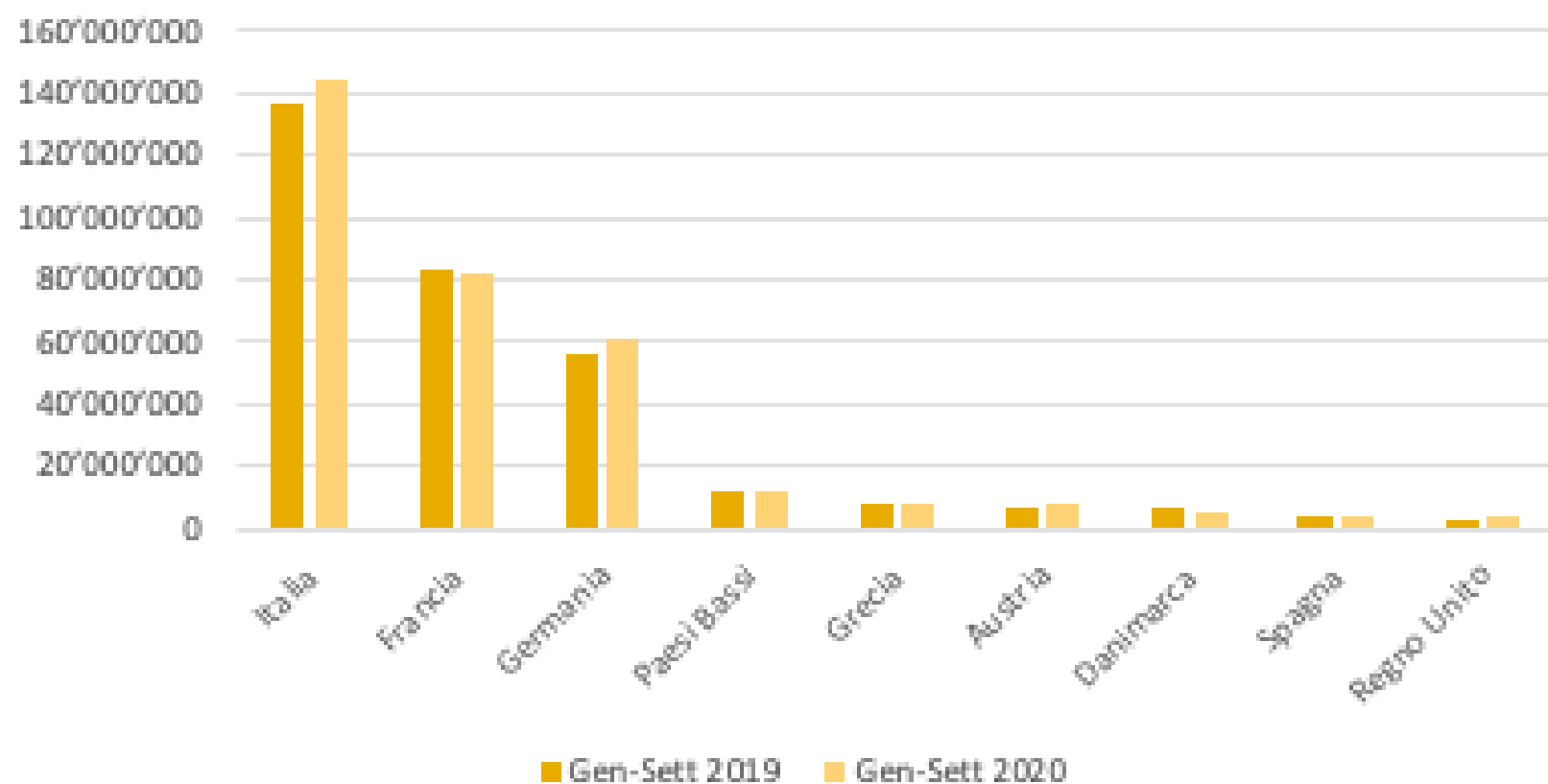
Fonte: Dogana svizzera

FOCUS AGROALIMENTARE

FOOD: CONSUMO E SCELTA DEL PRODOTTO



Importazione di formaggio in Svizzera in CHF



ITALIA primo fornitore formaggio

Fonte: Dogana svizzera

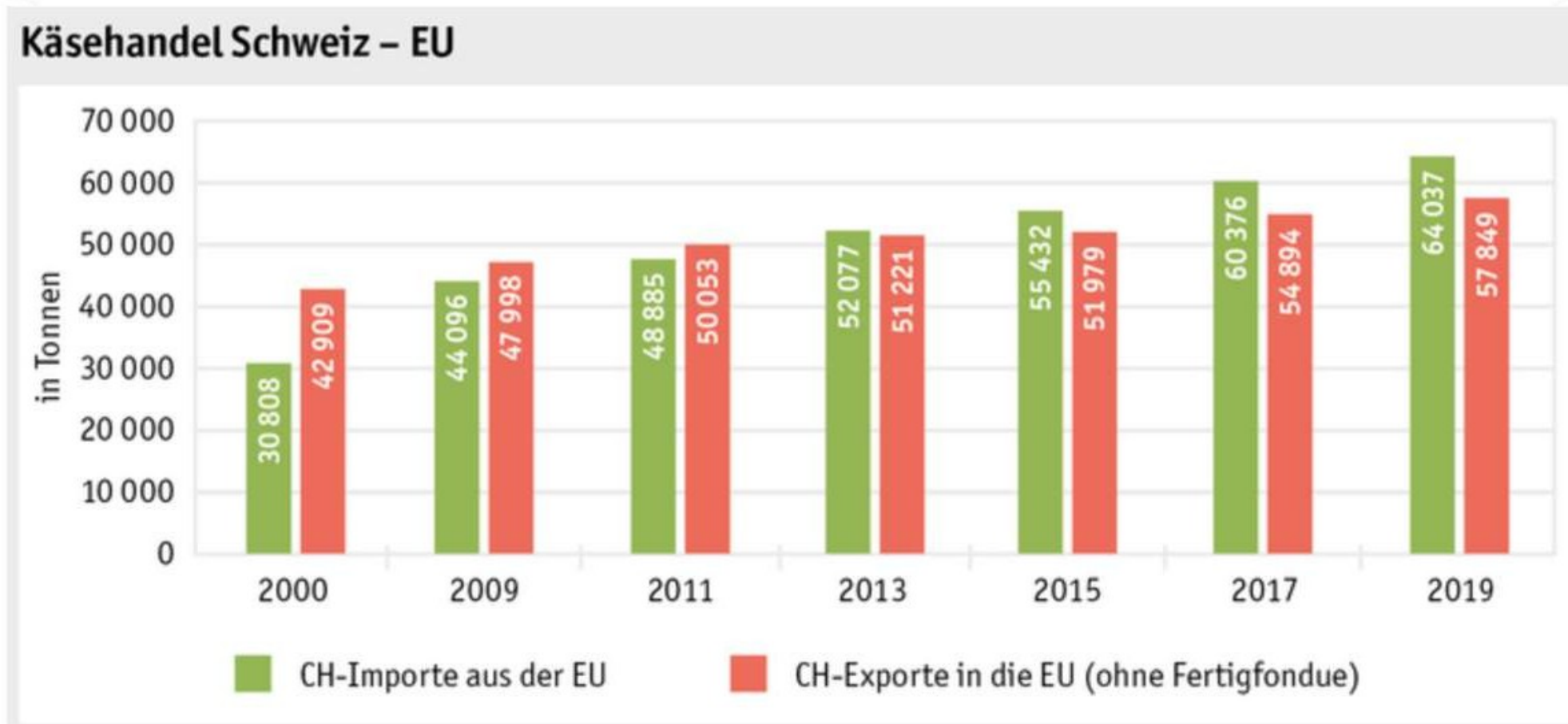


Su 64mila ton circa di formaggio importate in Svizzera, quasi 23mila sono italiane.



Maggioranza di formaggi freschi e a pasta molle, ma aumento anche i formaggi a pasta dura di prezzo medio

Fonte: Agrarbericht 2020



Quelle: TSM

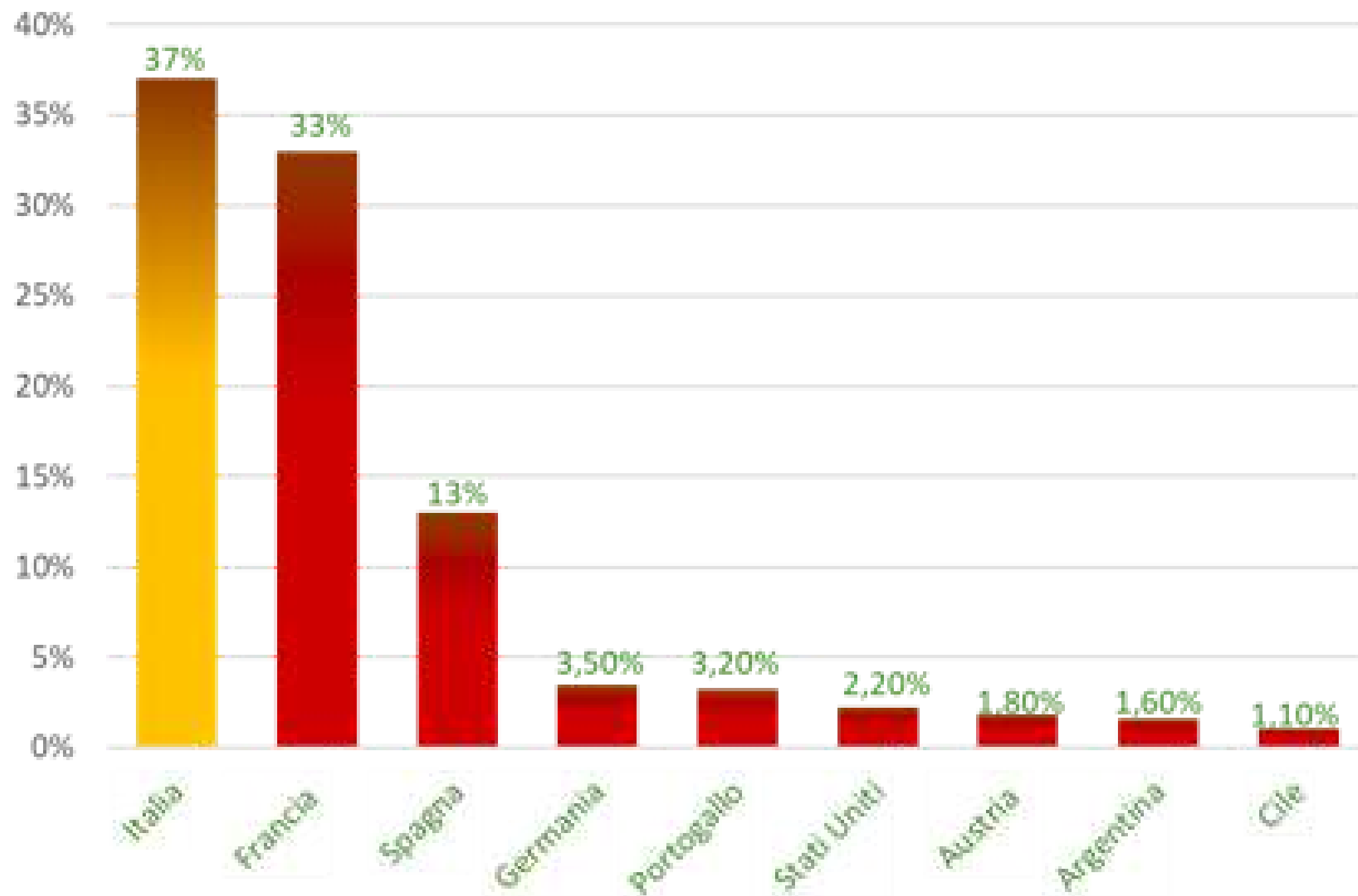
FOCUS AGROALIMENTARE

WINE: CONSUMO E SCELTA DEL PRODOTTO



Specificità sul consumo di vino

- La Svizzera importa il 60% del vino che beve (l'Italia è il primo Paese per volumi)
 - 190 mln di litri importati
 - Giro d'affari complessivo di 7 miliardi di CHF 1° paese al mondo per *connaisseur* di vino
 - Consumo pro capite medio 40l/anno per 8 mln di abitanti ca.
 - 4° paese al mondo per consumi medi di vino L'80% degli svizzeri tra 18 e 74 anni beve vino Ritmi di consumo in calo: il 40% dei consumatori beve vino regolarmente
- La maggior parte del vino viene consumata a casa e non nei locali



Provenienza del vino importato in Svizzera 2019

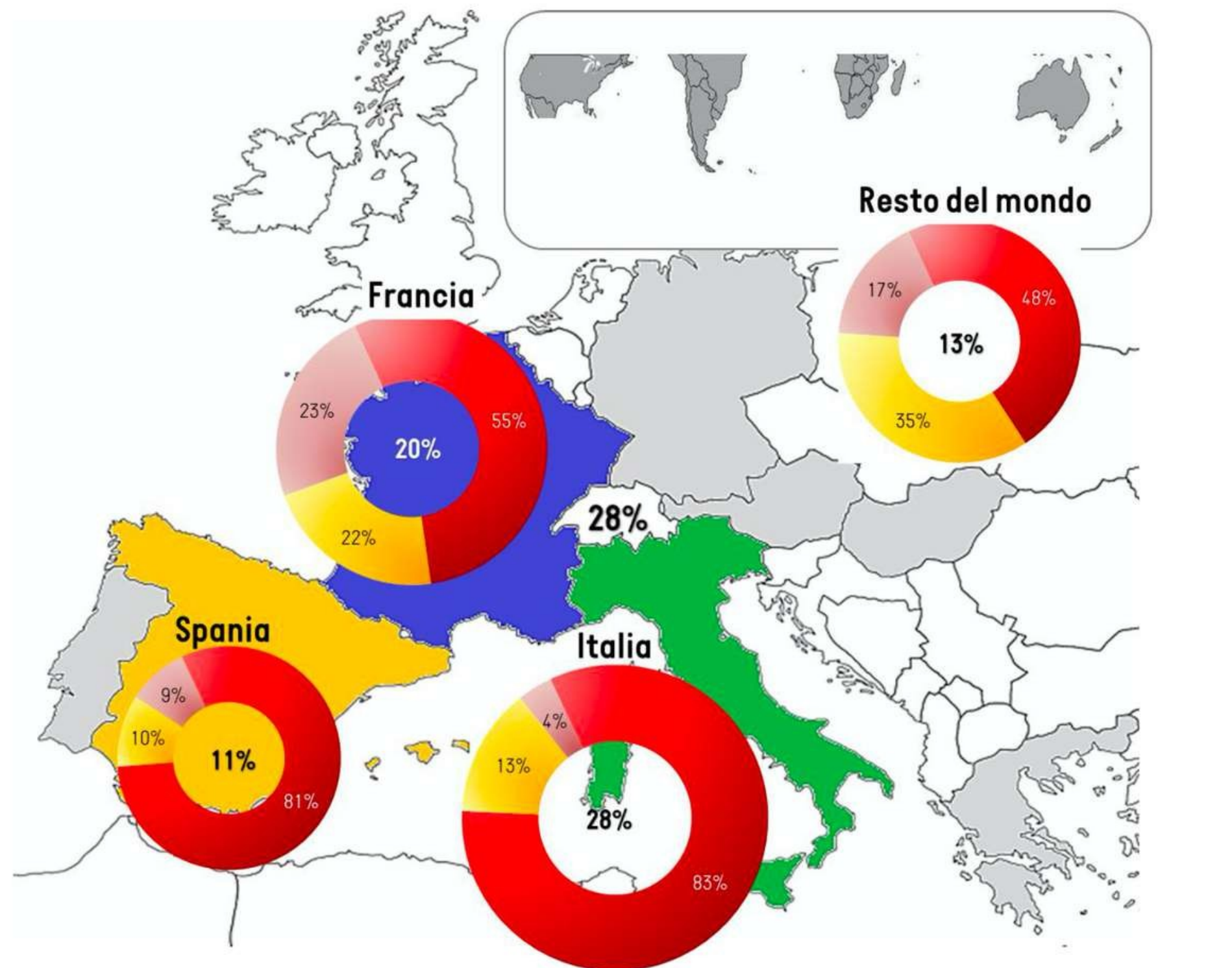
Fonte: elaborazione su statistiche ATLAS

FOCUS AGROALIMENTARE

WINE: CONSUMO E SCELTA DEL PRODOTTO



QUOTE DI MERCATO DEI VINI STRANIERI IN VOLUME E PER COLORE



Quote di mercato dei vini stranieri in volume e suddivisi per colore
Fonte: Mercato svizzero dei vini – Rapporto annuale 2019, Observatoire Suisse du marché des vins, Aprile 2020

FOCUS AGROALIMENTARE

IL SISTEMA DISTRIBUTIVO

2/3 del mercato sono in mano a catene con prodotti di medio-alta qualità e con elevata presenza di punti vendita

75% del fatturato in mano a Migros e Coop



CONCENTRAZIONE



Alta qualità

Fatturato Discount

● ca. 5,4 Mld CHF (2019)

● ca. 17,5% totale alimentare (2019)

Capillarità

Ca. 4300 punti vendita (2019)

● punti vendita in calo

● fatturato per p. vendita in aumento

FOCUS AGROALIMENTARE

I DUE CANALI DI ACCESSO AL SISTEMA DISTRIBUTIVO

**1. Importatori
all'ingrosso**

Ristorazione



Consumatori

2. Dettaglio specializzato

- GDO: Gestione centralizzata degli acquisti in maniera diretta o tramite un grossista
- Dettaglio autonomo

FOCUS

AGROALIMENTARE

PECULIARITÀ DELLA DISTRIBUZIONE

STRUTTURA:

- I DETTAGLIANTI SONO UN CANALE DI ACCESSO PARALLELO
- I GROSSISTI RIFORNISCONO SOPRATTUTTO LA RISTORAZIONE
- L'IMPORTATORE HA UN'AMPIA ACCEZIONE
 - ristorante privato
 - trader
 - dettaglio
 - GDO
 - ingrosso
- **SATURAZIONE:** L'ACQUIRENTE È SEMPRE MENO «BUYER» SEMPRE PIÙ «PARTNER»
- **COMPETITIVITÀ:** COINVOLGIMENTO NELLA FASE PROMOZIONALE E FOCUS SULLA DOMANDA FINALE



FOCUS AGROALIMENTARE

REATTIVITÀ ED EFFETTO COVID-19

- **Canali:**

- frenata fatturato Ho.Re.Ca e grandi eventi (-30% di afflusso)

- aumento GDO e clienti privati

- E-commerce (+10% sul 2019)

- **Modalità:** conto vendita e piccoli ordinativi per abbattere il rischio

- **Dimensioni:** “piccolo è bello” causa maggiore flessibilità e ri-orientamento vendite

- **Segmenti e margini:** vendita diretta ai privati = più spazio per alta qualità e piccole consegne

- **Tendenze:**

- Regionalizzazione

- Bio

- Digitalizzazione

FOCUS AGROALIMENTARE



EFFETTO COVID-19 FOCUS BIO

- **SVIZZERA mercato fertile per il biologico**
- **La Svizzera è il paese con il più alto consumo di prodotti biologici pro capite in Europa e nel mondo**
- **La quota di mercato del biologico in Svizzera è di 10,3% (Danimarca primo paese con 13,3%)**
- **Il fatturato annuo è di 3.2 miliardi ed è cresciuto di un miliardo in cinque anni**
- **Prodotti bio più consumati: uova (28,7%), pane (26,1%), ortaggi (23,1%)**
- **Impennata della richiesta di prodotti bio durante la pandemia**

Modalità di approccio al mercato

Consigli strategici per le singole aziende



1. Conoscere il mercato: domanda, distribuzione, quadro normativo
2. Considerare regolamentazione doganale, influenza che ha sul prezzo, logistica
3. Prepararsi a un ingresso graduale con obiettivi sul lungo termine:
 - Organizzazione interna
 - Lingue e affidabilità
 - Listini prezzi
 - Partnership con un distributore
 - Budget promozionale (OCM, Simest)



webinar CCIS
ricorrenti su incentivi
per business development



Per tutte queste fasi CCIS ha una risposta

1. Analisi e interviste settoriali
2. Reparto di servizi alle imprese
3. Sviluppo commerciale, ricerca partner eventi

Focus Agroalimentare

Promozione - Le nostre attività

1. I b2b digitali
2. La settimana della cucina italiana nel mondo 2021: **enoturismo**
3. Ricerca e selezione fornitori per GDO
4. Supporto b2b individuale



ZURIGO, B2B
ITALIAN GREEN
WINE, 2020



B2B ONLINE



DEGUSTAZIONE A
DISTANZA



BOLOGNA,
INCONTRI CON GDO

Cenni normativi

Esportare in Svizzera: il regime doganale

- ✓ L'agroalimentare
- ✓ Limiti quantitativi
- ✓ Limiti tariffari
- ✓ Tasse doganali
- ✓ Tares.ch
- ✓ Il permesso generale d'importazione
- ✓ L'importatore e lo spedizioniere

Dazi doganali sul vino

Costo	€	15,50
Cambio	CHF	1,06
Sconti		30%
Vol. %		11,50
Contenuto Bottiglia in l.		0,75
Peso Bottiglia in kg		1,5
Bottiglie per Cartone		6
Peso per Cartone		7,5
Cartoni per Piano Paletta		16
Piani per Paletta		5
Cartoni per Paletta		40
Bottiglie per Paletta		240
Costo Euro	€	10,85
Costo CHF	CHF	11,50
Dazio per kg	CHF 0,91	CHF 1,37
Anticipo fondi 1% Dazio+IVA	CHF 1,04	CHF 0,02
Trasporto: 100Kg=CHF 40	CHF 0,40	CHF 0,60
Pratica Doganale: CHF 125	CHF 90,00	CHF 0,38
Totale costi	CHF	2,36
Costo effettivo franco cantina	CHF	13,87

30%	40%	50%	P.V.
CHF 18,03	CHF 19,40	CHF 20,80	CHF 20,80

Focus Agroalimentare

Un Vademecum logistico per i b2b d'autunno

1. Uso dello spedizioniere indicato da o concordato con CCIS
2. Definizione delle tempistiche di logistica insieme a CCIS (data limite di groupage in Italia, data di arrivo merce in Svizzera e data di riconsegna ai buyer)
3. Separazione della campionatura in partenza in base all'importatore destinatario
4. Uso di un imballaggio adeguato che tenga conto della fragilità della merce
5. Se il groupage avviene direttamente alla piattaforma dello spedizioniere l'azienda deve essere attenta alle norme di fatturazione

GRAZIE

PER L'ATTENZIONE

Fabio Franceschini

Camera di commercio italiana per la Svizzera

INDIRIZZO E-MAIL

ffranceschini@ccis.ch

SITI WEB DI RIFERIMENTO

www.degustiamoitaliano.ch

www.ccis.ch

