

Focus commercio esterno

I «Classici elvetici», articoli di successo all'esportazione?

I turisti stranieri, alla domanda quali beni ricordino loro maggiormente la Svizzera, rispondono citando per lo più la cioccolata, il formaggio o gli orologi.

In definitiva, quale significato hanno (ancora) i «tre classici elvetici» nell'ambito delle esportazioni? Uno sguardo generale.

Di Matthias Pfammatter, Statistica del commercio esterno, Direzione generale delle dogane

Cioccolata: il lato dolce delle esportazioni '05

In effetti la cioccolata svizzera è attualmente molto richiesta all'estero. Durante i primi nove mesi del 2005 le esportazioni di cioccolato e di altri generi alimentari contenenti cacao hanno registrato un aumento del 23,3% e raggiunto un valore di 422 mio di franchi, risp. un quantitativo di 60'000 tonnellate. In sostanza sono stati esportati 8 kg di cioccolata per ogni abitante della Svizzera. Il prezzo medio si aggirava attorno a fr. 7,05 per chilo. Nondimeno – in relazione al valore totale delle esportazioni svizzere – l'importanza delle esportazioni di cioccolato è modesta: nel 2004 raggiungevano appena lo 0,36% di tutte le esportazioni.

Particolarmente in Germania, Francia e Regno Unito si cade vittima della dolce tentazione proveniente dalla Svizzera, se si considera che l'industria svizzera del cioccolato ha realizzato il 43% della propria cifra d'affari in questi paesi. Tuttavia anche oltre l'Atlantico, negli Stati Uniti ed in Canada, si trovano parecchi amanti del cioccolato svizzero. I cinque paesi citati generano in termini di valore il 57% di tutte le vendite all'estero (cfr. tabella 1).

Formaggio: il formaggio svizzero

è amato particolarmente dai tedeschi e dagli italiani

L'Emmental è e rimane di gran lunga il formaggio svizzero più apprezzato fra le varie qualità esportate. Tuttavia all'estero vengono acquistati anche il Gruyère, lo Sbrinz oppure altri formaggi a pasta dura, semidura e molle. Nel 2004 un terzo del quantitativo di formaggio prodotto in Svizzera è stato esportato. Durante i primi nove mesi del 2005 è stato esportato formaggio (incl. la ricotta) per un valore di 336 mio di franchi (+ 4,9%, 37'000 tonnellate). Il prezzo medio ammontava a 9,12 franchi al chilo. Tuttavia la quota parte delle esportazioni di formaggio relativamente al totale delle esportazioni 2004 ha raggiunto soltanto lo 0,3%. I maggiori acquirenti di formaggio svizzero sono stati Germania ed Italia, la cui quota

parte relativamente al valore supera il 50% del fatturato all'estero. Circa il 12% ciascuno è stato esportato verso gli Stati Uniti e la Francia; il 7% verso l'Austria. Questi cinque paesi totalizzavano da soli oltre l'80% delle esportazioni di formaggio svizzere sino a fine settembre 2005 (cfr. tabella 2).

Orologi: i mercati più importanti si situano oltremare

L'industria orologiera è di gran lunga il settore della Svizzera maggiormente orientato verso l'esportazione, se si pensa che circa il 95% del fatturato viene realizzato all'estero. Secondo stime di UBS-Research l'industria orologiera svizzera copre circa la metà del mercato mondiale in termini di valore. Nel 2004 il settore ha esportato circa 25 mio di orologi di piccolo formato. La gran parte, ossia l'88%, era equi-



Tabella 1: esportazioni di cioccolata e generi alimentari contenenti cacao

Gennaio–Settembre 2005	in mio CHF	Percentuale
Totale	422,2	100%
Germania	72,0	17,0%
Francia	60,3	14,3%
Regno Unito	49,9	11,9%
USA	34,3	8,1%
Canada	23,1	5,5%

paggiata con un movimento a funzionamento elettrico ed apparteneva al segmento relativamente economico; il prezzo medio si aggirava attorno a 185 franchi. Per confronto: il prezzo di un orologio con movimento meccanico si situava l'anno passato attorno ai 2'000 franchi. Seppure quest'ultima categoria abbia costituito soltanto il 12% dei pezzi esportati, la sua quota parte nel fatturato totale (6,1 mia di franchi) ammontava al 60%. L'orientamento dell'industria orologiera verso il segmento di prezzi elevato si

è accentuato negli ultimi anni. Con una quota parte sul totale del 7,6% l'anno passato il settore si è piazzato al terzo posto nella graduatoria delle esportazioni.

Fra gennaio e settembre 2005 il settore ha esportato orologi e parti di orologi per un valore di 8'479 mio di franchi (+10,5% rispetto al periodo corrispondente dell'anno precedente). Il cliente più importante sono stati gli Stati Uniti con un fatturato di 1,5 mia di franchi (quota parte del 17,6%), seguiti da Hong Kong con quasi 1,3

mia di franchi, risp. una quota parte del 14,8%. Questi due paesi da soli hanno generato circa un terzo del fatturato totale dell'industria orologiera. Altri mercati importanti sono stati il Giappone, l'Italia e la Francia (cfr. tabella 3).

I «classici elvetic» nel confronto pluriennale

Se si confronta l'evoluzione delle esportazioni dei tre prodotti svizzeri con le esportazioni totali tra il 1988 ed il 2004, si possono notare alcune differenze. In particolare le esportazioni dell'industria orologiera mostrano un aumento maggiore rispetto al totale delle esportazioni, che nel frattempo è raddoppiato. In termini di tasso medio di crescita il totale delle esportazioni è cresciuto del 4,7% all'anno, mentre le esportazioni dell'industria orologiera su scala annua sono aumentate del 5,8%.

Anche l'industria del cioccolato ha tenuto bene. Essa ha tendenzialmente mostrato nello stesso periodo la medesima dinamica di crescita del totale delle esportazioni. Il tasso di crescita media delle esportazioni di cioccolato si è aggirato attorno al 4,4% annuo. Ne consegue che la quota parte rispetto al valore totale delle esportazioni è rimasta stabile nel corso degli anni.

Per contro i produttori di formaggio non hanno potuto mantenere la loro quota parte rispetto alle esportazioni totali. Se nel 1988 le esportazioni di formaggio in termini di valore ammontavano allo 0,8% delle esportazioni totali, nel 2004 tale percentuale era scesa allo 0,3%. Nel 1988 è stato esportato formaggio per un valore di 548 mio di franchi, nel 2004 soltanto per 460 mio fr.. Le esportazioni in media sono diminuite dell' 1,1% su base annua. Tuttavia l'anno passato le esportazioni di formaggio sono aumentate in termini assoluti nella misura del 2,9%. ■



Tabella 2: esportazioni di formaggio e ricotta

Gennaio–Settembre 2005	in mio CHF	Percentuale
Totale	335,5	100%
Germania	95,3	28,4%
Italia	78,7	23,5%
USA	40,6	12,1%
Francia	39,4	11,7%
Austria	23,1	6,9%



Tabella 3: esportazioni di orologi

Gennaio–Settembre 2005	in mio CHF	Percentuale
Totale	8479,1	100%
USA	1496,2	17,6%
Hongkong	1252,9	14,8%
Giappone	781,6	9,2%
Italia	572,9	6,8%
Francia	448,7	5,3%