

LE GUIDE PER  
**Esportare**  
IN **Digitale**

FOCUS SVIZZERA



**SACE** 

In collaborazione con







## Svizzera

QUALCHE NUMERO SUL PAESE

PAG. 3 →

## Economic & Policy

TREND E ALTRE COSE DA SAPERE

PAG. 4 →

## Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

PAG. 5 →

## E-commerce

I CONSUMATORI E I CANALI DI VENDITA

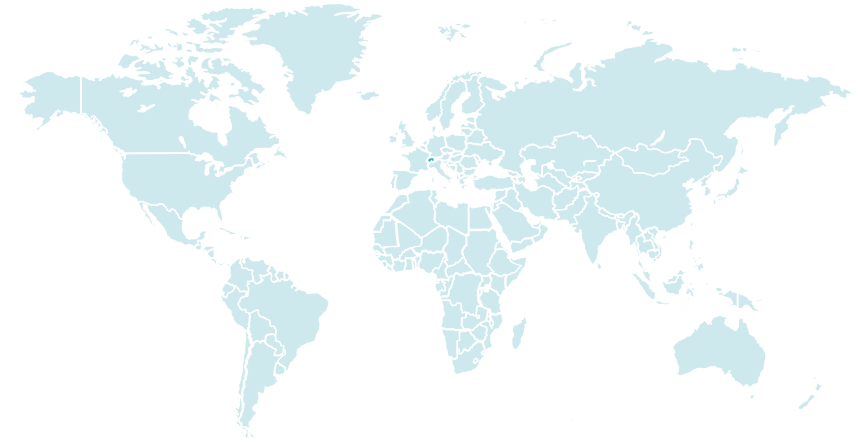
PAG. 7 →



# Svizzera

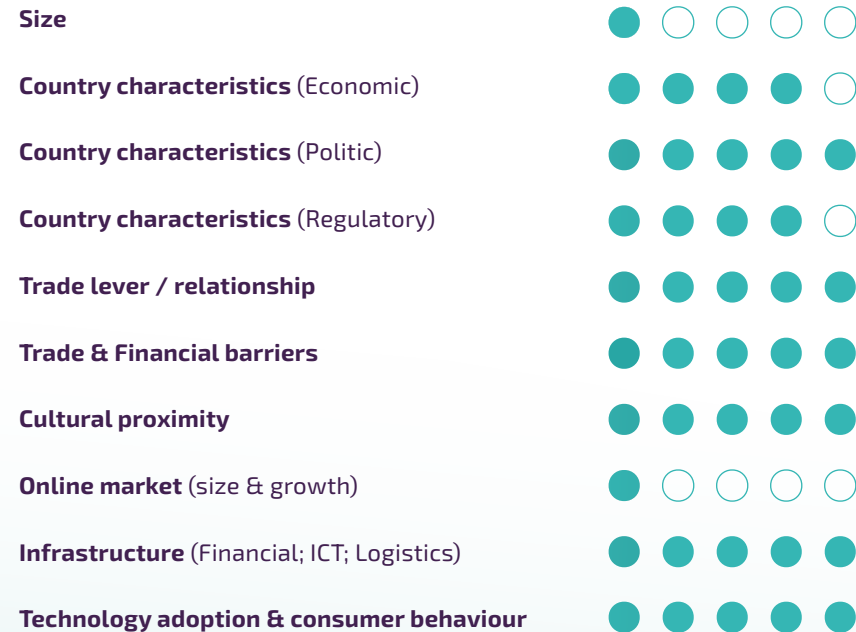
QUALCHE NUMERO SUL PAESE

Si è scelto di raccogliere i dati relativi agli anni 2019, 2020 e 2021, per poi mediarli e costruire la successiva elaborazione sulla media ottenuta. In questo modo è stato possibile osservare per il periodo preso in considerazione i cambiamenti legati alle 4 dimensioni considerate. Molti fenomeni e aspetti nazionali che vengono presi in considerazione dalle variabili/indicatori che compongono l'indice sono lenti nella loro evoluzione o nel mostrare un cambiamento attraverso i valori restituiti. Anche per questo motivo il focus dell'analisi non vuole essere quello di mostrare un'istantanea il più aggiornata possibile dei paesi presi in considerazione e dei fenomeni che li riguardano, ma di mostrare come tali dinamiche ed aspetti possano influire sulle attività di export verso tali Paesi.



<b>Popolazione (2021)</b>	<b>8 milioni</b>
<b>GDP (2021)</b>	<b>\$812 miliardi</b>
<b>Per capita GDP (2021)</b>	<b>\$93.475</b>
<b>Valore delle importazioni (2021)</b>	<b>\$328 miliardi</b>
<b>Indice di attrattività Score complessivo</b>	<b>3,43/5</b>
<b>Indice di attrattività Score senza dimensione "Size"</b>	<b>4,24/5</b>
<b>Posizione nel ranking di attrattività complessivo</b>	<b>4/20</b>
<b>Posizione nel ranking di attrattività Senza dimensione "Size"</b>	<b>4/20</b>

## INDICE DI ATTRATTIVITÀ: SPLIT DELLE 10 MACRO-CATEGORIE





# Economic & Policy

TREND E ALTRE COSE DA SAPERE

## ■ CARATTERISTICHE ECONOMICHE

Nel 2021 la popolazione della Svizzera ammontava a circa 8 milioni di individui (World Bank, 2021). L'inflazione su base annua nel 2021 era dello 0,6% (World Bank 2021), un valore abbastanza basso. La Svizzera ha buoni punteggi in indicatori che aiutano a misurare l'efficienza del commercio e del contesto economico in cui si opera, come l'Ease of Doing Business Index sviluppato dalla World Bank (2019), dove si è classificata nel complesso come 36esima economia al mondo su 190 paesi esaminati.

## ■ CARATTERISTICHE GIURIDICHE/REGOLATORIE

Nel Judicial Effectiveness Index sviluppato da Heritage (2022), un indice volto a misurare l'efficienza del sistema giudiziario di un paese, la Svizzera ha ottenuto un punteggio di 98/100, un punteggio molto alto (la media mondiale è 50,2), che testimonia un sistema giuridico efficace e indipendente. Relativamente ai processi regolatori ed amministrativi legati all'apertura di nuovi business e produzioni, misurati dal Business Freedom Index di Heritage, la Svizzera ottiene uno score di 73,6/100, un punteggio medio-alto.

## ■ CARATTERISTICHE POLITICHE

Il sistema politico svizzero, ossia una repubblica direttoriale federale, sembra essere stabile ed efficiente. La media del rischio politico elaborata da SACE (2023) per la Svizzera è di 6/100 (più è basso lo score, meno il paese è considerato rischioso dal punto di vista politico).

Media del  
rischio politico

**6**  
/100

La media del rischio politico elaborata da SACE è di 6/100.



# Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

## ■ COMMERCIO

Il valore delle importazioni di beni e servizi in Svizzera nel 2021 ha costituito il 55% del PIL, un valore molto alto, che testimonia la forte dipendenza della Svizzera dalle importazioni. L'Italia è attualmente un partner commerciale importante per la Svizzera: nel 2021 le importazioni di beni dall'Italia costituivano il 7,4% di tutte le importazioni complessive, con un valore di circa \$24,04 miliardi (Comtrade, 2021). Dalla prospettiva italiana, la Svizzera nel 2021 si classifica nei primi 20 partner commerciali per valore dell'export, posizionandosi al sesto posto (OEC, 2021).

## ■ BARRIERE COMMERCIALI/ FINANZIARIE

La Svizzera ha un dazio medio sulle importazioni pari al 2,8%. È attualmente in vigore un Trade Agreement tra UE e Svizzera, in vigore dal 1972, che si basa su diversi accordi settoriali, l'ultimo aggiornamento di tale accordo risale al 2004. In Svizzera è presente una camera del commercio italiana.

La Svizzera ha ottenuto punteggi alti in due indici, uno dedicato alla dimensione commerciale e uno dedicato alla libertà finanziaria: il Trade Freedom Index (Heritage, 2021), che misura la quantità e l'entità

delle barriere commerciali di un paese, sia tariffarie che non tariffarie, e il Financial Freedom Index (Heritage, 2021), che è invece dedicato a valutare l'efficienza e l'indipendenza dell'infrastruttura bancaria di un paese. Nel Trade e Financial Freedom Index la Svizzera ha rispettivamente ottenuto punteggi di 86/100 e 90/100. Questi punteggi sono dovuti ad un contesto amministrativo favorevole agli investimenti esteri. L'impianto legislativo riguardante gli investimenti esteri è considerato trasparente ed efficiente, così come il sistema finanziario che è considerato moderno e sviluppato.



**Consulta la guida Doganale sulla Svizzera** elaborata da SACE in collaborazione con Easyfrontier

SCARICALA GRATIS



# Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

## ■ CULTURA

Prendendo in considerazione gli indici Dow (2015) che misurano le differenze politiche, culturali e religiose fra i paesi del mondo, è possibile notare come, rispetto all'Italia, la Svizzera sia caratterizzata da una bassa distanza politica (0,23/10 - va considerato che i paesi occidentali politicamente più simili all'Italia hanno tutti score inferiori allo 0,30), da una bassa distanza religiosa (1,75/10) e da una distanza linguistica non troppo alta: 4,15/10.

Un'altro importante indicatore da considerare per valutare le differenze in varie dimensioni culturali e sociali fra paesi è il Culture Compass elaborato da Hofstede. Questo strumento misura le differenze fra paesi considerando aspetti legati a dinamiche sociali, quali:

la misura in cui i membri meno potenti delle istituzioni e delle organizzazioni all'interno di un paese si aspettano e accettano che il potere sia distribuito in modo ineguale, il grado di interdipendenza che emerge dai membri di una società, o la misura in cui i membri di una cultura si sentono minacciati da situazioni ambigue o sconosciute e hanno creato credenze e istituzioni che cercano di evitarle. Da una media delle differenze in queste dimensioni fra Italia e Svizzera si ottiene un punteggio di 10,25/100: un valore non molto alto, specie se comparato a quello di paesi culturalmente più affini all'Italia, come altri paesi europei (ad esempio, la media delle distanze in queste dimensioni fra Italia e Germania è pari a 9,25/100).



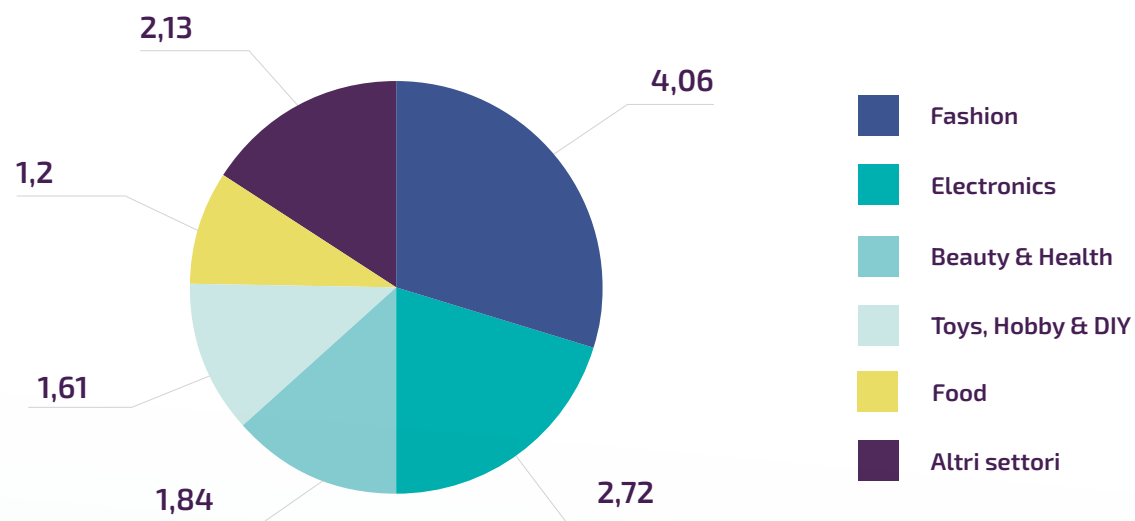


# Ecommerce

I CONSUMATORI E I CANALI DI VENDITA

## ■ SVIZZERA: B2C E-COMMERCE MARKET SIZE (2021)

Fonte: Statista, valori in miliardi di dollari



Nel 2021, il valore del fatturato dell'intero mercato e-commerce B2C in Svizzera era di \$13,56 miliardi (Statista, 2021), e nel periodo 2021-2025 è prevista una crescita ad un tasso annuo medio del 16,3%, un valore molto alto.

I principali settori dell'e-commerce B2C in Svizzera (Statista, 2021) sono: **Fashion** (\$4,06 miliardi), **Electronics** (\$2,72 miliardi) e **Beauty & health** (\$1,84 miliardi).



# Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

## ■ I PRINCIPALI CANALI DI VENDITA ONLINE IN SVIZZERA, PER VENDITE E-COMMERCE NETTE NEL 2021

Fonte: Statista, 2021

Company	2021 e-commerce net sale (USD, billions)	Settore	Fondato in Svizzera	Facilità nel reperimento di info operative per diventare venditore (ove possibile)
Digitech	1,25	Consumer Electronics	No	Alta
Zalando	1,21	Fashion	No	Media
Galaxus	0,73	Multisetoriale	Si	Alta
Brack	0,57	Multisetoriale	Si	Alta
Amazon	0,53	Multisetoriale	No	Alta

In Svizzera sono al momento attivi diversi importanti canali di vendita online. La tabella sopra mostra i principali 5 e-commerce in Svizzera classificati per vendite nette generate dai canali e-commerce nel 2021. Al primo posto con \$1.250 milioni si trova Digitech, un grande marketplace che si concentra sul settore consumer electronics di origine statunitense. Segue Zalando (\$1.210 milioni), un importante marketplace del settore fashion diffuso in 25 paesi europei, e poi Galaxus (\$730 milioni), un grande retailer fondato in Svizzera. Si hanno poi Brack (\$570 milioni), un altro marketplace svizzero multisetoriale, e Amazon (\$530 milioni).



# Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

## ■ INFRASTRUTTURE

Il primo indicatore da segnalare è il Logistic Performance Index della World Bank (2018), un indice che misura diversi aspetti della rete logistica di un dato paese, come la qualità e la competenza dei servizi logistici, l'efficienza delle dogane, o il livello di tracciabilità delle spedizioni. La Svizzera ha ottenuto uno score di 3,90 su 5, un punteggio molto alto (per fare un confronto, gli Stati Uniti hanno ottenuto 3,89/5).

Se si considerano le infrastrutture abilitanti alla navigazione Internet, un importante indicatore da considerare è il numero di server internet con protocolli di sicurezza elevati (certificati TLS/SSL) per milione di abitanti, sviluppato dalla World Bank (2020). La Svizzera ha ottenuto uno score di 120.024 server sicuri per milione di abitanti, un valore molto alto che testimonia l'efficienza delle infrastrutture svizzere.

### Logistic Performance Index

World Bank (2021)

**3,90** /5

### Trading across Borders dell'Ease of Doing Business Index

World Bank (2021)

**96,1** /100

L'ultimo importante aspetto da considerare riguardo alle infrastrutture è relativo all'efficienza e qualità delle attività di import/export. Per valutare questo aspetto va considerata la componente Trading across Borders dell'Ease of Doing Business Index. (World Bank,2020). Si tratta di una componente di un indice complesso, volta a valutare costi e tempi relativi ad attività di import e di export per un dato paese. La Svizzera ha ottenuto uno score di 96,1/100: un punteggio molto alto.



# Ecommerce

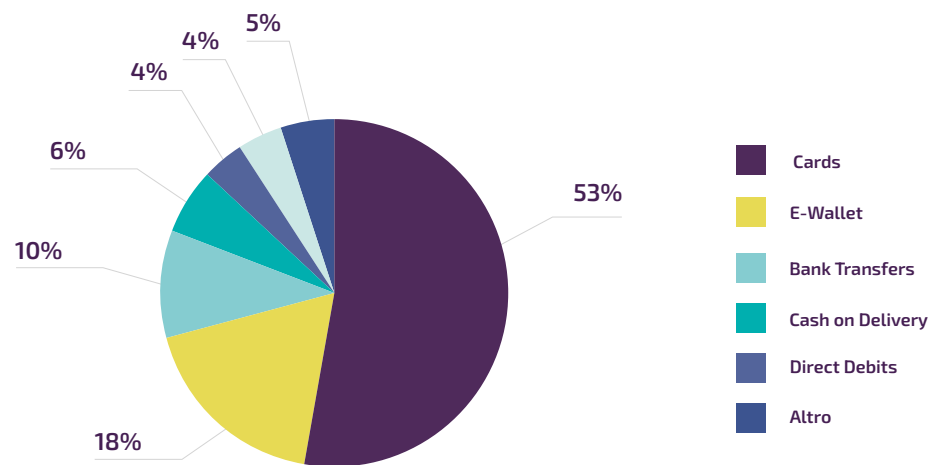
TREND E COMMENTO QUALITATIVO

## ■ TECNOLOGIA E CONSUMATORI

La popolazione della Svizzera pare altamente digitalizzata: il 90% di essa ha accesso a Internet. Il tasso di penetrazione degli smartphones in Svizzera nel 2021 era dell'87% (Statista,2021), un valore molto alto.

Gli utenti dei canali di vendita e-commerce in Svizzera nel 2021 si attestavano complessivamente a circa 6,25 milioni di individui, un forte aumento del 22% rispetto al 2017, anno in cui erano circa 5,11 milioni. I ricavi medi e-commerce B2c per utente in Svizzera nel 2021 sono stati di \$2.170, un valore sicuramente influenzato dall'alto livello di reddito medio presente nel paese (Statista,2021).

Riguardo ai metodi di pagamento più utilizzati, il seguente grafico mostra le diverse preferenze dei consumatori di Svizzera e si riferisce alla quota dei metodi di pagamento rispetto al valore totale del gross merchandise volume (GMV), relativamente all'e-commerce B2C nel 2021 (Statista,2021).



Dal grafico emerge che le forme di pagamento più diffuse sono: le **carte di credito**, gli **e-wallet** ed i **trasferimenti bancari**.

# Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO



## ■ PANORAMICA SUGLI UTENTI

Riguardo alla divisione per fasce di età degli utenti e-commerce in Svizzera:

- il 13% degli utenti e-commerce si colloca nella fascia 18-24 anni
- il 22,7% nella fascia 25 -34
- il 23,6% nella fascia 35-44
- il 23,3% nella fascia 45-54
- il 17,4% nella fascia 55-64

Si ha quindi una distribuzione abbastanza omogenea per fasce di età. Le fasce di reddito sono equamente rappresentate nei consumatori e-commerce in Svizzera:

- il 33,5% di essi è riconducibile ad un reddito basso
- il 27,5% ad un reddito medio
- il 39% ad un reddito alto (Statista, 2021).

Da queste informazioni emerge una situazione da cui si evince come il sistema di infrastrutture a supporto dell'e-commerce, e più in generale dell'accesso a Internet, sia ad un ottimo livello. La pratica di acquistare online sembra essere equamente diffusa fra tutte le fasce di età e reddito in Svizzera.

## ■ TREND E RIFERIMENTI

Relativamente ai trend tecnologici in atto nel paese, vanno prima di tutto considerati i temi fintech e blockchain.

Il fintech è uno dei principali motori dell'innovazione tecnologica in Svizzera e ha aperto la strada a diversi hub tecnologici. Ad esempio, la città svizzera di Zug, non troppo lontana da Zurigo, è sede di start-up legate a temi quali bitcoin e blockchain. La tecnologia blockchain è utilizzata in un'ampia gamma di settori, tra cui quello assicurativo e logistico.

La città è diventata talmente sinonimo di movimento tecnologico da guadagnarsi il soprannome di "Crypto Valley". Secondo Deep Knowledge Analytics, in Svizzera ci sono oltre 355 aziende fintech, il 37% delle quali ha sede a Zurigo.

Sebbene questa Crypto Valley abbia dimostrato un impegno incrollabile nei confronti del fintech e del neo-bancario, non è l'unica città che dovrebbe essere presente nei radar dei professionisti del settore tecnologico. Con il suo pool di sviluppatori e aziende di software in continua espansione, la Svizzera come nazione è diventata un paradiso per i tech hub. Basilea e Losanna ospitano aziende tecnologiche degne di nota grazie alla loro attenzione per l'IA, la tecnologia sanitaria e l'energia, inoltre, nel 2022 gli investimenti in startup tecnologiche sono aumentati del 30%.

# Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

Interessanti anche le possibili applicazioni di alcune tecnologie al settore della sanità: McKinsey ha delineato un'opportunità derivante dallo sviluppo di business nel settore sanitario legati agli ultimi trend tecnologici da 8,2 miliardi di franchi svizzeri, in cui i dati bidimensionali, la robotica, l'automazione e l'intelligenza artificiale vengono utilizzati per affrontare le sfide della sanità.

Relativamente ai trend del B2B svizzero, è utile considerare i risultati del sondaggio Payment Practices Barometer 2023 (Atradius), un sondaggio annuale rivolto alle compagnie B2B svizzere. Dal sondaggio emerge un generale ottimismo sulle prospettive per l'anno a venire: il 77% delle imprese intervistate ha infatti dichiarato di prevedere un aumento della domanda e una crescita delle vendite nei prossimi mesi,

nonostante una diffusa preoccupazione riguardo la difficile situazione economica globale.

Un'iniziativa rivolta ai retailer B2B svizzeri degna di nota è quella di Zalando, uno dei principali retailer nel settore fashion, che nel 2021 ha lanciato un'iniziativa, connected retail program, che permette ai rivenditori svizzeri di connettere le proprie vetrine online alla piattaforma di Zalando, e di vendere direttamente attraverso essa. L'iniziativa comprende anche il coinvolgimento del servizio postale svizzero, che da anni sta investendo per potenziare e adeguare i propri servizi di consegna alle caratteristiche del mondo e-commerce.







# SACE

SCOPRI DI PIÙ SU

[WWW.SACE.IT](http://WWW.SACE.IT)