



Sempre più consumatori scelgono gli acquisti online.

©CDI/GABRIELE PUTZI

●● L'associazione

I ticinesi comprano di più online: «Commercianti adeguatevi!»

Secondo l'Ufficio di statistica d'ultimo trimestre del 2021 si è chiuso piuttosto positivamente per l'intero settore del commercio al dettaglio ticinese». Tuttavia, complici la pandemia e le nuove abitudini della popolazione stretta tra le restrizioni dovute al telelavoro da un lato, e le quarantene dall'altro, gli acquisti online sono aumentati. «I dati delle statistiche svizzere vanno presi con le pinze perché il territorio elvetico è molto differenziato - precisa Lorenza Sommaruga, presidente Federcommercio - pensiamo al nostro Cantone: coesistono 4 zone, in cui le tipologie di commercio sono molto differenti, per affluenza, popolazione e organizzazione di eventi, pertanto bisogna adeguare i dati generali alla nostra regione».

Da molto tempo il commercio al dettaglio è cambiato, «ormai è fondamentale che i negozianti sviluppino una maggiore attenzione verso il consumatore, tutti, non solo i giovani, sono online, attenti alle nuove tendenze e novità. Mettere i propri prodotti in una vetrina online aiuta molto: tutto quello che è virtuale diventa esponenziale», racconta Lorenza Sommaruga.

Certamente gestire un sito di e-commerce per un piccolo imprenditore è molto oneroso: personale formato, logistica e gestione peserebbero sul bilancio di fine anno. E poi, lo stesso prodotto che vende un piccolo - medio rivenditore si trova sul sito del proprio fornitore, o ancora prima, direttamente su quello del produttore, realtà che hanno a disposizione un ufficio dedicato per seguire le vendite in rete. «Per questo consiglio a tutti i commercianti al dettaglio di iniziare ad avvicinarsi alle vetrine online di Facebook e Instagram: sono facili da gestire, e permettono per lo meno di avvicinare la comunità locale alla loro offerta, alle novità che accolgono in negozio incentivando le persone a recarsi in bottega e toccare con mano ciò che hanno visto sul social», consiglia la presidente di Federcommercio.

L'incertezza degli ultimi due anni ha influito negativamente sul commercio fisico, «coloro che si sono adeguati alla tendenza e hanno proposto i loro prodotti sui social hanno potuto approfittare di questi mezzi per aumentare il loro successo, chi non è stato al passo con i tempi sta soffrendo - spiega la presidente - i sacrifici sono tanti, prima si abbassava la serranda alle 18.30, ora, dopo questo gesto, si continua a lavorare fino a tardi nel negozio virtuale».



Lorenza Sommaruga. ©CDI/CHIARA ZOCCHETTI

Discriminazione elvetica

Nei negozi di e-commerce stranieri gli svizzeri sono svantaggiati «Noi, penalizzati dai costi di gestione»

Di **Giorgia Cimma Sommaruga**

Tempo di lettura: 5'18"

Onl ine il consumatore svizzero è chiamato a pagare più degli altri. A confermarlo è l'indagine del periodico dei consumatori K-Tipp che ha messo a confronto un campione di circa 260 prodotti, in 30 negozi online svizzeri e in altrettanti tedeschi. Dallo studio emerge come, a metà dicembre e a metà gennaio, i prodotti sui siti svizzeri fossero in media di un terzo più cari, in base ai prezzi netti senza IVA (19% in Germania, 7,7% in Svizzera). A seconda dei prodotti il supplemento sui siti di e-commerce elvetici arriva fino al 163%. Eppure da inizio 2022 è stato introdotto il cosiddetto geoblocking, per cui un insieme di nuove regole vieterebbero il reindirizzamento da parte dei siti stranieri ai siti elvetici. Tuttavia, in quella che sembrerebbe una vantaggiosa normativa, esiste una falla: gli e-commerce stranieri non sono tenuti a consegnare la merce in Svizzera.

«Quando si parla di import, ovvero di clienti svizzeri che comprano da siti esteri, dobbiamo tenere in conto che spesso le aziende straniere hanno difficoltà a seguire le procedure di esportazione. Mi riferisco al calcolo dell'iva differenziata e della logistica, che non solo riguarda la spedizione ma anche tutta la procedura dei resi», spiega Carlo Terreni, direttore generale di NetComm Suisse, l'associazione svizzera del commercio online.

Vendere in Svizzera costa di più

«Vendere alla Svizzera è diverso che vendere in altri Paesi. Mercato diverso, costi di gestione diversi spesso inducono aziende straniere a risolvere i problemi che incontrano non vendendo agli svizzeri», spiega ancora Terreni.

L'indagine condotta da K-Tipp dà voce a negozi come Bonprix, Pearl e Quelle che giustificano i prezzi più elevati sul loro sito elvetico legandoli alla maggiore incidenza sul bilancio dei costi di trasporto, amministrazione, affitto, personale e sdoganamento. «Effettivamente per inviare prodotti dalla Francia all'Italia ci sono meno complicazioni e costi inferiori perché entrambi i Paesi si trovano all'interno dell'Unione Europea, dunque non vi sono do-

gane, con la Svizzera è molto diverso. Tuttavia molte realtà aziendali straniere, che lavorano molto anche in Svizzera, sono state in grado di creare ottimi processi distributivi. Per far fronte ai costi dovuti allo sdoganamento della merce, hanno compreso che inviando pacco per pacco ad ogni consumatore svizzero i costi era-

«**In Svizzera siamo in pochi, ma abbiamo una propensione all'acquisto molto alta**

Carlo Terreni
Presidente NetComm Suisse



«**A giocare un ruolo importante saranno le associazioni a tutela dei consumatori**

Rocco Talleri
Avvocato esperto di Cyber Law



no maggiori. Ma creando una base di raccolta e smistamento, oltre che magazzino, era possibile esportare la merce in Svizzera in un unico collo, e poi dalla base elvetica smistare i pacchi secondo la richiesta del consumatore - spiega sempre Carlo Terreni - con un unico sdoganamento la convenienza era maggiore».

Il solito Amazon

Esistono esempi virtuosi di aziende che hanno studiato una strategia di marketing per cui, nonostante i prezzi di gestione più esosi nel nostro Paese, non discriminano i consumatori svizzeri. Ad esempio Bike24.de e Amazon, citati anche da K-Tipp, spediscono la merce in Svizzera a prezzi modici o addirittura gratuitamente occupandosi anche dello sdoganamento. Al costo finale viene sottratta l'iva tedesca e calcolata quella svizzera inferiore.

La legge (non) parla chiaro

Con la modifica della Legge federale contro la concorrenza sleale si reputa appunto sleale l'applicazione di tariffe o condizioni di pagamento discriminatorie, il blocco o la limitazione all'accesso di un portale in linea o il reindirizzamento, senza il consenso, verso un portale diverso da quello scelto. E tuttavia «la legge prevede un elenco di eccezioni ad esempio la norma non si applica ai servizi economici d'interesse generale», fa notare l'avvocato Rocco Talleri, che si occupa di Cyber Law e collabora con l'ATED, l'associazione che promuove la cultura informatica.

I correttivi introdotti permettono senz'altro di migliorare la situazione, «ma il grosso limite resta il fatto che eventuali violazioni sia delle disposizioni previste dalla legge sulla concorrenza che da quelle sulla legge sui cartelli non sono sanzionate d'ufficio, ma devono essere fatte valere in sede civile; in questo senso potranno senz'altro giocare un ruolo importante le associazioni a tutela dei consumatori, che attraverso consulenze mirate e un sostegno concreto, potranno agevolare il ricorso alla giustizia civile», sostiene l'avvocato.

Le modifiche ricalcano le disposizioni vigenti anche in Europa. «Tuttavia in Svizzera - conclude Talleri - non c'è alcun obbligo relativo alla fornitura della merce da parte di un fornitore estero, questo oltre che ad essere di difficile attuazione, porrebbe anche problemi giurisdizionali. In parte la modifica della Legge federale sui cartelli mitiga questa situazione. Ma non la risolve».