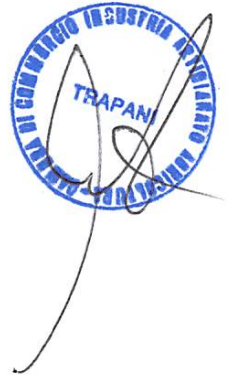




Camera di Commercio  
Trapani



**“Relazione sulla gestione e sui  
risultati”  
Anno 2019  
(art. 24 D.P.R. 254/2005  
art. 5 e 7 d.lgs. 27 marzo 2013)**

## Premessa

L'articolo 1 comma 15 del decreto legislativo n. 23 del 15 febbraio 2010, "Riforma dell'ordinamento relativo alle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura", assegna alla Giunta il compito di predisporre per l'approvazione del Consiglio la Relazione previsionale e programmatica, il preventivo economico, il suo aggiornamento e il bilancio d'esercizio.

Il D.P.R. n. 254 del 2 novembre 2005 "Regolamento per la disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di commercio" dispone invece, rispettivamente, che il Consiglio determini gli indirizzi generali e approvi il programma pluriennale e che la Relazione previsionale e programmatica aggiorni annualmente il programma pluriennale.

Nel mese di ottobre 2011 con propria deliberazione n. 13 il Consiglio della Camera di Commercio di Trapani ha approvato il Programma Pluriennale 2012 - 2016 mentre con deliberazione n° 4 del 30-10-2018 ha approvato la Relazione previsionale e programmatica per l'anno 2019.

Dai documenti sopra descritti discende il bilancio di previsione col quale vengono determinate le assegnazioni delle risorse complessive ai programmi individuati in sede di Relazione previsionale e programmatica ed in relazione ai risultati che si intendono raggiungere, compatibilmente allo scenario economico di riferimento.

In coerenza con quanto indicato nella circolare MISE n°0050114 del 09.04.2015, il presente documento, al fine di evitare la predisposizione di tre documenti distinti con contenuti simili, ingloba al suo interno tre documenti:

- la Relazione sull'andamento della gestione, redatta ai sensi dell'art. 24 del D.P.R. 254/05, che rappresenta i risultati conseguiti rispetto agli obiettivi e ai programmi definiti all'interno della Relazione Previsionale e Programmatica
- la Relazione sulla gestione, ex art. 7 decreto 27 marzo 2013, che evidenzia le finalità della spesa complessiva riferita a ciascuna delle attività svolte secondo un'articolazione per missioni e programmi;
- il Rapporto sui risultati, redatto ai sensi dell'art. 5 c.2 decreto 27 marzo 2013, contenente le risultanze osservate in termini di raggiungimento dei risultati e le cause di eventuali scostamenti. Il rapporto riporta il valore a consuntivo degli indicatori definiti nel Piano degli Indicatori e dei Risultati attesi di Bilancio (Pira), approvato con Delibera di Consiglio n. 5 del 20 dicembre 2018. Tutti i documenti di programmazione redatti presentano forte coerenza sia in termini di metodologia che di contenuti con il ciclo di gestione della performance implementato all'interno dell'Ente, e quindi con gli obiettivi e gli indicatori posti in essere.

## 1.- Analisi del contesto di riferimento

La Camera di commercio di Trapani, al fine di individuare le azioni più coerenti per soddisfare le aspettative dei propri Stakeholder riconosce come elemento propedeutico all'efficacia strategica delle proprie azioni l'analisi del contesto.

L'analisi del contesto consente di descrivere tutte le variabili che hanno rappresentato lo scenario nel quale si è sviluppata l'azione della Camera di commercio di Trapani, variabili che possono collocarsi sia all'interno che all'esterno dell'organizzazione stessa al fine di catturare le possibili minacce, dando la possibilità di ideare strategie che riescano a trasformarle in opportunità.

Al fine, quindi, di contestualizzare nelle dimensioni spazio-temporali gli indirizzi di mandato la Camera di Commercio ha provveduto ad articolare con riferimento all'anno 2018 la suddetta analisi in relazione al contesto socio-economico e al contesto interno.



### Contesto esterno

#### IL TESSUTO IMPRENDITORIALE

Le statistiche relative al tessuto imprenditoriale confermano anche per il 2019 il ridimensionamento della crescita già registrata nel corso del 2018. La crescita su base annua che sfiorava il 2% del biennio 2016-2017 è ormai un lontano ricordo, così come il saldo della nati-mortalità registrato l'anno scorso del +0,8% è ben distante dalla modesta crescita di quest'ultimo anno, che, al netto delle cessazioni d'ufficio tornate numerose, supera appena lo 0,20%, un trend di sviluppo pari ad appena la metà del tasso nazionale (+0,4%) ed ancor di più di quello medio siciliano, che sfiora lo 0,8%. Il confronto numerico dei dati del 2019, con l'analogo periodo del 2018, evidenzia un incremento numerico annuo piuttosto limitato con circa 100 imprese in più, soprattutto a causa dell'impennata delle cessazioni, cresciute a livello esponenziale passando dalle poco più di 2.100 degli ultimi due anni alle 2.400 di quest'anno, fatto questo che, sommato ad uno dei più bassi livelli di iscrizioni di imprese dell'ultimo decennio, ha portato il nostro saldo imprenditoriale ai livelli del 2014.

Tra le motivazioni di tale netto calo va evidenziato il ridimensionamento della crescita delle società di capitale, che traeva origine dell'esplosione a partire dal 2016 soprattutto nelle regioni meridionali del fenomeno delle S.r.l. semplificate, tipologia di natura giuridica che

consente di dare vita ad una società con capitale minimo e azzerando praticamente i costi, altrimenti non indifferenti. Ebbene nel corso del 2019 il saldo tra iscrizioni e cessazioni, soprattutto a causa del crollo delle prime, di tale tipologia giuridica arriva appena alle 350 unità, mentre nell'analogo periodo del biennio 2017-2018 era stato sempre ampiamente al di sopra, arrivando anche a sfiorare le 650 unità nel 2017. Non conosce ostacoli, di contro, il decremento delle società di persone, cui si accompagna un calo piuttosto significativo delle imprese individuali; tali andamenti hanno fatto sì che le società di capitale, nonostante tutto, pesino sempre di più, rappresentando ormai il 20% delle imprese trapanesi (erano la metà 14 anni fa). Nonostante le difficoltà, alcuni settori hanno contribuito significativamente alla dinamica imprenditoriale: in particolare, va evidenziato, ancora una volta, il turismo (che ha superato a fine anno le 3.030 imprese), con una crescita annua del 2,3%, seppur nettamente al di sotto di quanto registrato negli ultimi anni, allorché il trend di crescita oscillava tra il 5 e il 7 %, a dimostrazione di un andamento non proprio brillante del movimento turistico in provincia, e, tra i servizi alle persone, la sanità privata e l'assistenza sociale (+5,4% su base annua), grazie all'enorme sviluppo di attività imprenditoriali legate alla nascita di strutture di assistenza sociale residenziale, connesse al fenomeno dell'immigrazione extracomunitaria e al sempre maggiore bisogno di sostegno da parte della popolazione anziana, le attività immobiliari (attorno al 5%) e quelle del "noleggio, agenzie di viaggio" (+3,1%), a riprova dell'effetto trainante per altri comparti da parte del turismo. Non accenna a diminuire la crescita imprenditoriale delle attività professionali, scientifiche e tecniche (cresciute in un anno del 4%), soprattutto grazie alla spinta delle agenzie di pubblicità e della sempre maggiore richiesta di consulenza di diverso genere (con tassi di crescita annui lievemente ridotti ma che oscillano pur sempre tra il 7% e il 10%), anche se va precisato che tali comparti risultano numericamente molto meno importanti di quello turistico (nessuno di essi raggiunge le 1.000 imprese). Le motivazioni dell'ottimo andamento dei servizi vanno ricercate, oltre che nella progressiva terziarizzazione dell'economia, nel ruolo di principale mercato di sbocco lavorativo assunto dal settore per quanti non riescono a trovare altra tipologia di occupazione, sfruttando i costi relativamente bassi necessari, per buona parte di essi, per intraprendere tale tipologia di impresa.

Torna, dopo qualche anno di difficoltà, a far segnare un lieve incremento (+0,3%), rispetto al 2018, il settore delle costruzioni, mentre sia l'agricoltura che il commercio confermano, anche nel 2019, il trend negativo (rispettivamente -0,3% e -0,7%), a dimostrazione della fatica ad uscire dalla crisi in cui sono piombati da una decina di anni. Risulta appesantito anche il trend delle attività manifatturiere, in calo su base annua dell'1%, soprattutto a causa dei continui arretramenti del comparto delle imprese della lavorazione del marmo (-3,8% circa il calo annuo). La diminuzione delle imprese del settore marmifero anche in questo scorcio d'anno è la logica conseguenza della pesante fase recessiva in atto da diversi anni per quel che riguarda

l'export del marmo lavorato, che ha segnato, nel 2019 rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente, un ulteriore arretramento del 10%.

Entrando nel dettaglio di alcune delle categorie imprenditoriali che costituiscono il tessuto economico trapanese, cioè le imprese femminili, extracomunitarie e giovanili, il bilancio anagrafico del 2019 evidenzia alcuni fenomeni degni di nota, perché da essi sembra dipendere sempre più l'evoluzione della base imprenditoriale un po' in tutti i territori: un contributo fondamentale alla crescita del nostro tessuto produttivo viene dalle imprese femminili, che rappresentano circa  $\frac{1}{4}$  delle imprese della provincia, con un progresso, su base annua, di 56 aziende, più della metà della crescita complessiva provinciale, portando il numero delle imprese condotte da donne, al 31 dicembre 2019, a circa 12 mila 240 unità. La spinta, analogamente a quanto avviene per le imprese nel complesso, arriva dal Turismo e dai servizi, sia alle imprese che alla persona, ma l'aspetto che vale la pena di sottolineare è l'ottimo andamento anche delle imprese manifatturiere guidate dalle donne, cresciute in un anno dell'1,3%.

Ancor più significativo l'incremento dell'imprenditoria straniera, di cui purtroppo non conosciamo il trend delle imprese ma solo degli imprenditori, con 173 unità in più in un solo anno (con una variazione dell'8%, addirittura più elevata della crescita complessiva delle imprese che, come abbiamo visto, arriva appena a 100 unità), grazie al contributo fondamentale fornito da Pakistan, Tunisia, Bangladesh, e Cina, che contribuiscono al trend per il 40% circa, in particolare nel commercio, ma anche in agricoltura e nelle costruzioni. I fenomeni maggiormente degni di nota di quest'anno sono due: il ritorno degli imprenditori cinesi, cresciuti del 6,4%, rispetto all'anno precedente, ma soprattutto l'esplosione degli imprenditori pakistani, cresciuti del 70% in un anno, passando da 56 a 95 unità, soprattutto nel commercio al minuto, ma anche nelle costruzioni.

Purtroppo torna a segnare un calo pesante, dopo l'andamento positivo del 2018, il trend relativo ai giovani imprenditori (al di sotto dei 30 anni), essendo passati dai 3.480 dello scorso anno ai 3.289 di quest'anno, così come non conosce soste il pesante andamento della classe di età superiore (da 30 a 49 anni), avendo fatto segnare anche quest'anno una perdita di 912 unità, in netto aumento rispetto ai 735 imprenditori in meno dello scorso anno. Discorso diverso va fatto per le classi di età superiore, cresciute di circa 1.000 unità, fenomeno questo, comune a tutto il territorio nazionale, che evidenzia un netto aumento dell'età media della classe imprenditoriale, assumendo nella nostra provincia contorni particolarmente gravi, essendo la quota di imprenditori over 70 pari al 14,8% dell'intero contesto imprenditoriale trapanese, più elevata sia della media regionale che di quella nazionale (rispettivamente al 13,3% e al 13,2%). Nettamente più elevata, invece, la percentuale di giovani imprenditori, pari al 5% del totale, comune al dato regionale (superiore di qualche decimo) e addirittura più alto di quello medio nazionale, che si ferma al 4,3%.

Un ultimo aspetto negativo che vale la pena evidenziare riguarda la continua fuoriuscita di imprese artigiane dal tessuto produttivo trapanese (-149 unità, pari ad una decrescita del 2,2%), tendenza negativa in atto dal 2011, che ha portato il loro numero complessivo poco al di sopra delle 6.600 unità, (va ricordato che nel 2008 erano circa 8.000, mentre al 31 dicembre di quest'anno sono esattamente 6.633, quindi quasi 1.400 in meno in 12 anni). Un po' tutti i settori subiscono perdite, ma sono soprattutto i due settori principali, cioè le costruzioni e il manifatturiero, e i riparatori a contribuire in modo determinante al calo, pesando per l'80% sul saldo negativo della nati-mortalità del comparto.

## **L'EXPORT**

Le esportazioni della nostra provincia, nel corso del 2019, hanno registrato, nonostante un lieve recupero nella seconda parte dell'anno, un pesante arretramento, rispetto al 2018, avendo segnato un calo del 16,7%, con quasi 50 milioni di euro in meno di vendite e passando dai 290,3 milioni dell'anno precedente agli appena 241 milioni del 2019 (dato questo che ci riporta indietro di 5 anni, come risulta evidente dal grafico seguente, che evidenzia il netto decremento dell'export dell'anno appena passato rispetto all'andamento degli ultimi 4 anni).

Le ragioni di tale netta inversione di tendenza vanno ricercate nella pesante fase recessiva in atto da diversi anni per quel che riguarda l'export del marmo lavorato, che ha segnato, nel corso del 2019 rispetto all'anno precedente, un ulteriore arretramento superiore al 10%, essendosi ridotte le vendite dai quasi 34 milioni di due anni prima ai 26 milioni di euro di quest'ultimo anno, ma soprattutto nel pesante arretramento di alcune voci merceologiche che, finora, avevano fatto da traino alle nostre esportazioni: mi riferisco in particolare al settore dell'e-commerce dei prodotti di alta moda, cioè gli "articoli di abbigliamento", la "pelletteria e le borse" e le "calzature", con un calo del 78% in un solo anno, e dal crollo delle vendite delle apparecchiature per la distribuzione di energia elettrica (passate da 36,7 ad appena 13,8 milioni di euro), fatto questo abbastanza prevedibile, visto l'exploit registrato nel corso del 2018, periodo in cui si era registrato un incremento dell'export di ben 6 volte rispetto al 2017.

Per quel che riguarda il marmo lavorato, il calo trova origine soprattutto nel crollo senza interruzioni degli acquisti da parte di quello che fino a 4 anni fa era il principale acquirente, cioè l'Arabia Saudita, che non accenna ad interrompere il ciclo negativo degli ultimi anni, portando il controvalore degli acquisti dalle nostre imprese ad appena il 30% del dato del 2015. Occorre, inoltre, sottolineare che anche quello che è diventato il principale mercato di sbocco del nostro marmo lavorato, cioè il Marocco, ha fatto segnare un calo piuttosto marcato del 12%, riducendo il controvalore degli acquisti di marmo trapanese dai 12 milioni di euro del 2017 ai meno di 9 di quest'anno, mentre rimangono sostanzialmente stabili le esportazioni verso il Kuwait, terzo acquirente per controvalore con 4,8 milioni di euro. La fase recessiva sembra aver investito anche territori, come gli Emirati Arabi e il Qatar (in calo rispettivamente

di 1/3 e del 54%), che recentemente avevano segnato andamenti piuttosto vivaci, seppur con quantitativi decisamente più limitati (attorno al milione di euro per entrambi). Fortunatamente sembrano affacciarsi verso i nostri prodotti nuovi acquirenti, prima inesistenti, come la Mongolia e il Kazakhstan (soprattutto il primo), mentre il Kuwait, che si appresta a diventare il secondo mercato di sbocco del nostro marmo lavorato con quasi 5 milioni di euro, ha registrato un netto incremento, rispetto all'anno precedente, del 15%.

L'e-commerce dei prodotti di alta moda, che in questi anni aveva contribuito in modo fondamentale alla crescita dell'export provinciale arrivando ad esportare poco meno di 50 milioni di euro di prodotti in un anno, ha segnato un inaspettato tracollo delle vendite, passando dagli oltre 44 milioni del 2018 ai 9,7 milioni di euro di quest'anno. Tutt'e 3 le tipologie vendute hanno subito un brusco arretramento, che va dal -78% delle borse e della pelletteria, al -83% dell'abbigliamento, fino al -64% delle calzature, condizionate dal crollo dei principali mercati di sbocco, cioè Hong Kong, Corea del Sud e Singapore, in alcuni casi addirittura spariti come acquirenti, che evidentemente, essendo tutti mercati orientali, hanno risentito della guerra commerciale in atto tra occidente ed estremo oriente. L'unico mercato che cresce è quello tedesco, soprattutto per le borse e la pelletteria.

L'abbigliamento, passato in un anno da oltre 16 milioni e mezzo di euro di vendite a 2,8 milioni, ha subito la scomparsa degli acquisti della Corea del Sud, che rappresentava nel corso del 2018, con oltre 8 milioni di esportazioni, il primo acquirente dei prodotti trapanesi, e il pesante ridimensionamento dell'altro principale mercato, Hong Kong, che ha visto passare gli acquisti dai 9,6 milioni di euro del 2017 agli appena 1,6 del 2019. Discorso analogo va fatto per la pelletteria, essendo anche qui quasi sparite le esportazioni verso Corea del Sud e Hong Kong, anche se in questo caso il calo risulta leggermente inferiore a quello dell'abbigliamento grazie alla tenuta del mercato tedesco (calato del 25% circa ma non crollato come gli altri), passato in un anno dal 2,9 ai 2,2 milioni di euro, diventando così il primo acquirente dei nostri prodotti (con il 50% di quota di mercato complessiva). Anche il calo meno marcato delle calzature è stato reso possibile dal buon andamento della piazza tedesca, cresciuta del 10% in un anno e arrivata a sfiorare il milione di euro di controvalore, fatto questo che ha solo parzialmente controbilanciato la scomparsa degli acquirenti di Hong Kong (primo e quasi unico mercato di sbocco fino allo scorso anno), passato dai quasi 5 milioni del 2017 agli appena 200 mila euro dell'ultimo anno. Complessivamente l'export di calzature è passato da quasi 8 milioni di euro del 2017 ai meno di 2 milioni del 2019.

Dicevamo anche del crollo delle vendite all'estero di generatori e trasformatori elettrici e delle apparecchiature per la distribuzione dell'elettricità, decisamente preventivabili, essendo condizionate da una eccezionale fornitura occasionale verso l'Australia, nel corso del primo semestre del 2018, di ben 19,6 milioni (mercato prima inesistente), evidentemente destinata a ridimensionarsi nel tempo, come effettivamente accaduto. Occorre comunque far notare che le

imprese del comparto evidenziano una spiccata capacità nel trovare sempre nuovi mercati, riuscendo in tal modo a ridimensionare il crollo delle vendite prima evidenziate: nel periodo in questione le operazioni commerciali hanno interessato soprattutto il Mali (circa 4 milioni di euro), l'Ucraina e l'Algeria (tra 1,2 e 1,3 milioni), ma un certo quantitativo di vendite ha continuato a prendere la strada dell'Australia, con 3,5 milioni di euro di export, permettendole di rimanere il secondo mercato di sbocco delle nostre merci. Sono sparite, purtroppo, i trasferimenti verso Israele, altro paese che aveva contribuito con quasi 5 milioni di euro all'exploit dello scorso anno.

Se l'andamento delle esportazioni nel complesso non ha segnato un andamento ancora più pesante, grossa parte del merito va dato alle vendite di olio, cresciute di 1/3, rispetto allo scorso anno, arrivando, con ben 17 milioni di euro di controvalore, al livello più elevato mai registrato. Tale exploit è stato possibile grazie alla crescita del 57% della domanda del nostro prodotto da parte di quello che è sostanzialmente l'unico mercato di sbocco dell'olio trapanese, cioè gli Stati Uniti, passata da 8,8 a 13,8 milioni di euro di controvalore in un solo anno, rappresentando ormai l'80% della domanda estera di olio trapanese. Sostanzialmente stabile l'interesse del Giappone, mercato che in passato aveva mostrato una qualche attenzione verso il nostro prodotto, che, arrivato ad importare 1,2 milioni di euro di controvalore, rappresenta pur sempre l'unica alternativa estera per il nostro olio.

Particolarmente positivo anche l'andamento delle esportazioni di "Altre macchine di impiego generale", che, con una crescita rispetto al 2018 superiore al 16%, hanno interrotto il trend discendente in atto da un paio di anni, tornando quasi ai livelli del 2016 con oltre 22 milioni di euro di controvalore. Anche in questo caso le imprese del comparto mostrano una spiccata propensione nel reperire sempre nuovi mercati: in questo caso, la crescita esponenziale delle vendite è stata resa possibile dall'exploit del mercato cinese, diventato, con quasi 6 milioni di euro di controvalore, il principale mercato di sbocco di tale tipologia merceologica. Quadruplicate anche le esportazioni verso i Paesi Bassi (da 0,9 a 3,6 milioni di euro), diventato, con la Russia (con acquisti per 3,7 milioni), il secondo acquirente delle nostre merci, mentre sono praticamente sparite le esportazioni verso quello che nel 2018 era il principale mercato di sbocco, cioè il Kuwait.

Sostanzialmente stabili, invece, l'export del settore vinicolo, che ha registrato, nel 2019, un lieve aumento del controvalore dello 0,5%, superando la soglia dei 58 milioni di euro, andamento nettamente al di sotto di quanto avvenuto negli ultimi 4 anni, allorquando una crescita costantemente sostenuta aveva portato ad un incremento complessivo, rispetto al dato del 2014, di oltre il 50%. L'andamento di questo scorcio di anno risulta positivamente influenzato da alcuni abituali acquirenti di vino trapanese, come il Regno Unito, e dal continuo interesse da parte dei consumatori giapponesi e cinesi, mentre i principali acquirenti di vino trapanese, Stati Uniti e Germania, fanno registrare un calo degli acquisti, seguiti da alcuni



storici clienti, come Francia e Canada, tutti con cali tra il 5 e il 10%. Nonostante tutto, gli Stati Uniti rimangono, con 11,3 milioni di euro, il primo paese per controvalore degli acquisti di vino trapanese, seguiti dalla Germania, con 7,8 milioni, dal Regno Unito, con oltre 6 milioni di euro e la Svezia, con 5 milioni. Più indietro, tutti con valori tra 3,5 e 3,8 milioni di euro, troviamo Svizzera e Giappone, seguiti da Cina, Francia e Canada, con acquisti compresi tra 2,5 e 2,8 milioni circa. Il vino, grazie ad una crescita continua anche se non costante, si contraddistingue sempre di più come principale voce merceologica esportata dal nostro territorio, rappresentando ormai circa  $\frac{1}{4}$  del totale delle merci vendute all'estero.

Analogo l'andamento delle vendite di frutta e ortaggi lavorati e conservati, cresciute del 2,6%, tornando con oltre 16 milioni di export ai livelli del 2016: il generale calo di interesse da parte dei consueti mercati di sbocco europei e sudafricano di tale tipologia merceologica è stato contrastata da un vero e proprio boom di acquisti da parte del mercato nord americano, con gli Stati Uniti che hanno registrato un incremento di oltre il 50%, confermandosi, con 6 milioni di euro la principale piazza per i nostri prodotti, seguiti dal Canada, con oltre 2 milioni di euro di controvalore.

Registrano un pesante calo, infine, le esportazioni di gambero rosso di Mazara del Vallo (attorno al 15%), facendo segnare con poco più di 11 milioni di vendite uno dei peggiori risultati degli ultimi 20 anni. Purtroppo, l'export di gambero risulta troppo condizionato dalla carenza di acquirenti, provenendo gli acquisti per il 70-80% dalla Spagna, mercato che nel corso del 2019 ha segnato un calo di quasi il 20%, essendo passato in un anno dai quasi 10 milioni di euro a poco meno di 8, mentre il resto prende la strada della Grecia, mercato che ha mantenuto lo stesso livello dell'anno precedente.

## **IL TURISMO**

Fa registrare un calo tutto sommato contenuto il movimento turistico nella nostra provincia nel 2019, con un arretramento, rispetto all'anno precedente, di poco superiore al 5% delle presenze turistiche, nonostante il crollo definitivo del traffico aereo da e per l'aeroporto di Birgi, ormai ridottosi a pochi voli giornalieri, praticamente spariti quelli con l'estero. La riduzione del dato complessivo delle presenze, che è stato di circa 127 mila presenze, ha origine dalla netta riduzione del tasso medio di permanenza, che ha toccato il livello più basso degli ultimi 10 anni, essendo arrivato al 3,28. Infatti, il numero di turisti, in particolare stranieri, arrivati nel nostro territorio è sostanzialmente identico a quello del 2018, soltanto che hanno ridotto i giorni di permanenza da quasi 3 giorni e mezzo a 3,28 giorni in media.

Sia le strutture alberghiere che quelle extralberghiere hanno segnato un andamento simile, con un calo di poco superiore al 5%, ma approfondendo l'analisi per tipologia, emergono delle differenze significative, all'interno delle diverse classificazioni: il settore alberghiero risulta penalizzato dal pessimo andamento delle strutture 4 stelle, crollate di oltre 130 mila presenze (-14,2% il calo percentuale), soprattutto a causa del crollo del tasso medio di permanenza, passato da quasi 4 giorni di media a poco meno di 3 e mezzo, mentre tutte le altre tipologie hanno segnato incrementi più o meno consistenti, soprattutto per i 5 stelle che hanno registrato una crescita di  $\frac{1}{4}$  in un solo anno, ma che incidono poco a causa della pochezza dell'offerta numerica. In ambito extralberghiero a soffrire sono soprattutto i campeggi e villaggi con un calo di poco inferiore al 19%, mentre unica tipologia a brillare sono stati i b&b, cresciuti del 12,6%, nonostante un pesante andamento degli arrivi, diminuiti del 6%.

Territorialmente a subire i cali maggiori sono soprattutto i due territori che nel 2018, grazie ad incrementi straordinari, hanno consentito alla provincia di non affondare turisticamente, cioè Mazara del Vallo e Valderice, il primo con un calo delle presenze che sfiora i  $\frac{2}{3}$  di quelle del 2018, il secondo, uno dei primi 6 comuni della provincia per presenze, con un calo del 10% su base annua, ma che le consente di rimanere con l'80% di presenze in più rispetto al 2013. Tra i maggiori poli turistici a segnare cali sono S. Vito Lo Capo, principale polo d'attrazione del trapanese, che fa segnare un -2% e Castellammare del Golfo, con un -3,3%, mentre segnano incrementi vistosi Pantelleria (+20%), Trapani (+7%) ed Erice (+8,5%), seguiti a distanza da Favignana e Marsala (con incrementi tra il 2 e il 2,6%). Tra i restanti comuni, risulta particolarmente appesantito il trend dei comuni di Petrosino, Calatafimi Segesta, Custonaci e Paceco, con cali tra il 36% e il 12%, mentre fanno segnare incrementi vistosi Campobello di Mazara e Salemi, soprattutto il primo con un +62%. Castelvetrano, che ricordiamo essere il primo territorio comunale che ha visto alcuni alberghi consorzarsi per attrarre un tour operator francese, è riuscito sorprendentemente a mantenere il livello di presenze del 2018, non grazie agli stranieri, ma all'incremento di italiani, arrivati a sfiorare le 170 mila presenze, anche se le presenze straniere rimangono nettamente più elevate con oltre 200 mila unità. In tutta la provincia il calo di italiani ha sfiorato le 100 mila unità, quasi tutte le nostre regioni di provenienza hanno registrato cali più o meno vistosi, soprattutto alcuni dei principali territori da cui arrivano i nostri turisti, cioè Sicilia, Lombardia, Piemonte e Veneto, incidendo sul trend per circa  $\frac{3}{4}$  del totale, solo poche altre regioni hanno mantenuto il livello di presenze del 2018, in particolare Lazio e Campania. Per quel che riguarda le presenze di stranieri a segnare i cali più vistosi sono state proprio le nazioni da cui provengono maggiormente i turisti nella nostra provincia, cioè Francia, Germania e Paesi Bassi, mentre evidenziano un crescente interesse paesi prima quasi del tutto indifferenti alle bellezze del nostro territorio, in particolare irlandesi (che hanno quasi triplicato le presenze, passando da poco più di 6 mila a 18 mila), russi (con un incremento di  $\frac{1}{3}$ ) e lituani (con un +160%) prima

quasi del tutto sconosciuti. Tornano a crescere, infine, nonostante la conferma dell'annullamento dei voli per Birgi, quelle polacche e belghe (attorno al 10%).

Occorre, inoltre, sottolineare che la crescita della capacità ricettiva della nostra provincia, dal 2010 al 2019, ha riguardato principalmente le strutture extralberghiere: gli alberghi complessivamente sono rimasti sostanzialmente immutati, sia come numero che come posti letto (meno di 200 per poco più di 16 mila posti letto), l'unica tipologia in netta crescita è stata quella dei 4 stelle (con una crescita superiore al 20%), mentre la capacità ricettiva extralberghiera è cresciuta di quasi  $\frac{3}{4}$  numericamente e di poco meno di  $\frac{1}{3}$  come letti offerti, avvicinandosi di molto con 14 mila 300 unità a quelli offerti dagli alberghi, soprattutto grazie alla spinta data dai b&b e dagli alloggi in affitto, cresciuti in 9 anni dell'85% circa come numero e del 140% dei posti letto i primi e del 50% i secondi.

Tali andamenti hanno profondamente mutato la composizione della nostra offerta ricettiva, riducendo quella alberghiera di medio basso livello a vantaggio di una di livello più elevato e di una tipologia extralberghiera basata su un rapporto qualità-prezzo elevato a fronte di un'offerta più semplice, spesso basata su un rapporto più familiare tra avventori e clienti.

## **IL MERCATO DEL LAVORO**

Segna un'interessante inversione di tendenza, nel corso del 2019, il trend del mercato del lavoro trapanese, con una crescita degli occupati, rispetto all'anno precedente, del 4,6%, nettamente più elevata sia del dato regionale che di quello nazionale, cresciuti rispettivamente dello 0,1% e dello 0,6%. Ad influenzare tale evoluzione sono soprattutto le fasce più deboli, in particolare le donne, passate in maniera sorprendente dai 37 mila occupati del 2018 ai 42 mila del 2019 (un incremento del 15%) e i giovani della fascia 25-34 anni, mentre risulta stabile l'andamento di quello maschile. Trapani è una delle 3 province con Catania e Ragusa a segnare un trend fortemente positivo dell'occupazione in Sicilia, mentre tutte le altre registrano cali più o meno pesanti. Vale, inoltre, la pena evidenziare che, grazie all'ultimo forte aumento,

Trapani ha visto crescere il tasso di occupazione dal 38,4%, del 2018 al 40,7% dell'ultimo anno, grazie alla spinta di quello femminile cresciuto di 4 punti (dal 26,1 al 30%), lasciando in questo modo il triste primato di provincia con il più basso tasso di occupazione in Italia e mettendosi alle spalle ben 4 province siciliane, Palermo, Messina, Caltanissetta ed Enna. Le motivazioni di tale decisa crescita vanno ricercate, a nostro avviso, nel massiccio ingresso, nel 2019, nel mondo del lavoro in ambienti prettamente femminili, come l'insegnamento, e la sostituzione delle uscite con sempre più lavoratori part-time, dato questo confermato dall'incremento di occupati associato a una diminuzione delle ore lavorate per dipendente in tutte le fasce d'età tranne che in quella 55-64 anni.

Il netto incremento del tasso di occupazione trapanese ha ridotto il divario con le aree più ricche del paese, essendo passato dai circa 30 punti del 2018 ai 27 del 2019 e, se il tasso maschile trapanese (di poco superiore al 51%) è pari ai 3/4 di quello nazionale, quello femminile (del 30%) è pari al 50% del tasso medio delle regioni del Nord Italia e al 60% di quello medio nazionale (un bel balzo in avanti di circa 10 punti percentuali in un anno).

Settorialmente la crescita, come prevedibile, interessa soprattutto i servizi, ma un andamento piuttosto positivo fa registrare anche l'agricoltura, mentre fa segnare un andamento pesante l'industria in senso stretto. Interessante anche l'incremento occupazionale delle costruzioni, dopo anni piuttosto negativi.

Logica conseguenza dell'ottimo andamento del mercato del lavoro trapanese è il crollo del numero delle persone in cerca di occupazione, ben 9 mila in meno (da 34 a 25 mila in un anno), anche se sorprendentemente il calo interessa soprattutto gli uomini, essendo passati dai 22 mila del 2018 agli appena 15 mila del 2019, mentre le donne registrano un decremento di poco superiore al migliaio. Tale risultato pone la nostra provincia all'apice della graduatoria nazionale (-5,8 punti) per trend del tasso di disoccupazione, essendo passati dal 23,6% al 17,8%, calo che ha interessato in egual misura maschi e femmine, arrivati al 17,2% i primi e al 18,9% le seconde, nettamente al di sotto del tasso di occupazione siciliano e con un recupero sul tasso nazionale per sesso che oscilla tra il 20 e il 30%.



Camera di Commercio  
Trapani



Tale risultato pone la nostra provincia all'apice della graduatoria nazionale (-5,8 punti) per riduzione del tasso di disoccupazione, essendo passati dal 23,6% al 17,8%, calo che ha interessato in egual misura maschi e femmine, arrivati al 17,2% i primi e al 18,9% le seconde, nettamente al di sotto di oltre 2 punti del tasso di disoccupazione siciliano e con un recupero sul tasso nazionale per sesso che oscilla tra il 20 e il 30%. Occorre, purtroppo, precisare che, se per le donne la riduzione delle disoccupate va ascritta alla rilevante crescita occupazionale, che ha inciso anche sulla riduzione delle inattive (passate da 91 a 86 mila unità), per gli uomini la fuoriuscita dalle Forze di lavoro, anche se da disoccupato, va attribuita, molto probabilmente, al nuovo strumento del reddito di cittadinanza che ha spinto molti di loro a non mettere più in atto alcun tentativo di ricerca di un'occupazione. Ciò è testimoniato dalla crescita esponenziale di ben 6 mila inattivi maschi, che fa il paio con la riduzione di pari livello dei maschi in cerca di occupazione.

## Contesto interno

### Le Risorse umane della Camera di Commercio

#### *La composizione*

Al 31 dicembre 2019 la struttura organizzativa dell'Ente può essere rappresentata come segue, facendo presente che nell'anno 2019 si è assistito al verificarsi di 1 pensionamento. Nell'annualità 2020 sono previsti 8 pensionamenti.

#### **Le risorse umane**

*La composizione del personale per classi di età (2015-2019)*

	2015	2016	2017	2018	2019
da 40 a 49 anni	11	7	7	4	3
da 50 a 59 anni	35	34	34	31	28
60 anni e oltre	16	15	9	10	13
<b>Totale</b>	<b>62</b>	<b>56</b>	<b>50</b>	<b>45</b>	<b>44</b>

*La composizione del personale per anzianità di servizio (2015-2019)*

	2015	2016	2017	2018	2019
da 6 a 10 anni	11	11	11	0	0
da 11 a 15 anni	1	0	0	11	11
da 16 a 20 anni	2	2	1	0	0
da 21 a 25 anni	4	4	3	4	3
da 26 a 30 anni	20	19	20	17	8
da 31 a 35 anni	21	20	15	4	13
36 anni e oltre	3	0	0	9	9
<b>Totale</b>	<b>62</b>	<b>56</b>	<b>50</b>	<b>45</b>	<b>44</b>

*La composizione del personale per genere e categoria economica (31.12 di ogni anno)*



	2015		2016		2017		2018		2019
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Dirigenti	0	3	0	3	0	3	0	3	0
Funzionario	19	8	15	8	11	7	10	4	9
Istruttore	9	12	8	11	8	10	8	9	8
Collaboratore (T.D.)	7	0	7	0	7	0	7	0	7
Ausiliario (T.D)	1	3	1	3	1	3	1	3	1
<b>Totale</b>	<b>36</b>	<b>26</b>	<b>31</b>	<b>25</b>	<b>27</b>	<b>23</b>	<b>26</b>	<b>19</b>	<b>25</b>

La composizione del personale per genere e livello di istruzione (31.12 di ogni anno)

	2015		2016		2017		2018		2019
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Scuola dell'obbligo	1	7	1	7	1	7	1	6	1
Diploma	29	13	25	12	23	10	23	7	23
Laurea	6	6	5	6	3	6	2	6	1
<b>Totale</b>	<b>36</b>	<b>26</b>	<b>31</b>	<b>25</b>	<b>27</b>	<b>23</b>	<b>26</b>	<b>19</b>	<b>25</b>

### Le risorse economiche della Camera di commercio

La Camera di commercio di Trapani ha definito la propria gestione economico-finanziaria in attuazione degli obiettivi strategici definiti nei documenti di programmazione. Di seguito si riportano le rappresentazioni di sintesi dei proventi e degli oneri consuntivi per l'anno 2019.

<b>PROVENTI GESTIONE CORRENTE</b>	<b>Valore in €</b>	<b>%</b>
Proventi della gestione corrente derivanti dal Diritto annuale	6.733.979	77,4%
Proventi della gestione corrente derivanti dai Diritti di segreteria e oblazioni	1.173.004	13,4%
Proventi della gestione corrente derivanti da gestione di beni e di servizi	37.856	0,43%
Proventi della gestione corrente derivanti da contributi	752.586	8,6%
Variazione delle rimanenze	-5.208	0,05%

<b>ONERI GESTIONE CORRENTE</b>	<b>Valore in €</b>	<b>%</b>
Oneri della gestione corrente riferiti al costo del personale	2.975.021	33,1%
Oneri della gestione corrente riferiti alle iniziative di promozione economica	607.930	6,7%
Oneri della gestione corrente riferiti al funzionamento	1.312.127	14,6%
Ammortamenti e Accantonamenti	4.072.229	45,4%

Di seguito si riepiloga l'ammontare delle risorse economiche, per interventi promozionali, erogate all'attuazione delle diverse linee strategiche per l'anno 2019:

<b>Obiettivo Strategico</b>	<b>RISORSE</b>
-----------------------------	----------------



Camera di Commercio  
Trapani

Progetti finanziati	29.640 €
Contributo attività manifestazioni locali	3.660 €
Azienda Speciale - Contributo c/esercizio	200.000 €
Progetto Punto Impresa Digitale	185.630 €
Progetto Servizi Orientamento Lavoro e alle Professioni	189.000 €
<b>TOTALE</b>	<b>607.930 €</b>

### **Analisi del risultato economico**

L'anno finanziario 2019 sotto l'aspetto economico e quindi in termini di Costi e Ricavi di competenza è stato caratterizzato da un avanzo economico di esercizio pari ad € 30.084,92. Nello specifico si riscontra un risultato della gestione corrente negativo (-275.090 €) generato soprattutto dal valore della voce inerente gli Ammortamenti e accantonamenti, in particolare per quanto riguarda l'accantonamento al Fondo Svalutazione Crediti per il Diritto annuale e l'accantonamento al fondo oneri pensioni.

Tale valore è però compensato dal risultato positivo della gestione straordinaria determinato in particolare dai proventi derivanti dal Diritto Annuale per gli anni precedenti.

IL SEGRETARIO GENERALE f.f.  
(Dott. Diego Carpiella)



IL PRESIDENTE  
(Comm. Giuseppe D'Adda)



ATTESTAZIONE DI CONFORMITA'

(ai sensi dell'art. 22, comma 1 e 2, D.Lgs n.82/2005)

Il sottoscritto Enza La Barbera, ai sensi dell'art. 22, comma 2, D. Lgs. N. 82/2005, attesta che il documento informatico che precede, formato da n.ro 16 pagine (sedici) e' conforme al documento analogico originale da cui e' tratto che e' detenuto presso gli archivi dell'Ufficio.

Postazione 5378 - SUPPORTO AGLI ORGANI ISTITUZIONALI

CCIAA\_TRAPANI

Enza La Barbera