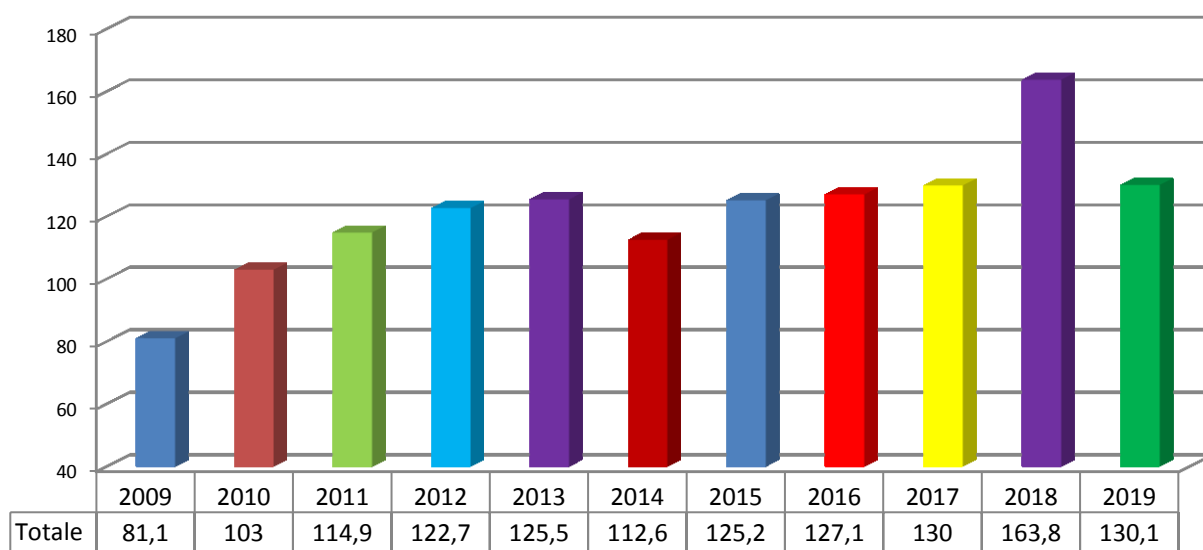


CROLLO DELL'EXPORT DELLA PROVINCIA DI TRAPANI NEL 1° SEMESTRE 2019

Sprofondano le vendite dei “prodotti della moda” e, seppur non inaspettatamente, delle apparecchiature per la distribuzione di energia elettrica. Continua il calo delle vendite di marmo lavorato, mentre tengono quelle del vino, del gambero rosso e della frutta e degli ortaggi lavorati e conservati. Solamente le Altre macchine di impiego generale e l’olio registrano incrementi significativi, tra il 35 e il 40%.

L’export della nostra provincia, nel primo semestre del 2019, ha registrato un pesante arretramento, rispetto all’analogo periodo dello scorso anno, avendo segnato un calo superiore al 20%, con quasi 34 milioni di euro in meno e passando dai 163,8 milioni dell’analogo periodo del 2018 agli appena 130 milioni di euro del primo semestre del 2019.

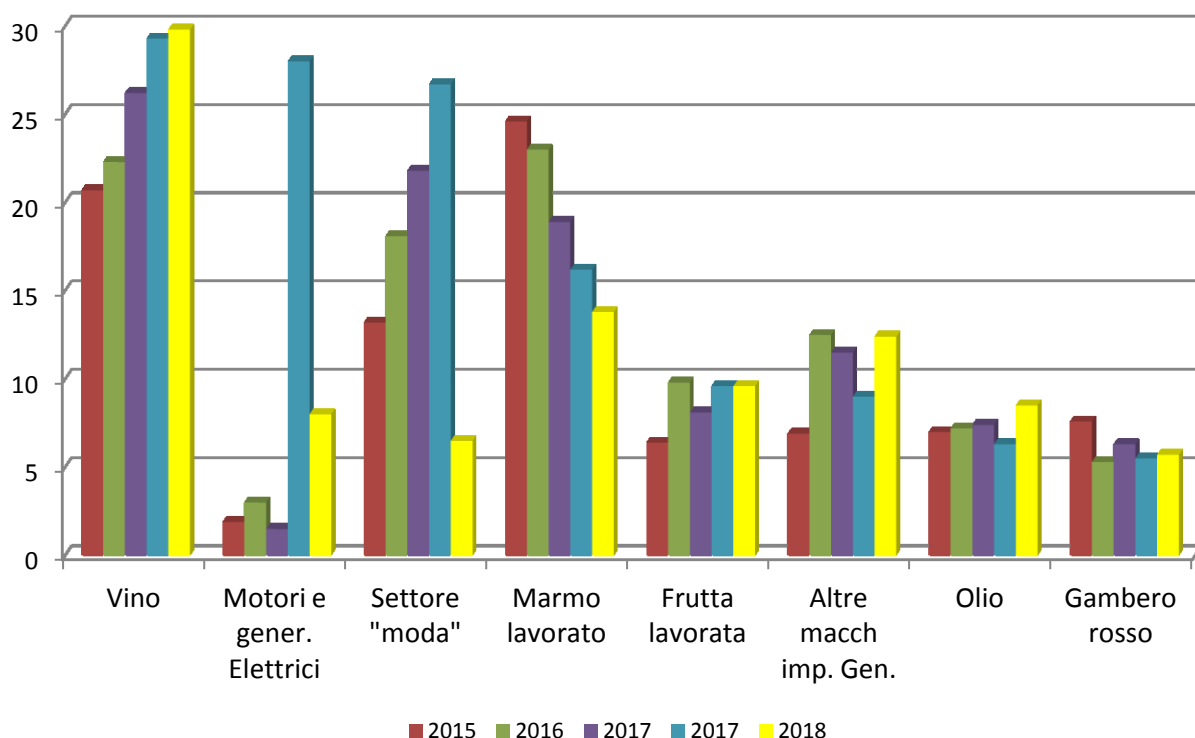
**Trend controvalore dell'export della provincia di Trapani
primo semestre anni 2009 - 2019**



Le ragioni di tale netta inversione di tendenza vanno ricercate, come precedentemente evidenziato, nella pesante fase recessiva in atto da diversi anni per quel che riguarda l’export del **marmo lavorato**, che ha segnato, nei primi 6 mesi del 2019 rispetto all’analogo periodo dell’anno precedente, un ulteriore arretramento del 15%, riducendo le vendite dai 19 milioni di due anni prima ai 13 milioni di euro di quest’ultimo semestre), 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 75% in un solo anno, e dal crollo delle vendite delle **apparecchiature per la distribuzione di energia elettrica** (passate da

28 ad appena 8 milioni di euro), fatto questo abbastanza prevedibile, visto l'exploit registrato nel primo semestre del 2018, periodo in cui si era registrato un incremento dell'export di ben 20 volte rispetto all'analogo periodo del 2017.

Trend controvalore dell'export per tipologia merceologica - 1° Semestre anni 2014 - 2019



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 3 anni e mezzo 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 da quel territorio ad appena 1/3 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 20%, riducendo il controvalore degli acquisti di marmo trapanese dai 7,3 milioni di euro del primo semestre del 2017 ai 4,6 di quest'anno, mentre rimangono sostanzialmente stabili le esportazioni verso il Kuwait, terzo acquirente per controvalore con 2,4 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 di 1/2 delle vendite) che recentemente avevano segnato andamenti piuttosto vivaci. Fortunatamente sembrano affacciarsi verso i nostri prodotti nuovi acquirenti, prima inesistenti, come la Mongolia e la Giordania (soprattutto il primo).

L'e-commerce dei prodotti di alta moda, in particolare, 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 nel semestre in questione dai circa 27 milioni del 2018 ai 6,5 milioni di euro del 2019. Tutt'e 3 le tipologie vendute hanno subito un brusco arretramento, che va dal -77% delle **borse e della pelletteria**, al -75% dell'**abbigliamento**, fino al -62% 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. Tale conclusione necessita, evidentemente, di ulteriori conferme.

Dicevamo anche del crollo delle vendite all'estero di **generatori e trasformatori elettrici e delle apparecchiature per la distribuzione dell'elettricità**, decisamente plausibile, 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 previsto delle vendite menzionate: nel periodo in questione le operazioni commerciali hanno interessato soprattutto il Mali (circa 4 milioni di euro) e l'Algeria (1,2 milioni), ma un certo quantitativo di vendite ha continuato a prendere la strada dell'Australia con 1 milione di euro di export. 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 "**Altre macchine di impiego generale**", che, con una crescita rispetto al 2018 che sfiora il 40%, hanno interrotto il trend discendente in atto da un paio di anni, tornando ai livelli del 2016 con 12,5 milioni di euro di controvalore in un semestre. 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 oltre 5 milioni di euro di controvalore, il principale mercato di sbocco di tale tipologia merceologica. Raddoppiate anche le esportazioni verso i Paesi Bassi (da 0,8 a 1,6 milioni di euro), diventato, con la Russia, il secondo acquirente delle nostre merci.

Particolarmente positivo anche l'andamento delle esportazioni di **olio**, cresciute di oltre 1/3, rispetto al semestre corrispondente del 2018, arrivando, con ben 8,5 milioni di euro di controvalore, al livello più elevato mai toccato in un semestre, almeno da quando c'è l'euro. Ovviamente tale exploit è stato possibile grazie alla crescita del 70% della domanda del nostro prodotto da parte dell'unico mercato di sbocco dell'olio trapanese,

cioè gli Stati Uniti, passati da 4,2 a 7,2 milioni di euro di controvalore. Purtroppo continua a calare l'interesse del Giappone, mercato che in passato aveva mostrato una qualche attenzione verso il nostro prodotto, arrivato ad importare appena 355 mila euro di controvalore, circa 1/3 del valore di 2 anni prima.

Anche il **settore vinicolo** ha registrato, nel semestre considerato, un lieve aumento del controvalore dell'export del 2% circa, arrivato ormai a quasi 30 milioni di euro in un semestre, 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 primo semestre 2014, di oltre il 50%. L'andamento di questo scorcio di anno risulta positivamente influenzato da alcuni abituali acquirenti di vino trapanese, come la Svezia e il Regno Unito, e dal continuo interesse da parte dei consumatori 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, Svizzera e Canada, tutti con cali tra il 5 e il 10%. Nonostante tutto, gli Stati Uniti rimangono, con 5,8 milioni di euro, il primo paese per controvalore degli acquisti di vino trapanese, seguiti dalla Germania, con 4,1 milioni, e da Svezia e Regno Unito, entrambi con circa 3 milioni di euro. Più indietro, tutti con valori tra 1,7 e 1,8 milioni di euro, troviamo Svizzera, Giappone e Francia, seguiti da Cina e Canada, con 1,4 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

Riescono a mantenere i livelli del 2018, infine, le esportazioni di **gambero rosso** di Mazara del Vallo (attorno ai 5,7 milioni di euro) e quelle di **frutta e ortaggi lavorati e conservati** (con circa 9,6 milioni di euro di controvalore). Nel primo caso, il merito della tenuta va ascritto alla crescita esponenziale di vendite verso la Grecia, praticamente raddoppiate, con 1,2 milioni di euro di controvalore nel semestre, che ha controbilanciato il calo del nostro principale mercato di sbocco, cioè la Spagna, passata da 4,2 a 3,7 milioni di euro di controvalore. Analogamente l'andamento delle vendite di **frutta e ortaggi lavorati e conservati**: il generale calo di interesse da parte dei consueti mercati di sbocco di tale tipologia merceologica è stato contrastato 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 60%, confermandosi, con 4,3 milioni di euro la principale piazza dei nostri prodotti, seguiti dal Canada, con oltre 1 milione di euro di controvalore.

**Ufficio Studi e Statistica
C.C.I.A.A. di Trapani**