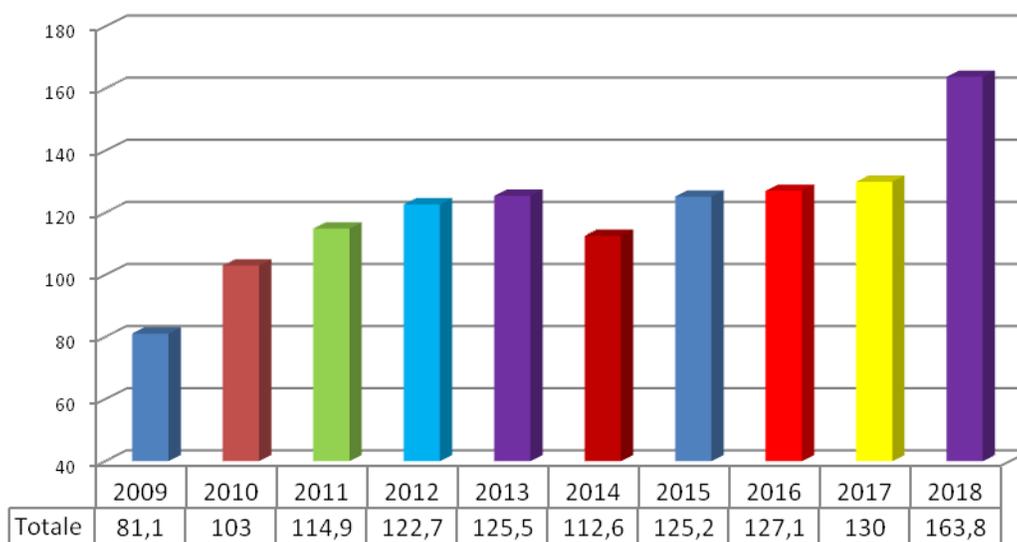


## BOOM DELL'EXPORT TRAPANESE NEI PRIMI SEI MESI DEL 2018

**Bene vino, prodotti del made in Italy, frutta lavorata e conservata, male marmo lavorato e grezzo, gambero rosso di Mazara, altre macchine (tutti con cali a due cifre) e olio. Risultato straordinario delle esportazioni di generatori e trasformatori elettrici e delle apparecchiature per la distribuzione dell'elettricità, il vero motore del nostro export.**

Nel primo semestre del 2018, le vendite all'estero hanno fatto registrare nel complesso una notevole accelerazione, rispetto a quanto accaduto nell'analogo periodo dello scorso anno, con un incremento addirittura del 26%, nettamente ad di sopra del pur ottimo andamento dell'export regionale, cresciuto di oltre il 15%, arrivando a ben 163,8 milioni di euro di controvalore. Il risultato di quest'anno, come emerge chiaramente dal grafico, sembra finalmente interrompere una fase di stasi delle nostre esportazioni che, tra ricadute e rapide risalite, durava dal 2012.

**Trend controvalore dell'export della provincia di Trapani primo semestre anni 2009 - 2018**

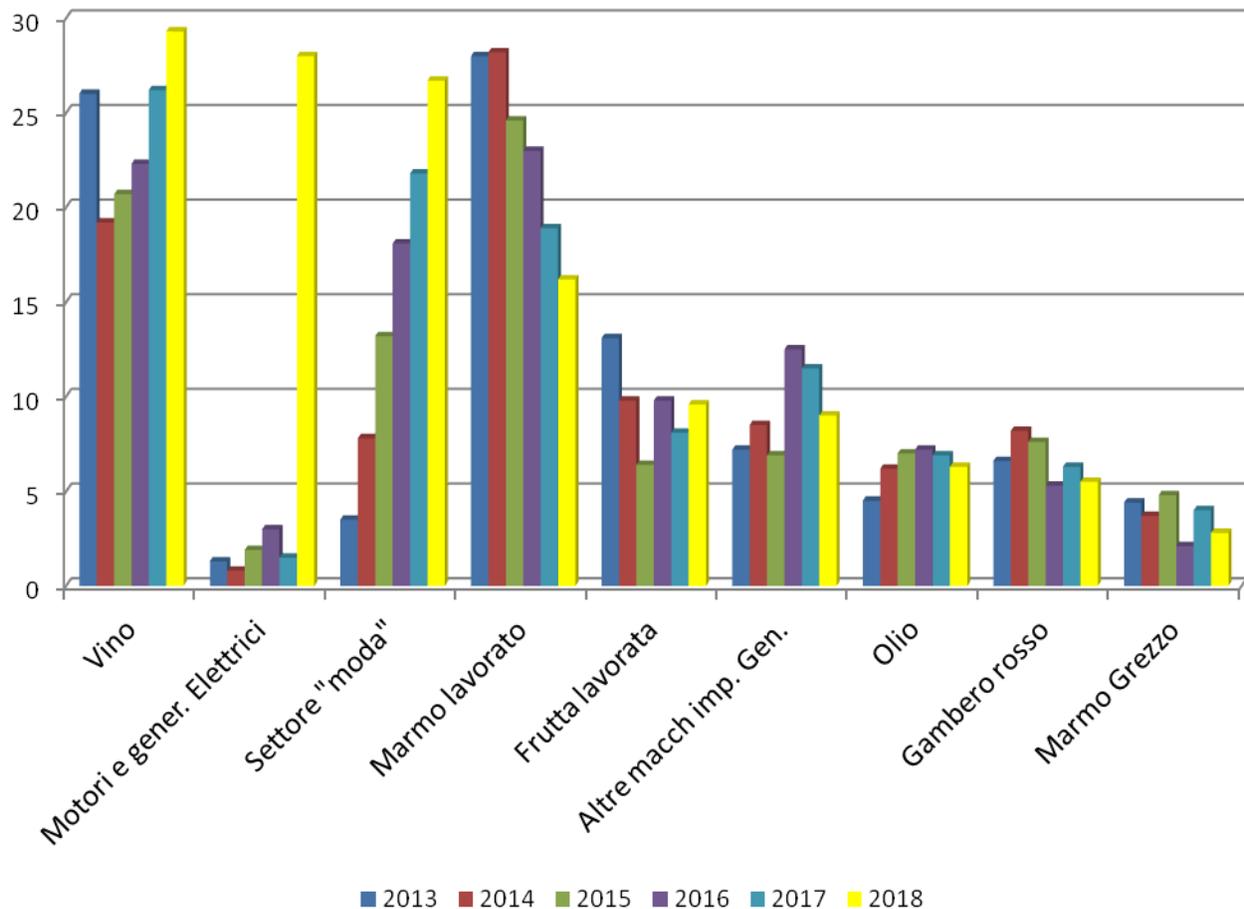


Tale tendenza positiva risulta influenzata dal buon andamento di alcune delle tipologie merceologiche abitualmente più vendute, quali il vino, i prodotti del settore della moda (soprattutto borse, pelletteria e abbigliamento, mentre le calzature hanno segnato un brusco stop con un calo del 25%) e la frutta e gli ortaggi lavorati (tornati ai livelli del 2016), ma soprattutto dal vero e proprio boom delle esportazioni di generatori e trasformatori elettrici e delle apparecchiature per la distribuzione dell'elettricità, passati da poco meno di 1,5 milioni di euro dei primi sei mesi del 2017 a 28 milioni di euro del primo semestre 2018, arrivando

addirittura ad insidiare il vino nella graduatoria dei prodotti più esportati dalla nostra provincia. Su tale tipologia merceologica occorrerà aspettare conferme più avanti per capire, vista l'importanza numerica, se si tratta di un evento occasionale o di una tipologia merceologica che è riuscita a conquistare nuovi spazi commerciali, magari grazie all'introduzione di nuove tecnologie.

Di contro, la nostra bilancia commerciale risulta appesantita dal continuo calo del settore del marmo lavorato, e dall'inversione di tendenza registrata da numerose voci merceologiche, dall'agroalimentare al marmo grezzo e alle altre macchine di impiego generale.

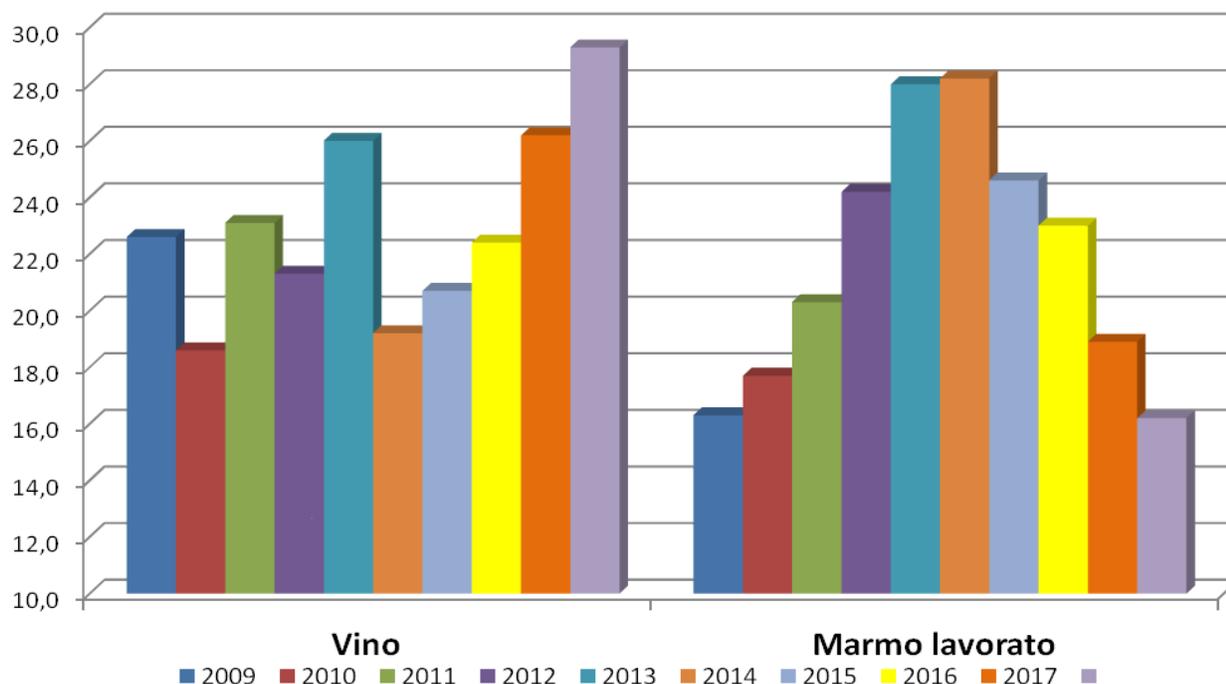
## Trend controvalore dell'export per settore - 1° Semestre anni 2013 - 2018



Il **settore vinicolo** ha registrato, in questi ultimi anni dopo il tonfo del 2014, anno in cui ha perso più di  $\frac{1}{4}$  del controvalore dell'export (passando da 26 a 19 milioni di euro, a causa della scomparsa dei 5,5 milioni di acquisti spagnoli), una lenta ma progressiva ripresa, culminata nella crescita, rispetto all'analogo periodo del 2017, di ben il 12% delle vendite nel

primo semestre di quest'anno, arrivate a superare i 29 milioni di euro. Tale andamento risulta positivamente influenzato da alcuni tradizionali acquirenti di vino trapanese, in primis gli Stati Uniti, che, con un incremento record rispetto allo scorso anno del 23%, ha totalmente recuperato il tonfo del 2017, arrivando alla cifra record di poco meno di 6 milioni di euro, seguito dal Regno Unito, che, con un incremento del 42% e un controvalore di 2,5 milioni di euro, ha ormai raggiunto e superato i livelli record dei primi anni 2000. Buoni andamenti fanno segnare anche le esportazioni verso la Germania, secondo mercato di sbocco dei nostri vini, che ha, con 4,3 milioni di controvalore in un semestre, toccato livelli record mai raggiunti prima, così come mostrano interesse crescente verso i nostri prodotti Canada, Cina e Paesi Bassi, con incrementi tra il 10 e il 15% seppur, tranne per il Canada che raggiunge 1,5 milioni di euro, a livelli ancora abbastanza modesti (attorno al milione di euro). Recuperano quote di mercato anche Svezia e Svizzera che, con 2,6 e 1,9 milioni di euro, rappresentano il terzo e il quinto acquirente di vino trapanese. Purtroppo registrano un brusco segnale di arresto le esportazioni verso due dei mercati che erano cresciuti maggiormente lo scorso anno, cioè Francia e Giappone, in particolare il primo che, con un decremento del 16% e 1,9 milioni di euro, diventa il sesto importatore di vino trapanese (lo scorso anno era il quarto), seguito dal Giappone, con 1,7 milioni.

### Trend export di vino e marmo lavorato primo semestre anni 2009 - 2018



Anche il comparto della **Frutta e degli ortaggi lavorati e conservati**, dopo il crollo delle vendite all'estero dello scorso anno del 18%, ha registrato un netto recupero, con un aumento, rispetto all'analogo periodo del 2017, dell'export del 19%, portando il controvalore sugli stessi livelli del 2016, poco sotto i 10 milioni di euro. Tale andamento risulta positivamente influenzato dal rinnovato interesse nei confronti dei nostri prodotti da parte degli acquirenti statunitensi (nostri primi compratori), seppur, con 2,7 milioni di euro di controvalore, ancora lontani dal record di due anni fa di 3,7 milioni di euro, ma anche dalla capacità dei nostri rivenditori di trovare sempre nuovi mercati di sbocco. In particolare il Sud Africa, divenuto con 1,6 milioni di euro il secondo importatore di tale tipologia merceologica, superando di colpo i due paesi maggiormente interessati fino allo scorso anno dopo gli USA, cioè il Regno Unito e il Canada, entrambi con cali piuttosto vistosi tra il 30% e il 40%. Altro paese che è tornato ad acquistare i nostri prodotti è la Francia, tornato ai livelli record del 2013 con poco meno di 600 mila euro, mentre non riusciamo a coinvolgere gli importatori tedeschi, che, con 900 mila euro, rimangono ben lontani dai 2,4 milioni di euro del 2013, che lo ponevano come primo mercato di sbocco della frutta e degli ortaggi lavorati della nostra provincia.

A sostenere le esportazioni trapanesi sono stati, come detto, anche tutta una serie di prodotti non food: in primis una classe di prodotti prima quasi inesistente, cioè i **“Motori e generatori elettrici, le apparecchiature per la distribuzione dell'elettricità”**, che hanno inciso sulla crescita dell'export provinciale per quasi l'80%, divenendo, con 28 milioni di euro, la seconda voce dell'export totale della provincia, e che trae origine dalla capacità di alcune imprese del comparto di puntare sul mercato estero, riuscendone a fare, almeno in alcuni casi, la piazza di riferimento. L'abilità di queste imprese è tale da essere riuscite a vendere quasi esclusivamente in paesi prima inesistenti per i nostri prodotti: le esportazioni hanno, infatti, interessato soprattutto l'Australia con 19,6 milioni di euro di controvalore (un dato così eccezionale da averlo fatto diventare il primo paese acquirente delle merci trapanesi con oltre 20 milioni di euro), Israele, con 4,8 milioni, la Malaysia e la Repubblica Dominicana, con oltre 1 milione di euro, mentre mostra un qualche interesse anche il Giappone con 700 mila euro di acquisti.

Altro settore non food che ha contribuito alla crescita dell'export provinciale, come già detto, è quello del commercio di prodotti di alta moda, probabilmente legata all'e-commerce, cioè gli **“articoli di abbigliamento”, la “pelletteria e le borse” e le “calzature”**, comparto in crescita costante dal 2011: complessivamente le esportazioni hanno toccato i 26,7 milioni di euro, con un incremento, rispetto all'analogo periodo del 2017, di oltre 1/5. In realtà, non tutte le tipologie merceologiche del comparto hanno brillato in questo primo semestre: le vendite all'estero di **calzature** hanno, infatti, subito un brusco arretramento di ¼, passando dai 4,1 milioni di euro del 2017 ai 3,1 del periodo in questione, condizionate esclusivamente dal crollo del principale mercato di sbocco, cioè Hong Kong, che ha registrato un calo di 1/3 del

controvalore delle vendite. Di contro, non conosce soste l'export delle **borse e della pelletteria**, + 28% la crescita nel semestre, rispetto al 2017, diventando in questo modo il principale prodotto del settore per vendite all'estero con 13,4 milioni di euro di controvalore. Anche in questo caso si è registrato un calo delle vendite verso Hong Kong, oltre che in direzione di Singapore (primi due mercati di sbocco fino allo scorso anno), cui ha fatto da contraltare fortunatamente il rinnovato interesse da parte degli acquirenti della Corea del Sud, che, con 5,8 milioni di euro, hanno più che sestuplicato il controvalore degli acquisti del primo semestre dello scorso anno, diventando di colpo il principale compratore di borse e pelletteria dalle imprese trapanesi. Anche la Germania, seppur a livelli molto inferiori, ha contribuito, con un incremento del 73%, alla crescita delle vendite, arrivate a livelli mai raggiunti prima (1,4 milioni di euro). Anche per gli **articoli di abbigliamento**, la crescita complessiva di ben 2,8 milioni di euro (da 6,4 dello scorso anno a 9,2 di quest'anno), risulta condizionata solo in parte dall'andamento negativo di Hong Kong (-18%), avendo registrato una crescita esponenziale dell'export verso la Corea del Sud, che, con 4,2 milioni di euro è diventata il principale mercato, superando proprio Hong Kong (4,1 milioni).

Nonostante il pessimo andamento di acquisti da parte di Hong Kong, le vendite di questo comparto continuano ad essere indirizzate quasi totalmente verso l'estremo oriente (Corea del Sud, primo mercato di sbocco con 10,5 milioni di euro di controvalore e quasi il 40% di quota di mercato, soprattutto per gli articoli di abbigliamento e la pelletteria e borse, nonostante tutto la stessa Hong Kong per tutte le tipologie merceologiche, con una quota di mercato del 36% e poco meno di 10 milioni di euro, e Singapore, soprattutto per la pelletteria e le borse, con poco più di 2 milioni di euro). Purtroppo sembra scemato l'interesse fin qui manifestato, soprattutto per pelletteria e borse e calzature, da parte degli Stati Uniti, essendosi più che dimezzati, anche in questo primo semestre, gli acquisti dei nostri prodotti, mentre sembrano praticamente sparite le vendite verso Giappone e Cina, ormai ridottesi a qualche centinaia di migliaia di euro.

Vale, infine, la pena evidenziare che un'analogha crescita ha riguardato le importazioni degli stessi prodotti, provenienti soprattutto dalla Francia (oltre i 3/4 della merce arriva da oltralpe) ma anche da Germania, Paesi Bassi e Belgio, mentre non accenna a riprendersi l'import dal Regno Unito, il cui controvalore nel 1° semestre di due anni fa era di ben 3 milioni di euro, pari a poco meno di ¼ degli acquisti trapanesi.

Purtroppo alcuni comparti evidenziano crisi profonde da cui faticano ad uscire, troppo condizionati dalla mancanza di mercati di sbocco: tra questi, quello che sembra attanagliato da una fase recessiva più pesante, anche per l'importanza del settore per l'economia di alcuni territori della provincia, è senz'altro quello lapideo e del **marmo lavorato** in particolare, che ha segnato, rispetto al primo semestre 2017, un ulteriore arretramento del 14% (oltre 2,5 milioni di euro la perdita, che ha ridotto le vendite dai 23 di due anni prima a poco meno di 16 milioni di euro di questa prima parte dell'anno), che e che trova origine soprattutto dal crollo senza

interruzioni degli acquisti da parte del principale acquirente, cioè l'Arabia Saudita, che non accenna ad interrompere il ciclo negativo degli ultimi anni con un calo di 1/5 del loro valore, portando il controvalore degli acquisti dalle nostre imprese dai quasi 14 milioni del 2013 ai 4 milioni di quest'anno (la perdita complessiva nei 4 anni è superiore al 70%).

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 7,2 milioni di euro del 2017 ai 5,7 di quest'anno, mentre rimangono sostanzialmente stabili le esportazioni verso il Kuwait, terzo acquirente per controvalore con 2,4 milioni di euro. Evidenziano un ritorno di interesse sia gli Emirati Arabi che il Qatar (con incrementi tra il 12% e il 25%) portando il controvalore dei loro acquisti ad di sopra della soglia del milione di euro.

Anche le vendite all'estero del marmo grezzo, che spesso ha rappresentato una boccata d'ossigeno per il comparto, nonostante la scarsità di potenziali acquirenti, hanno registrato in questo scorcio di anno un netto calo del 30% circa, passando dai 4 milioni del 2017 ai 2,8 milioni di euro di quest'anno, a causa del dimezzamento degli acquisti del principale e quasi unico mercato di sbocco delle nostre merci, cioè l'India. Se la situazione non è degenerata, dobbiamo ringraziare l'accresciuta attenzione verso i nostri prodotti da parte dell'Egitto, che ha quasi del tutto recuperato il crollo dello scorso anno, passando da 500 mila a poco meno di 800 mila euro di controvalore degli acquisti (+60%).

La scarsità di mercati di sbocco è anche il motivo principale della difficoltà ad uscire dalla crisi incontrata da diverso tempo da uno dei nostri prodotti tipici: **il gambero rosso di Mazara**. Il recupero di vendite dello scorso anno ci aveva illusi su una possibile inversione di tendenza del trend discendente, seppur con qualche timida ripresa come quella del 2014, in atto dal 2005, e che ci ha portati nel corso di questo scorcio di anno quasi ai livelli minimi di vendite all'estero del 2015, pari a 5,5 milioni di euro. Purtroppo subiamo le bizze del nostro unico mercato di sbocco, cioè la Spagna, che con poco più di 4 milioni di euro ha raggiunto il minimo storico di acquisti di gambero mazarese. Unica nota positiva un ritorno di interesse per il nostro prodotto da parte della Grecia, che ha più che raddoppiato gli acquisti, seppur a livelli ancora piuttosto modesti, poco più di 600 mila euro. La perenne carenza di rapporti economici con altri paesi rende particolarmente difficile l'inversione di una tendenza in atto da 13 anni, avendo peraltro come unici paesi di riferimento due tra i più in crisi dell'area euro.

Sempre restando in tema di prodotti agroalimentari, anche le **esportazioni olearie** non accennano a riprendersi, facendo segnare un calo del 9% (da 6,9 a 6,2 milioni), rimanendo anch'esse condizionate pesantemente dalla scarsità dei mercati di sbocco. Gli Stati Uniti, nostro mercato di riferimento, hanno, infatti, registrato un calo degli acquisti del nostro olio di ben il 24%, passando da 5,5 milioni a poco più di 4 milioni di euro, mentre non accenna a riprendersi quello che fino a un paio di anni fa era il nostro secondo mercato di riferimento, cioè

il Canada. Pur mantenendo il livello di export, attorno ai 600 mila euro di controvalore, non riusciamo a sfondare sul mercato nipponico, che rimane, assieme ai due nordamericani, uno dei pochi paesi interessati al nostro olio.

Altra tipologia merceologica che ha segnato un arretramento delle esportazioni trapanesi sono le “**Altre macchine di impiego generale**”, con una riduzione, rispetto allo stesso periodo del 2017, del 22%, passando da 11,5 milioni di euro a poco meno di 9, proseguendo il trend discendente iniziato lo scorso anno, che ha interrotto una crescita costante che, tranne qualche rara eccezione, durava dal 2010, e che aveva portato il comparto a ridosso delle 3 tipologie di merci più vendute all'estero dalle imprese della nostra provincia. Purtroppo, la capacità delle aziende del settore di trovare sempre nuove piazze non ha permesso di recuperare il tracollo di quello che era diventato il primo mercato di sbocco, cioè la Finlandia, verso cui esportavamo, nel primo semestre 2017, ben 4,2 milioni di euro di questa tipologia merceologica, ridottasi ad appena 700 mila euro in questo primo scorcio di anno. Tengono almeno le vendite verso due dei nostri principali acquirenti, cioè Russia, che con 1,5 milioni di euro è diventato il primo mercato di sbocco, e la Norvegia che ha raddoppiato gli acquisti, arrivando a superare 1,1 milioni di euro, tornando ai livelli del 2016.

Vale la pena, infine, evidenziare un fenomeno che caratterizza il commercio estero della provincia di Trapani: **l'import di pesce lavorato e conservato**, arrivato a superare la soglia dei 40 milioni di euro in un semestre e che rappresenta ben il 43% degli oltre 95 milioni importati da tutta la regione. L'aspetto negativo del fenomeno è che nella stragrande maggioranza dei casi si tratta di pesce congelato di bassa qualità, proveniente dagli oceani e da paesi poco attenti ai metodi di congelamento e con processi produttivi caratterizzati da poca attenzione per l'igiene, che va a finire sulle nostre tavole o nei nostri ristoranti, finendo per fare concorrenza al nostro stesso pescato, che esportiamo in misura assolutamente residuale. Ben il 60% proviene infatti da Vietnam (ben 7,5 milioni), Thailandia (4 milioni di euro), Ecuador, Senegal, Papua Nuova Guinea, Filippine, Indonesia e Cina, mentre solo il 20% proviene dall'area Euro a 19, con in testa la Spagna, con 6,3 milioni di euro.

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