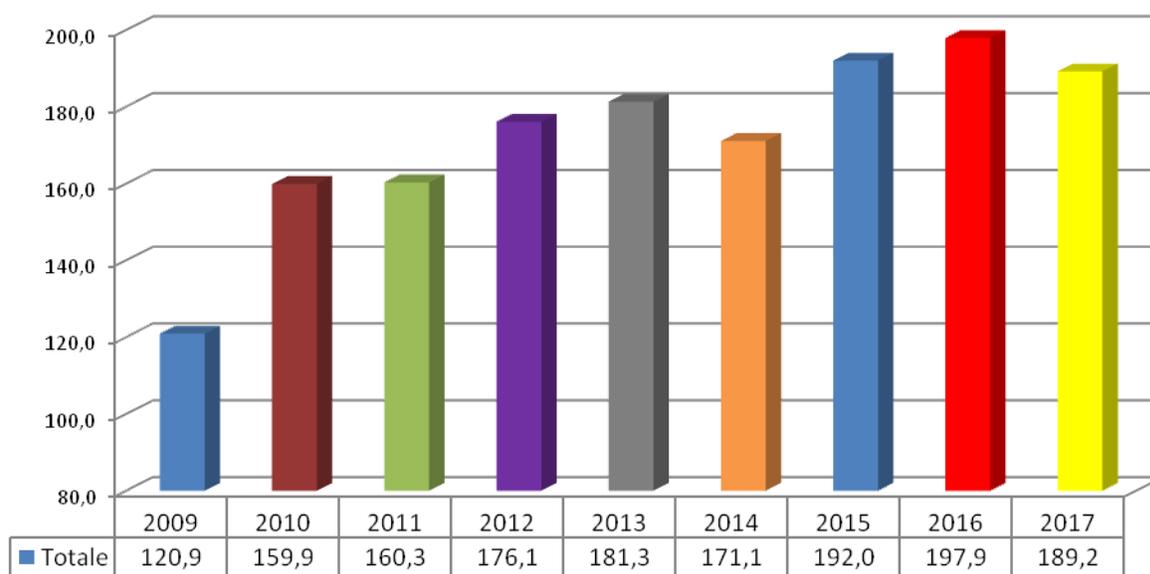


## IN CALO L'EXPORT TRAPANESE NEI PRIMI NOVE MESI DEL 2017

**Bene vino, marmo grezzo e gambero rosso di Mazara, male marmo lavorato, frutta conservata, olio e altre macchine (gli ultimi 3 in netta controtendenza rispetto al 2016), tutti con cali a due cifre. Decisamente negativo il trend del terzo trimestre dell'anno.**

Il pessimo andamento delle esportazioni nel corso del terzo trimestre del 2017, in netto calo del 16,5%, rispetto allo stesso periodo del 2016, ha provocato un'inversione di tendenza del trend registrato nei primi sei mesi dell'anno (+4%), portando la variazione complessiva dei primi nove mesi, rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente, ad un -4,4%, con ben 9 milioni di euro di controvalore in meno. Tale andamento ha provocato l'interruzione del trend positivo in atto da due anni, portando le vendite all'estero dai 198 milioni di euro di controvalore dei primi 9 mesi del 2016 ad appena 189 milioni di euro del 2017, al di sotto anche del dato corrispondente del 2015, pari a 192 milioni di euro.

### Trend controvalore dell'export della provincia di Trapani - Primi nove mesi degli anni 2013 - 2017

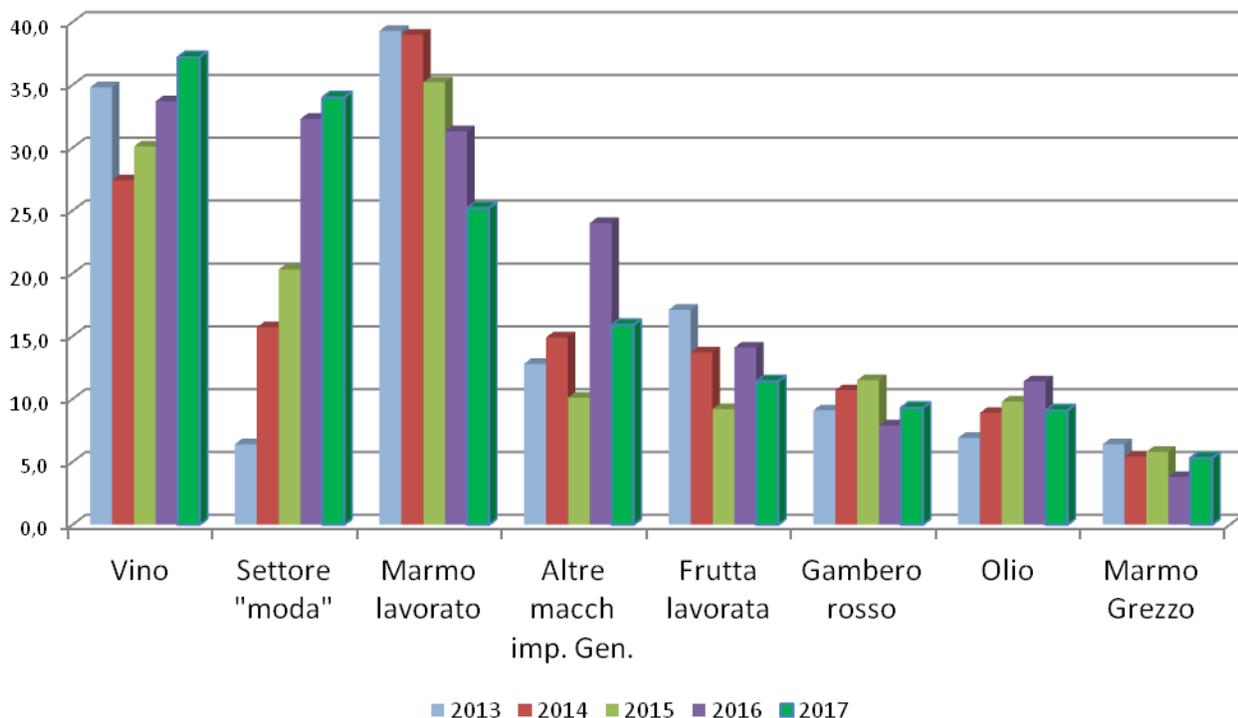


Tale tendenza negativa risulta influenzata soprattutto dal pessimo andamento di merci come il marmo lavorato, le altre macchine, la frutta e gli ortaggi conservati, l'olio e altri prodotti alimentari.

La situazione è drammatica in tutti i casi, perché per il marmo lavorato l'export continua a diminuire ogni anno, in maniera sempre più pesante, mentre per le altre tipologie merceologiche purtroppo si è verificata un'inversione di tendenza che ha portato, molto spesso, le esportazioni ai valori registrati nel 2015, dopo i netti miglioramenti che si erano verificati nel

2016. La tendenza negativa risulta mitigata dal positivo andamento delle vendite di vino, marmo grezzo, gambero rosso di Mazara e, in misura ridotta, del “settore moda”. Nel primo caso, si tratta di una crescita continua in atto da diversi anni, per il marmo grezzo e il gambero, di un recupero dei pesanti cali registrati nel 2016, nel caso del “settore moda”, di un incremento decisamente meno impetuoso di quello registrato da quando ha avuto inizio il fenomeno.

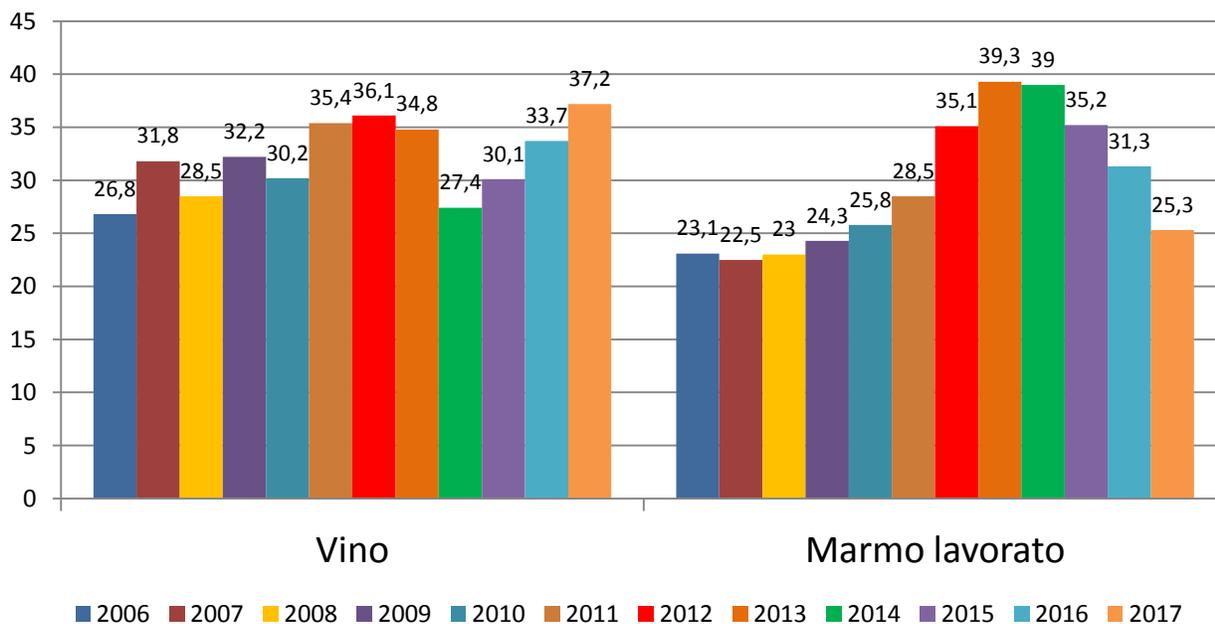
### Trend controvalore dell'export per settore - Primi nove mesi degli anni 2013 - 2017



Tra le voci merceologiche che più hanno penalizzato l'export trapanese, il **marmo lavorato** è quello che da più tempo risulta investito da una crisi di vendite, segnando anche in questi primi nove mesi del 2017 un pesante calo, rispetto all'analogo periodo dello scorso anno, di quasi il 20% (una perdita di oltre 6 milioni di euro, che ha portato il controvalore dei trasferimenti da 31,3 a 25,2 milioni di euro). Le cause principali di queste enormi perdite, secondo alcuni addetti ai lavori, sono da addebitare alla pesante concorrenza subita dai prodotti turchi, di prezzo nettamente inferiore ai nostri, e alla accresciuta capacità di trasformazione del prodotto grezzo da parte dei principali importatori di marmo lavorato. Ciò ha prodotto il crollo di quello che era il principale paese di scambio dei nostri prodotti, l'Arabia Saudita, che ha registrato in due anni una perdita di quasi la metà delle esportazioni, circa 3,4 milioni ogni anno, portando l'ammontare dai 13,8 milioni del 2015 ai 7,1 milioni di quest'anno. Ad influire nel calo dell'export

del marmo lavorato sono stati anche le minori esportazioni verso il Marocco (ormai leader negli acquisti di marmo trapanese), con una perdita, rispetto al 2016, di circa 1 milione di euro, ovvero l'11% su base annua, e verso il Qatar, con un calo del 27%, circa 0,5 milioni di euro. Torna a crescere, invece, il controvalore delle esportazioni verso il Kuwait (+13%), che negli ultimi anni ha registrato un continuo sali e scendi negli acquisti, con netti cali e successivi aumenti, e che hanno portato quest'anno ad un ammontare di 3,2 milioni di euro di merce venduta. Rimangono invariate, con circa 1 milione di euro, invece, le esportazioni verso l'Algeria. Nonostante i cali, il controvalore delle esportazioni verso Marocco ed Arabia Saudita rappresenta comunque quasi i 2/3 di tutto il marmo lavorato trapanese venduto all'estero.

### Trend export vino e marmo lavorato - Primi 9 mesi anni 2009-2017



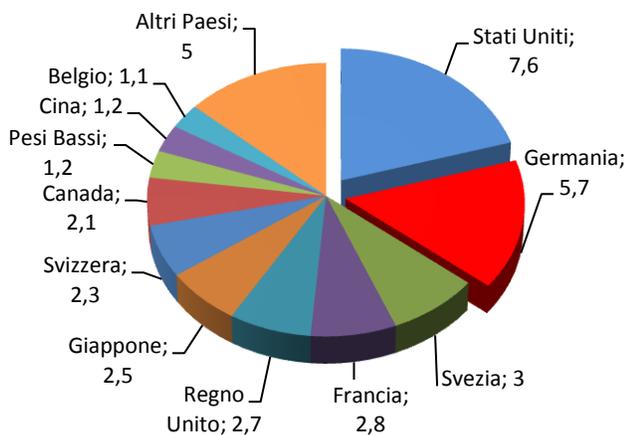
Altro settore che ha influenzato negativamente l'export trapanese in questi nove mesi del 2017 è quello della **frutta e degli ortaggi lavorati e conservati**, diminuito del 20%, rispetto all'analogo periodo del 2016. Tale andamento evidenzia la crisi che attanaglia il settore da diverso tempo: infatti, nonostante nel corso del 2016 si sia verificata una netta ripresa, il settore negli ultimi anni ha visto diminuire l'export del 37%, passando da 18,1 a 11,4 milioni di euro. I paesi che hanno maggiormente determinato tale crollo sono gli Stati Uniti, principale mercato di sbocco delle nostre vendite della frutta e degli ortaggi conservati e lavorati, che hanno diminuito gli acquisti del 29% su base annua, il Regno Unito, che passa da 2,4 a 1,9 milioni di euro (-19%) e la Germania che ha registrato un calo del 35%, con una perdita di 0,7 milioni di

euro. L'unico paese in ripresa, che sta ritornando ai valori degli anni precedenti dopo la pesante diminuzione del 2014, è il Canada, che passa, in un solo anno, da 1 a 1,5 milioni di euro (+53%).

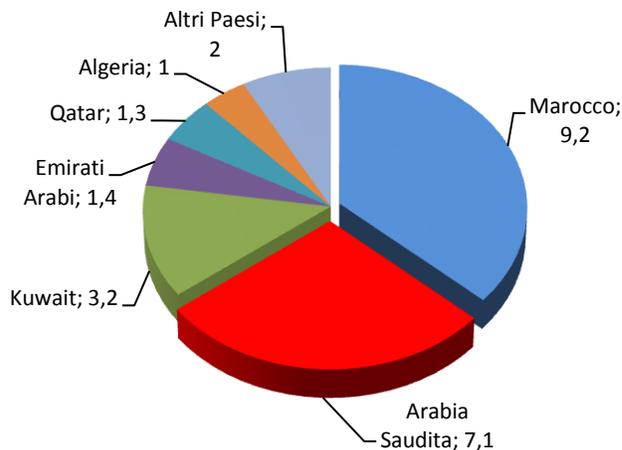
Anche l'**export oleario** ha fatto segnare una diminuzione del 20%, da 11,4 a 9 milioni, portando a un'inversione della tendenza positiva in atto dal 2013 e tornando ai valori registrati nel 2015. Tale andamento negativo è influenzato principalmente dalle diminuzioni degli acquisti da parte degli Stati Uniti, passati da 8,1 a 7,1 milioni di euro (-12%), nonostante il Paese resti comunque l'unico vero mercato di sbocco, grazie ai continui aumenti che si sono verificati negli anni precedenti. Anche il Canada, altra paese interessato al nostro olio, influisce negativamente sulle vendite, con un crollo dei  $\frac{3}{4}$  di quest'ultime, passando da 1,1 milioni ad appena 300 mila euro.

La tipologia merceologica che ha più di altre ha affossato l'export provinciale sono le "**Altre macchine di impiego generale**", che hanno fatto addirittura segnare, un calo, rispetto allo stesso periodo del 2016, di 1/3 delle vendite, passando da quasi 24 a oltre 16 milioni di euro ed interrompendo in questo modo un trend crescente in atto dal 2010, che aveva portato a quintuplicare le esportazioni. Il dato medio è negativo perché, pur essendoci Paesi che hanno dei netti incrementi, come la Russia che aumenta di 4 volte i suoi acquisti, e la Finlandia che ha un incremento del 50%, diventando in questo modo i due principali mercati di sbocco, Paesi come l'Azerbaigian, la Cina e la Danimarca, fino allo scorso anno leader negli acquisti delle altre macchine, sono praticamente scomparsi dall'elenco dei paesi importatori. Anche i Paesi Bassi, la Norvegia ed il Regno Unito scendono tutti sotto il milione di euro di acquisti, con cali tra il 35% e 53% su base annua. Spariti anche gli acquisti estoni, passati dagli 1,5 milioni di euro del 2016 agli appena 77 mila euro di quest'anno.

**Paesi importatori di vino trapanese al 30/09/2017**



**Paesi importatori di marmo lavorato trapanese al 30/09/2017**



A sostenere le esportazioni trapanesi, nei primi tre trimestri, è stato il **settore vinicolo**, quello con il maggior controvalore di esportazioni e anche l'unico, assieme al comparto "moda", che ha da qualche anno incrementi costanti, a differenza di tutti gli altri settori che stanno avendo una ripresa successiva alternata a cali più o meno vistosi. Dopo il tonfo del 2014, anno in cui il comparto ha perso più di ¼ del controvalore dell'export (passando da 34,8 a 27,4 milioni di euro), una lenta ma progressiva ripresa in questi ultimi anni ha portato, nel corso dei primi nove mesi del 2017, a un aumento del 10%, passando da 33,7 a 37,2 milioni di euro, facendo diventare definitivamente il comparto il primo per quel che riguarda l'export trapanese. Tale andamento risulta positivamente influenzato da alcuni tradizionali acquirenti di vino nostrano, in primis, la Francia che, con un incremento dell'80% su base annua, ha superato la soglia dei 2,8 milioni di euro, diventando il 4° principale acquirente di vino trapanese, la Svezia, il Regno Unito e il Giappone che, con incrementi tra il 30 e il 40% su base annua e controvalore dell'export che oscilla tra i 2,5 milioni di euro del paese del Sol Levante e i 3 del paese scandinavo, rappresentano ormai i principali paesi di destinazione del vino, subito dopo Francia, Germania e Stati Uniti (storici acquirenti).

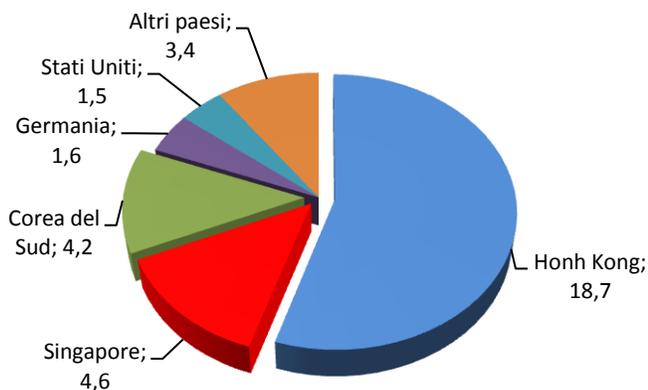
Continua la crescita dell'export verso la Germania, seppur meno impetuosa rispetto allo scorso anno, che ha superato i 5,7 milioni di controvalore, mentre i segnali di debolezza evidenziati lo scorso anno hanno trovato conferma nel trend dei primi nove mesi del 2017 per quel che riguarda gli Stati Uniti, nostro principale acquirente, che, con un calo superiore al 7%, ha di poco superato i 7,5 milioni di euro di controvalore. Buono l'andamento delle esportazioni verso Canada, Paesi Bassi, Belgio e Cina, in particolare verso quest'ultimo mercato, sempre più interessato ai nostri vini (il controvalore dell'export è più che raddoppiato negli ultimi due anni).

Vale la pena, infine, evidenziare una curiosità: l'anno peggiore per l'export del vino nel periodo in considerazione è coinciso con il maggior livello di vendite degli ultimi 15 anni del marmo lavorato (prodotto che aveva registrato una crescita costante delle vendite fino al 2014). I trend esportativi delle due voci merceologiche, infine, risultano negli ultimi tre anni inversamente proporzionali, con un incremento del 36% del controvalore delle vendite all'estero di vino e un analogo calo, purtroppo, del controvalore dell'export del marmo lavorato.

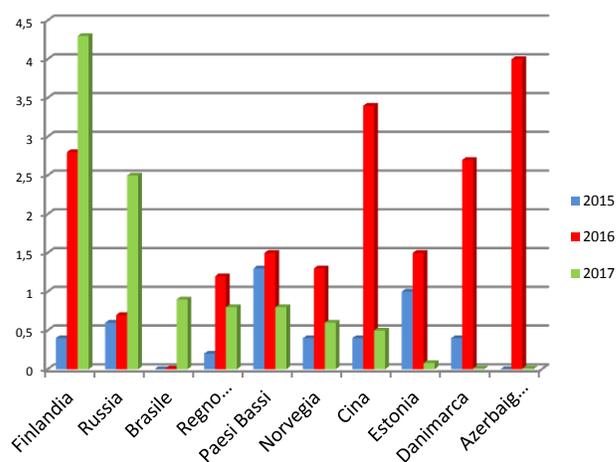
Ancora positivo, ma ormai decisamente meno impetuoso, il trend di crescita delle vendite del settore della "moda" legato all'e-commerce, cioè gli **"articoli di abbigliamento"**, **le "calzature"**, **la "pelletteria e le borse"** e **gli "articoli di maglieria"**, la cui variazione complessiva, rispetto all'analogo periodo dello scorso anno, è stata di appena il 5%, lontana anni luce dagli incrementi minimi del 30% annuo di questi ultimi anni. I primi due hanno fatto segnare un leggerissimo incremento delle vendite all'estero, circa l'1%, per il cuoio l'aumento è invece del 7%, da 14,5 a 15,5 milioni, mentre per gli articoli di maglieria c'è un incremento di ben il 70%, anche se con un controvalore di 1,5 milioni non si avvicina neanche minimamente ai valori registrati dalle altre tipologie merceologiche del settore moda. Complessivamente il

settore ha rafforzato il suo secondo posto in provincia per valore delle esportazioni, dopo il settore vinicolo, essendo arrivato a superare i 34 milioni di euro (10,8 l'abbigliamento, 15,5 la pelletteria le borse, 6,1 le calzature e 1,6 gli articoli di maglieria). Le vendite sono per il 55% indirizzate ad Hong Kong per tutte le tipologie merceologiche, con ben 18,7 milioni di euro di controvalore (seppur in calo del 7% su base annua), e Singapore, soprattutto per la pelletteria e le borse, con 4,6 milioni di euro di controvalore (in crescita di circa 1/3). Negativo anche l'andamento delle esportazioni verso due degli altri principali paesi di sbocco, cioè Germania e Stati Uniti, con cali superiori al 50% per quest'ultimo. Il fatto nuovo che emerge in questo scorcio di annata è l'esplosione delle vendite, in particolare di articoli di abbigliamento, borse e pelletterie, verso la Corea del Sud, che, avendo quintuplicato gli acquisti delle nostre merci, ha raggiunto i 4,2 milioni di euro di controvalore (erano appena 800 mila lo scorso anno). Vale, infine, la pena evidenziare che non accenna a diminuire il trend di crescita relativo alle importazioni degli stessi prodotti (+20% rispetto all'analogo periodo dello scorso anno), provenienti soprattutto dalla Francia, per i ¾ della merce, ma anche da Paesi Bassi, Belgio, Croazia e Germania, mentre è praticamente sparito, in un solo anno, l'import dal Regno Unito, il cui controvalore nei primi 9 mesi del 2015 era di ben 3,8 milioni di euro.

**Paesi importatori di prodotti del settore moda trapanese al 30/09/2017**



**Trend dei principali paesi di sbocco di altre macchine al 30/09 - anni 2015-2017**



Anche le vendite del **gambero mazarese fanno segnare**, dopo la forte crisi da cui è stato colpito nel 2016, una netta ripresa, anche se non sono ancora tornate ai valori registrati nell'analogo periodo del 2015. Questa ripresa è avvenuta grazie agli acquisti del nostro principale acquirente, cioè la Spagna, che ricordiamo rappresentano oltre l'80% del totale. Sembra esserci un ritorno di interesse, seppur ancora limitato numericamente, da parte del mercato greco, ma la carenza di mercati di sbocco, che condiziona fortemente l'andamento

delle vendite all'estero, rappresenta un fattore di criticità difficilmente superabile per il destino di tale tipologia merceologica.

Anche il settore del **marmo grezzo** sta attraversando una ripresa dopo la diminuzione delle vendite avvenuta nel 2016, a differenza del marmo lavorato che, come già detto, ha subito un calo delle vendite, probabilmente perchè i Paesi che importano marmo preferiscono acquistarlo grezzo e lavorarlo direttamente per diminuire i costi. Ciò che ha influito prevalentemente sull'aumento dell'export del prodotto grezzo, che ha registrato un incremento di quasi il 40%, passando dai 3,8 a 5,3 milioni di euro di controvalore, è il ritorno di interesse da parte dell'India, che, con un aumento dell'84%, è riuscita, non solo a recuperare le perdite dello scorso anno, ma anche a contrastare il calo degli acquisti di oltre il 44% da parte dell'Egitto, unico altro Paese a cui riusciamo a vendere i nostri prodotti.

Vale la pena, infine, porre l'attenzione su quanto accaduto in questo scorcio d'anno al nostro principale mercato di sbocco, gli Stati Uniti: dopo una crescita che durava da 5 anni, le nostre esportazioni verso oltreoceano hanno subito una brusca battuta d'arresto, con un calo del 18%, rispetto all'analogo periodo del 2016, cioè circa 5 milioni di euro in meno. Tale perdita, che ha inciso sul trend complessivo delle nostre esportazioni per oltre il 50%, trova giustificazione in un generale arretramento degli acquisti statunitensi, in particolare per il settore "Moda" (con un dimezzamento dell'export, ma anche per la frutta e gli ortaggi lavorati (-30%), l'olio (-12,5%) e il vino (-7,5%), condizionati sicuramente dall'apprezzamento dell'euro sul dollaro, in particolare nella seconda parte del periodo preso in considerazione, fatto questo che fa presagire un ulteriore appesantimento del trend delle nostre vendite all'estero, considerata la continua crescita dell'euro nei confronti della valuta statunitense.

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