



IL TESSUTO IMPRENDITORIALE

Le statistiche relative al tessuto imprenditoriale registrano per il primo semestre 2021 una netta crescita del saldo tra imprese iscritte e cessate, con oltre 530 unità in più, rispetto al 31 dicembre del 2020 e un tasso di crescita del 1,12%, al di sopra sia del dato medio nazionale, fermo allo 0,82%, che di quello siciliano pari allo 0,84%. Tale risultato è il frutto di 1.409 iscrizioni e appena 876 cancellazioni, che ha permesso alla struttura imprenditoriale di raggiungere la soglia delle 48 mila unità, livello che il territorio non toccava dal lontano dicembre 2010. La graduatoria nazionale dell'evoluzione imprenditoriale per province ci vede, pertanto, al 12° posto, mentre a livello regionale ci sopravanza soltanto la provincia di Palermo, con una crescita semestrale dell'1,26%.

Tuttavia vale la pena evidenziare che l'andamento appare condizionato dal crollo delle cessazioni, che risultano nettamente al di sotto della media del triennio 2017-2019 (1.545 unità contro 876), periodo precedente all'emergenza sanitaria, mentre le iscrizioni di nuove imprese, seppur in calo, appaiono meno distanti dalla media del triennio in questione (1.545 unità). Tale fenomeno appare condizionato dalle misure di sostegno messe in atto dal governo, per cui è ragionevole immaginare l'esistenza di un cospicuo numero di imprese che in condizioni diverse avrebbe già cessato l'attività.

L'avvicinamento ad una dinamica pre-pandemica risulta più evidente per alcune forme giuridiche: nel periodo in questione l'anagrafe imprenditoriale ha registrato un netto incremento nel saldo imprenditoriale per le società di capitale (+253 imprese contro le 166 dello stesso periodo del 2019), mentre, in linea con una tendenza in atto da tempo, segnano una sostanziale stasi le società di persone (+8 unità) e le altre forme giuridiche (+5). Occorre, inoltre, far notare che piuttosto sorprendentemente la metà circa del saldo complessivo (+267 unità) è stata determinata dalle imprese individuali, fatto questo che rappresenta un unicum nelle statistiche della struttura imprenditoriale trapanese degli ultimi 20 anni. Tali andamenti hanno fatto sì che le società di capitale ormai rappresentino oltre il 20% delle imprese trapanesi (erano la metà 14 anni fa), mentre non conosce ostacoli il calo delle società di persone che rappresentano appena il 10,7% del totale. Altro aspetto che vale la pena evidenziare è che la crescita del nostro tessuto imprenditoriale risulta condizionato praticamente in toto dalla spinta delle imprese attive, che hanno ormai raggiunto il limite delle 40.000 unità, il livello più elevato degli ultimi 8 anni (nel 2015 erano appena 38.400),

Gli interventi governativi, se poco o nulla hanno prodotto per alcuni settori, come vedremo meglio più avanti, hanno inciso in maniera evidente, producendo una netta inversione di tendenza per uno dei comparti cruciali dell'economia, non solo trapanese, come le costruzioni: la lieve inversione di tendenza registrata nel corso del 2019 (+0,3%) si era già trasformata, infatti, grazie alle risorse per l'efficientamento energetico e la messa in sicurezza del patrimonio immobiliare, in un vero e proprio boom del comparto nel 2020, tendenza che si è ulteriormente ampliata nel corso del primo semestre del 2021, con oltre 100 imprese registrate in più (addirittura con una crescita di ben 107 aziende attive) e un tasso di crescita del 2,4%, che hanno fatto diventare il comparto, tornato ai livelli dell'analogo periodo del 2014, uno dei motori trainanti del tessuto imprenditoriale trapanese.

Le evidenti difficoltà segnalate dal comparto, a causa del crollo delle presenze dello scorso anno, in particolare straniera, hanno fatto rallentare, almeno in questo semestre, la crescita impetuosa in atto da tempo da parte del **turismo**, che, con appena 23 imprese in più, ha registrato un modesto incremento di appena lo 0,7%, soprattutto a causa delle difficoltà riscontrare da bar e gelaterie, oltre che dagli alberghi, mentre continuano a registrare un trend decisamente positivo le strutture ricettive più piccole e le attività di somministrazione di cibi, in particolare le prime con un incremento percentuale superiore al 4%.

A dimostrazione dell'effetto trainante per altri comparti da parte del turismo, anche in un periodo poco brillante per quest'ultimo, fanno segnare una crescita rilevante, attorno al 2% sempre nel semestre, le **attività immobiliari** e quelle del "**noleggio, agenzie di viaggio**", seppur al di sotto del trend registrato negli ultimi anni, mentre non conosce ostacoli l'incremento delle imprese nella **sanità privata e l'assistenza sociale** (con una crescita superiore al 3%), grazie all'enorme sviluppo di attività imprenditoriali legate alla nascita di strutture di assistenza sociale residenziale, connesse al sempre maggiore bisogno di sostegno da parte della popolazione anziana, oltre che al notevole ricorso ai presidi medici e paramedici indispensabili per proteggersi dalla pandemia originata dal virus Covid-19. Ancor più rilevante la crescita numerica delle imprese che svolgono **attività professionali, scientifiche e tecniche** (cresciute in un solo semestre di oltre il 3,5%), soprattutto grazie alla spinta delle agenzie di pubblicità e della sempre più incalzante richiesta di consulenza di diverso genere (per entrambi un trend attorno al 6%), così come non accenna a rallentare lo sviluppo numerico delle **attività immobiliari** e del **noleggio, agenzie di viaggio** (+2% circa). Le motivazioni dell'ottimo andamento dei servizi vanno ricercate, a nostro avviso, 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 diversi anni di difficoltà, a far segnare un lieve incremento (+0,3%), **l'agricoltura**, mentre non accennano a riprendersi sia il **commercio** che le **attività manifatturiere**, anche se queste ultime evidenziano un marcato recupero, rispetto al trend negativo registrato lo scorso anno.

Entrando nel dettaglio di alcune delle categorie imprenditoriali che costituiscono il tessuto economico trapanese, cioè le imprese femminili, extracomunitarie e giovanili, il bilancio anagrafico di questo primo semestre 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 oltre $\frac{1}{4}$ delle imprese della provincia, con un progresso, su base annua, di ben 262 aziende, la metà della crescita complessiva provinciale, portando il numero delle imprese condotte da donne, al 30 giugno 2021, a oltre 12 mila 540 unità. La spinta, a differenza di quanto accaduto in passato allorché il motore era essenzialmente il turismo, arriva quasi esclusivamente dai servizi, sia alle imprese che alla persona, ma l'aspetto che vale la pena sottolineare è il crescente dinamismo da parte di quelle commerciali ed agricole guidate dalle donne, cresciute in un semestre dei oltre lo 0,5%.

Ancor più significativo l'incremento **dell'imprenditoria straniera**, con 119 unità in più in un solo semestre e con una variazione del 4,3% (quasi 4 volte la crescita complessiva delle imprese), e che pone la nostra provincia al sesto posto nella graduatoria nazionale, rappresentando un fenomeno unico in Sicilia, essendo le altre province dell'isola tutte nella parte bassa della graduatoria. Ciononostante il contributo offerto dagli stranieri al tessuto imprenditoriale risulta ancora limitato, rappresentando appena il 6% del totale delle imprese registrate (contro una media nazionale del 10,5%).

Tale risultato è stato reso possibile grazie al contributo fondamentale fornito da Nigeria, Gambia, Pakistan, Tunisia e Bangladesh, che hanno contribuito al trend, rispetto a quanto registrato a fine 2019, per i $\frac{2}{3}$ circa, in particolare nel commercio, ma anche in agricoltura e nelle costruzioni. I fenomeni maggiormente degni di nota per il periodo considerato sono due: il vero e proprio boom delle imprese nigeriane, passate da 43 a 115 unità, e gambiane, da 16 ad 83 unità (rispettivamente triplicate e quadruplicate), di quelle pakistane, cresciute del 54% in un anno e mezzo, toccando le 146 unità, e la sostanziale stasi di quelle cinesi, fino a qualche anno fa vero motore dell'imprenditoria extracomunitaria in provincia. Buono anche il trend degli imprenditori tunisini, in costante crescita da diversi anni e che rappresentano la principale presenza straniera, assieme al Marocco nel nostro territorio.

Purtroppo torna a segnare un calo pesante, dopo la sostanziale stasi dello scorso anno, il trend relativo ai giovani imprenditori (al di sotto dei 30 anni), essendo passati dai 3.243 della fine del 2020 ai 2.945 del primo semestre 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 in questo scorcio d'anno una perdita di 767 unità. Discorso diverso va fatto evidentemente 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 ad 1/6 dell'intero contesto imprenditoriale trapanese, più elevata sia della media regionale che di quella nazionale che oscillano poco sopra il 14%. Nonostante tutto risulta nettamente più elevata la percentuale di giovani imprenditori presenti nel nostro territorio, pari al 4,5% del totale, comune al dato regionale (superiore di qualche decimo) e più alta di quella media nazionale, che si ferma al 3,8%.

Un ultimo aspetto positivo che vale la pena evidenziare riguarda il ritorno alla crescita, seppur piuttosto limitata di 8 unità, da parte delle imprese artigiane, fatto questo che interrompe una 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 30 giugno di quest'anno sono esattamente 6.640, quindi quasi 1.400 in meno in 12 anni). Anche per tale tipologia di impresa sono le costruzioni a contribuire in modo determinante al lieve incremento, avendo fatto registrare una crescita di ben 74 imprese, riuscendo a coprire il calo generalizzato degli altri principali settori.

L'EXPORT

In una regione che mostra netti segnali di recupero dalle pesanti perdite condizionate dall'emergenza sanitaria, nel primo semestre 2021, la provincia di Trapani si pone come leader nella crescita regionale delle vendite all'estero con un netto incremento, rispetto all'analogo periodo del 2020, del 34,6%, con un controvalore di ben 146,4 milioni di euro, dato ben più alto anche di quello registrato nei primi sei mesi del 2019, pari a poco più di 130 milioni.

Tale risultato oltremodo positivo risulta influenzato dall'ottimo andamento di quasi tutti i principali settori, ma soprattutto da quello della manifattura meccanica: in particolare con le **altre macchine di impiego generale**, il cui export è triplicato rispetto allo scorso anno, e le **apparecchiature per la distribuzione e il controllo dell'elettricità**, con vendite raddoppiate rispetto al 2020. Negli altri principali comparti, a parte un netto calo nel controvalore delle esportazioni di **gambero rosso e del marmo grezzo**, si registrano aumenti significativi, anche per il peso che rivestono per l'economia provinciale, nel settore **vinicolo** e in quello del **marmo lavorato**, così come cresce in modo rilevante l'export della **frutta e degli ortaggi lavorati e dei prodotti della "moda"**, la cui domanda estera, dopo due anni particolarmente negativi, è finalmente tornata a crescere.

Uno dei motori trainanti delle nostre esportazioni continua ad essere, come già evidenziato, il comparto dei **generatori e trasformatori elettrici e delle apparecchiature per la distribuzione dell'elettricità**, le cui vendite sono raddoppiate rispetto all'analogo periodo del 2020, essendo passato dai quasi 7 milioni ai 13,6 milioni di questo semestre, tornando a crescere dopo due annate piuttosto negative. Occorre far notare che le imprese del comparto evidenziano una spiccata capacità nel trovare sempre nuovi mercati, riuscendo in tal modo a ridimensionare la scomparsa di acquirenti fondamentali, come nel caso dell'Australia. Nel periodo in questione hanno registrato una crescita esponenziale diversi paesi europei e non, quali Germania, Malaysia e Algeria, verso cui sono state indirizzate il 70% delle vendite complessive, in particolare verso la Germania, primo mercato di sbocco con poco meno di 5 milioni di euro, seguita dalla Malaysia con oltre 3 milioni di euro (per entrambi si tratta di mercati prima inesistenti, a conferma di quanto evidenziato precedentemente sull'abilità nel trovare sempre nuove piazze). Di rilievo anche le esportazioni verso l'Algeria, con 1,6 milioni di euro, cui fanno seguito, Regno Unito e Tunisia, con poco meno di 1 milione di euro.

Ancor più esponenziale è stata la crescita delle esportazioni delle "**Altre macchine di impiego generale**", che, avendo triplicato le vendite rispetto allo scorso anno e con un incremento rispetto al 2019 del 35%, hanno raggiunto il livello record mai registrato nel primo semestre dell'anno di 16,7 milioni di euro. Anche in questo caso, le aziende del comparto hanno evidenziato una notevole propensione nel reperire sempre nuovi mercati, riuscendo a far fronte alla scomparsa di quello che, con quasi 6 milioni di euro di controvalore, era diventato nel 2019 il principale mercato di sbocco, cioè la Cina, e avendo successo soprattutto nei mercati europei, in particolare nei Paesi Bassi e in Francia. Il primo, che ha visto quadruplicare in un anno gli acquisti dei prodotti italiani, ha superato i 4 milioni di euro di controvalore, mentre per il secondo, con oltre 2,3 milioni, si tratta di un exploit del tutto inatteso considerato i numeri quasi inesistenti degli anni scorsi, Discorso analogo va fatto anche per Emirati Arabi Uniti (con 2,2 milioni) e il Cile (con 1,4 milioni), piazze appena avvicinate negli anni precedenti, mentre continua la crescita delle vendite verso Singapore, che ormai sfiorano i 2 milioni di euro. Sparito, invece, uno dei mercati che negli ultimi tempi aveva manifestato notevoli progressi, cioè la vicina Romania.

Dopo la battuta d'arresto dello scorso anno, torna a crescere in maniera poderosa e a sfiorare i livelli record del 2018, anche l'export del **settore vinicolo**, registrando, nel corso del primo semestre 2021, rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente, una crescita del 15%, riportando le vendite a 30 milioni di euro, poco al di sotto dei valori di due anni fa, grazie alla spinta degli abituali acquirenti europei ed americani e tornando a caratterizzarsi come principale voce merceologica esportata dal nostro territorio. In realtà nella stragrande maggioranza dei casi si tratta di un recupero delle perdite dello scorso anno, mentre quelli che hanno registrato una crescita sostenuta anche rispetto al 2019 sono Stati Uniti, Svizzera e soprattutto Canada. Quest'ultimo, in particolare, che già lo scorso anno era stato tra i pochi a non subire perdite, ha registrato un incremento, rispetto

a due anni fa, del 177%, passando da 1,3 a 3,6 milioni di euro e diventando con la Germania, che ha invece subito un calo del 10% sempre su base biennale, il secondo mercato di sbocco dei nostri prodotti. Gli Stati Uniti invece sono tornati ad essere, con 6,4 milioni di euro di controvalore, il principale mercato internazionale per i nostri vini, facendo registrare una crescita di oltre il 12% rispetto al 2019 e del 93% rispetto al 2020. Altri paesi che evidenziano un aumento degli acquisti, anche rispetto al 2019, seppur a livelli più contenuti, sono stati la Svizzera, con 2 milioni di euro e la Corea del Sud e la Russia con poco meno di 1 milione. Netto il recupero, seppur a livelli inferiori a quelli del 2019, da parte di Germania e Cina (3,6 milioni per il primo e 1,2 per il secondo), mentre non solo non accennano a recuperare le perdite, ma addirittura peggiorano il dato del 2020 alcuni tradizionali acquirenti di vino trapanese come Svezia, Giappone e Paesi Bassi. Quasi azzerati, infine, gli ordini dei compratori francesi, che nel corso del primo semestre 2020, avevano tenuto a galla le nostre esportazioni con oltre 5 milioni di euro e che oggi fanno registrare appena 700 mila euro di acquisti.

Torna a crescere, in questo primo semestre del 2021, l'**e-commerce dei prodotti di alta moda**, dopo il tracollo degli ultimi 2 anni, che aveva portato il settore, che fino al 2018 aveva più contribuito alla crescita dell'export provinciale, ad esportare nel primo semestre del 2020 appena 2,9 milioni di euro. E lo fa tornando a sfiorare con 6,2 milioni di euro il livello di due anni fa, più che raddoppiando il livello delle esportazioni dello scorso dicembre.

La tipologia merceologica che è cresciuta maggiormente è quella delle **calzature**, avendo raddoppiato, rispetto all'analogo periodo del 2019, il controvalore delle esportazioni, passando da 1,2 a 2,5 milioni di euro, grazie al ritorno degli acquisti da parte di Hong Kong e Corea del Sud e alla crescita continua del mercato tedesco, cresciuto di oltre il 40% in un anno, e diventato con 1 milione di euro la principale piazza internazionale, con Hong Kong, verso cui vanno il 40% delle nostre esportazioni di calzature.

In netta crescita, seppur nettamente al di sotto dei dati di due anni fa, anche le esportazioni dell' **abbigliamento** e delle **borse e pelletteria**, con un controvalore che si aggira attorno ai 2 milioni di euro per entrambi. Anche qui i mercati di sbocco rimangono sempre gli stessi, con una netta prevalenza verso la piazza di Hong Kong, verso cui va la metà dell'export di articoli di abbigliamento e 1/3 circa dei prodotti in pelle. Vale, infine, la pena evidenziare un dato alquanto significativo: al crollo delle esportazioni di tutto il comparto, rispetto al 2018, non ha fatto seguito un analogo calo delle importazioni, anche se negli ultimi 6 mesi si nota un certo ridimensionamento, soprattutto per le calzature e la pelletteria. Evidentemente le aziende hanno sopperito al calo delle commesse dall'estero con un incremento delle vendite sul mercato interno.

Anche l'export di **frutta e ortaggi lavorati e conservati**, dopo la sostanziale tenuta dello scorso anno, fa registrare un deciso incremento, sia rispetto al 2020 che al 2019 (rispettivamente del 35% e del 19%), raggiungendo la soglia degli 11,5 milioni di euro in

un semestre ed avvicinandosi così al periodo d'oro degli anni 2011-2013, allorquando nel primo semestre si riusciva ad esportare oltre 13 milioni di euro. Tale exploit risulta stimolato anche in questo caso dagli acquisti di Stati Uniti e Canada, che, con 7 milioni di euro, rappresentano oltre il 60% del totale esportato. In particolare per gli Stati Uniti, nostro principale mercato di sbocco, che hanno superato i 4,6 milioni di euro, si tratta di un sostanziale recupero delle vendite del 2019, mentre il Canada (con 2,4 milioni) fa segnare una crescita costante iniziata nel 2018, dopo il crollo del 2016. Ottimo anche l'andamento delle vendite verso il Regno Unito (+57% rispetto al primo semestre del 2019), con 1,1 milione di euro, mentre registrano perdite tra il 15% e il 30% gli altri principali mercati europei, Germania e Grecia, arrivati ormai a toccare appena i 500 mila euro.

Per quel che riguarda il **marmo lavorato**, risulta piuttosto netto il recupero delle vendite all'estero, che hanno superato, con 14 milioni di euro, il livello raggiunto nel primo semestre del 2019 soprattutto grazie alla conferma del ritorno d'interesse, già registrato nella seconda parte dello scorso anno, verso i nostri prodotti da parte di quello che fino a qualche anno fa era il principale acquirente e che oggi torna prepotentemente ad esserlo, cioè l'Arabia Saudita, che, con una crescita che sfiora il 50%, interrompe finalmente il ciclo negativo degli anni precedenti al 2020, portando il controvalore degli acquisti dalle nostre imprese ai livelli del 2017, con ben 4,3 milioni di euro nel semestre in considerazione. Altrettanto positivo il trend verso il Kuwait, che raggiunge il livello record di vendite all'estero per un semestre di 2,6 milioni di euro, mentre non riesce a recuperare il crollo dello scorso anno il Marocco, che registra un calo del 15%, rispetto all'analogo periodo del 2019, con 4 milioni di euro, perdendo in questo modo la leadership di principale mercato di sbocco. Infine, nel corso del primo semestre dell'anno si sono affacciati nuovi acquirenti, come la Nigeria, che ha importato poco meno di 1 milione di euro di marmo trapanese, mentre sembrano destinati a scomparire gli acquisti di uno storico mercato, come quello degli Emirati Arabi Uniti.

Ad appesantire il comparto marmifero, come dicevamo, sono soprattutto le sempre più scarse vendite all'estero di **marmo grezzo**, calate, rispetto all'analogo periodo del 2019, di oltre il 56%, a causa del continuo netto ridimensionamento dei due principali e quasi esclusivi clienti, cioè l'India, che ha più che dimezzato gli acquisti, pur rimanendo il principale cliente con appena 700 mila euro, ed Egitto, che è quasi scomparso con appena 200 mila euro di importazioni dal nostro territorio. Sparite purtroppo anche le esportazioni verso la Cina, che lo scorso anno era diventato il secondo importatore di marmo grezzo trapanese.

Ottimo il recupero di vendite da parte dell'**olio**, tornate quasi al livello record del 2019, con poco meno di 8 milioni di euro. La crescita della domanda si deve in massima parte a quello che rappresenta sostanzialmente l'unico mercato di sbocco dell'olio trapanese, cioè gli Stati Uniti, che hanno registrato, rispetto al primo semestre del 2020, un incremento di 1 milione e mezzo di euro, toccando i 6 milioni di euro, pur rimanendo distante dal dato record del 2019 di oltre 7 milioni di euro. Continua a manifestare un certo

interesse verso il nostro olio anche il Giappone, che, arrivato ad importare 700 mila euro di controvalore, rappresenta pur sempre l'unica alternativa estera per il nostro prodotto, dato che fatica a riprendersi il mercato canadese, che rappresenta ormai poco più del 3% delle vendite di olio trapanese.

Ancora in calo, anche rispetto al 2020, le esportazioni di **gambero rosso** di Mazara del Vallo (ridottesi di un ulteriore 13,7%), facendo segnare con 3,7 milioni di euro il peggior risultato degli ultimi 20 anni. Purtroppo, l'export di gambero risulta troppo condizionato, così come accade per l'olio, dalla carenza di acquirenti, provenendo gli acquisti per il 60-70% dalla Spagna, mercato che nel corso del primo semestre del 2021 ha segnato un calo di 1/3 circa rispetto alla già pessima annata del 2020, e che ha visto più che dimezzare gli acquisti in soli 3 anni. Se la situazione non è ulteriormente peggiorata si deve a qualche timido segnale di ripresa da parte dell'unico altro mercato di sbocco, cioè la Grecia, che ha fatto registrare un incremento rispetto all'analogo periodo del 2020, ma rimanendo, con appena 700 mila euro, nettamente al di sotto del dato del 2019 di oltre 1,1 milione di euro.

Stabili, infine, le esportazioni **dei prodotti da forno e della lavorazione delle granaglie**, che hanno registrato una lieve crescita del 2% rispetto ai primi sei mesi del 2020, sfiorando i 5 milioni di euro, soprattutto grazie agli acquisti della Romania per i prodotti amidacei e di Belgio e Stati Uniti per i prodotti da forno.

**A cura dell'Ufficio Studi e Statistica
della Camera di Commercio di Trapani**