



MF Sicilia

LE NOTIZIE E I PROTAGONISTI DELL'ECONOMIA REGIONALE



NORMANNI, AQUILE & ELEFANTI

■ Viene presentato lunedì (23 giugno) alle 10 all'Assessorato regionale all'agricoltura di Palermo in Viale Regione Siciliana 2771, il progetto pilota «Vetrine promozionali e punti mercatali» e del marchio di certificazione Qualità Sicura Sicilia. Saranno presenti l'Assessore all'Agricoltura Ezechia Reale e il dirigente generale del dipartimento Rosaria Barresi.

■ Giuseppe Di Benedetto, 33 anni, della ditta Centro carne spa di Santa Ninfa, operante nel settore agroalimentare e dell'industria di lavorazione delle carni, è il nuovo presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Trapani. È stato eletto, ottenendo l'unanimità dei consensi, nel corso dell'Assemblea generale dei soci del gruppo che si è tenuta nella locale sede di Confindustria. Il nuovo presidente ha ringraziato i presenti ed ha indicato il programma per i prossimi mesi. Di Benedetto succede a Fiorella Alagna che ha guidato il gruppo negli ultimi due anni e che nella relazione di fine mandato ha evidenziato il percorso tracciato.

VALGONO 3,5 MILIARDI LE VENDITE SICILIANE NEI PAESI ESTERI

Ecco dove va l'export

Dato in diminuzione del -14,8% dovuto alla discesa dei prodotti petroliferi. L'agroalimentare registra buoni numeri. Il 50% dei prodotti in Europa finisce

DI ANTONIO GIORDANO

Ancora segno meno per le esportazioni siciliane, ma tra le imprese cresce la voglia di incrementare il commercio estero. Archiviato il 21,5% del 2012, il 2013 si è chiuso con un -14,8%, determinato da un calo delle vendite passate dai 13 miliardi di euro del 2012 agli 11 miliardi dello scorso anno. Un calo vistoso soprattutto in confronto al dato nazionale sull'export che si attesta sul -0,1%. Come già avvenuto l'anno precedente, la dinamica negativa è stata influenzata principalmente dalla diminuzione delle vendite dei prodotti petroliferi raffinati (scese ancora del 22%). Tuttavia, al netto dei prodotti petroliferi le esportazioni siciliane sono cresciute del 6% per un fatturato complessivo di 3,5 miliardi di euro. Al segno meno, infatti, fanno eccezione alcuni settori: in pole position con una crescita esponenziale c'è «navi e imbarcazioni» (+236%), seguito da «elettronica» e «prodotti alimentari» (entrambi +13%, in linea con l'anno precedente). Da segnalare l'aumento, tra i principali comparti, delle vendite di articoli farmaceutici (+10%) e prodotti chimici (+8). A scattare la fotografia sull'export

made in Sicily è Unioncamere Sicilia che, nell'ambito della XII Giornata dell'Economia, ha fatto il punto sull'andamento del commercio estero nel 2013. «Come sempre accade in Sicilia», spiegano gli analisti di Unioncamere Sicilia, «l'export dell'Isola è determinato per circa due terzi dal settore petrolifero, concentrato per la quasi totalità nella provincia di Siracusa e in parte anche nel Messinese. Basta dunque», osservano, «un calo nelle vendite del raffinato per influenzare tutto l'andamento del commercio estero. Di contro, però, assistiamo a una piccola e costante crescita di altri settori come quello dell'agroalimentare, specialmente in alcune province come Trapani, Messina e Palermo. Si tratta di un segnale positivo che viene ancora di più rafforzato dalla maggiore propensione che le imprese siciliane stanno mostrando nei riguardi dei mercati esteri». «L'export», commenta Antonello Montante, presidente di Unioncamere Sicilia, «rappresenta uno dei motori di crescita più importanti per la Sicilia. Per questa ragione, l'azione a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese è diventata una delle aree di intervento prioritario del sistema camerale. Servono scelte coraggiose per agganciare definitivamente

I consigli del mondo del credito

Il forum sulla Cina organizzato da Unicredit è servito a fare il punto della situazione sull'export siciliano verso il paese orientale. Cercando di mettere in luce i punti di forza e di debolezza. Un confronto nel quale la banca e l'associazione degli industriali che lo ha ospitato hanno offerto i propri servizi, tra cui una piattaforma per il commercio elettronico i cui dettagli sono in via di definizione. Per il responsabile settore pubblico e sviluppo del territorio della banca, Vincenzo Tuminello «le imprese chiedono assistenza e strumenti per conoscere il mercato». «Le aziende devono provare a consorzarsi sapendo che le quantità che può assorbire quel mercato possono essere fuori dalla portata» e «nell'e-commerce è impensabile attendere tempi di trasporto via nave, ma bisognerebbe investire per avere anche la disponibilità di magazzini».

mente la ripresa economica e dotare finalmente l'Isola di un piano industriale che incentivi le aziende a investire e creare sviluppo». Nel corso del 2013 le importazioni siciliane sono diminuite del 4,7%. Anche in questo caso la performance è determinata da un calo dell'acquisto del petrolio greggio (-9,6%) e da altri prodotti chimici (-16,8). Il saldo import/export è negativo: si importa di più di quanto si esporta per una differenza pari a 8,8 miliardi di euro. Tra i principali importatori si confermano la Federazione Russa e l'Azerbaijan; in crescita l'Algeria e in forte calo la Libia. Sul fronte delle vendite all'estero, i princi-

pali mercati di riferimento sono Turchia e Francia nonostante entrambe siano in calo rispetto l'anno precedente del 3,2% nel primo caso e del 20,1% nel secondo. In aumento, invece, le esportazioni in Libia (+15,6%) mentre gli Stati Uniti perdono terreno con un -42,4%. Più in generale, a livello di macroarea, il primo partner commerciale dell'export siciliano sono i paesi Europei dove finisce circa il 50% dei prodotti made in Sicily (per un valore di 6,1 miliardi di euro). Seguono Africa (22% del totale e un fatturato di 2,4 miliardi) e il Medio Oriente (8,4% e 932 milioni di euro). (riproduzione riservata)

L'olio alla conquista della Cina

di Antonio Giordano

Partito pochi giorni fa il primo container carico di sei mila litri di olio d'oliva di qualità a marchio La Goccia d'Oro, la società cooperativa di Menfi (Agrigento) che riunisce oltre 1.100 produttori sparsi nell'Isola. Un traguardo che si aggiunge a quelli già raggiunti in tema di export con la presenza in Canada, Germania, Giappone e Irlanda. «Un risultato che ci inorgoglisce», commenta il presidente Giuseppe Oro dal 2002 alla guida della società, «un risultato che premia gli sforzi sin qui profusi dal Consiglio di Amministrazione e, dallo staff per la vendita del confezionato. Un risultato dedicato a tutti i nostri soci che con il proprio lavoro consentono di vendere nel mondo olio di qualità». Il prodotto inviato è destinato al mercato di Shanghai e delle zone vicine e l'ordine è composto dai

prodotti di gamma alta: la linea della dopo e quella del biologico e dei monovarietali. Ma l'approdo in Cina non è stato semplicissimo. Racconta il direttore Accursio Alagna, direttore della cooperativa che «la trattativa a fine settembre». Tempi lunghi dovuti «a una enorme burocrazia e all'altissimo numero di certificazioni che hanno richiesto». Quindi la scelta dei prodotti «solo di gamma alta», spiega Alagna, «noi possiamo competere sulla qualità non certo sulla quantità». Tenuto conto che il container impiegherà 45 giorni di navigazione per raggiungere la destinazione dagli stabilimenti di Menfi credono che possa essere possibile un invio di tre partite di olio all'anno, una volta a regime. Dopo la Cina si continua a puntare sul mercato internazionale. Allo studio anche l'ipotesi di vendita in Korea. (riproduzione riservata)

Soluzioni integrate per l'e-commerce

di Antonio Giordano

Per riuscire a vendere all'estero c'è anche bisogno di un insieme di soluzioni aziendali che permettano di ottimizzare le risorse. A questo hanno pensato a Marsala, dagli uffici della CIs informatica che ha chiuso un accordo con Poste Italiane per quanto riguarda l'e-commerce. La società siciliana, attiva da 25 anni nel campo della progettazione di software aziendali, ha messo a punto un sistema gestionale integrato con gli strumenti dell'e-commerce e della logistica offerti da Poste italiane. L'acquisto online viene immediatamente registrato nella contabilità ordinaria della azienda e nel sistema di gestione mentre la spedizione è in carico alle poste. Un sistema che offre, oltre ai vantaggi di minori passaggi amministrativi, anche un aiuto non indifferente nel settore della logistica

che è affidata a Poste che mette a disposizione i magazzini di stoccaggio a prezzi concorrenziali. «Il nostro obiettivo è quello di supportare il cliente in tutte le fasi della sua attività», spiega a Milano Finanza Sicilia Giuseppe Canino che, insieme a Vincenzo La Sala ha fondato la società, «e la collaborazione con Poste nasce dalla esigenza di fornire una soluzione in grado di vendere on line i prodotti che vengono gestiti dal nostro sistema. Non potevamo permetterci di avere due soluzioni distinte per la gestione dei prodotti e la vendita». L'accordo e il nuovo software, presentati nei giorni scorsi nel corso di un convegno che si è tenuto alle cantine Donnafugata di Marsala, ha suscitato l'interesse di molte aziende vinicole, di cui già CIs è partner, ma anche di tante imprese dell'agroalimentare. Prossimo step sarà l'integrazione con i social network. (riproduzione riservata)