

# *Il Made in Italy in Messico*

PROGRAMMA STRAORDINARIO DI PROMOZIONE



*promosso e finanziato dal*

## IL MERCATO

Il Messico, con 105,9 milioni di abitanti, un PIL nominale di circa 886,4 miliardi di USD ed un PIL nominale pro-capite di 8,426 USD, è la **15<sup>a</sup> economia mondiale** e la **2<sup>a</sup> dell'America Latina**. Dopo la nazionalizzazione del sistema bancario, decisa dal Presidente Lopez Portillo nel 1982, il Messico ha completamente rivoluzionato il proprio sistema economico e politico. Oggi vanta un'economia stabile ed in crescita, un sistema finanziario solido, accordi commerciali con le principali economie mondiali, un clima favorevole agli investimenti esteri.

Il Paese è andato così sviluppando lentamente un ambiente economico liberale, con miglioramenti evidenti nei settori finanziario e legale e grazie all'impegno dell'Esecutivo a garantire la stabilità economica ed il libero commercio.

### I punti di forza:

- **riconosciuta stabilità macroeconomica** conseguente al rigore con cui sono state condotte le politiche fiscali e monetarie dopo la crisi del 1994-95;
- **ampia disponibilità di risorse** (soprattutto petrolio, gas ed argento, ma anche piombo, grafite, fluorite, antimonio, uranio);
- **mercato del consumo in crescita** (in considerazione dei dati sulla popolazione e sul reddito pro-capite);
- **contiguità geografica con gli USA, il più grande mercato del mondo**, rafforzata economicamente nel 1994 dall'Accordo NAFTA e nel 2005 dall'ASPAN;
- Gli **accordi commerciali preferenziali**, fra i quali - oltre al NAFTA - quelli **con l'UE e con il Giappone**;
- Una popolazione di oltre 45 milioni di persone, economicamente attiva, giovane e qualificata;
- Un'importante area di destinazione degli **investimenti esteri** (il terzo fra i paesi emergenti dopo Cina e Hong Kong);

- Paese ponte dell'America Latina per gli **insediamenti produttivi**.

Un obiettivo del **Programma Straordinario Made in Italy** è attivare per la prima volta delle importanti azioni promozionali in Messico a favore di settori quali **l'arredo-casa e l'industria alimentare e gastronomica**, che non hanno potuto beneficiare in passato (per diverse priorità di intervento) di attività di supporto pubblico.

Il mercato dei beni di consumo di lusso e dei prodotti alimentari di alta qualità riscontra in Messico un interesse crescente: una vasta classe sociale ad alto reddito ricerca sempre più la novità e la qualità nell'offerta dei prodotti, come dimostra la **crescita vertiginosa della grande distribuzione** (centri commerciali e *mall*) e delle **boutique di lusso** (moda, arredo, alimentare, etc.) sul modello delle grandi catene americane ed europee. **Il Messico detiene oggi, dopo gli USA ed il Canada, la più importante e moderna rete di distribuzione di tutta l'America.**

Si prevede di rafforzare anche l'azione promozionale già realizzata a favore del **comparto della meccanica**, con interventi a carattere verticale ed in campi innovativi, come la creazione di centri tecnologici e **corsi di formazione** sulle novità dell'industria italiana.

Il sostegno promozionale in questo ambito è molto importante, in particolare per contrastare le azioni messe in campo dal nostro principale Paese concorrente, la Germania

## LE INIZIATIVE

### Arredo Casa

#### Esposizione di prodotti di alto design contemporaneo del settore casa

E' prevista un'esposizione di prodotti di alto design contemporaneo esclusivamente della filiera arredo (escluso artigianato), riproponendo il format della "Casa Italiana" realizzata con grande successo a San Paolo del Brasile, implementata per la parte di domotica e tecnologia per infissi e porte.

L'idea è quella di allestire una Mostra di prestigio che presenti nella sua interezza una "casa italiana moderna", che affianchi alla raffinatezza dell'arredo e dell'oggettistica la funzionalità delle strutture (pareti, isolamenti termici/acustici, infissi montati a vista), la sicurezza dell'impiantistica, la tecnologia e la comodità dei comandi automatizzati a distanza, ecc. In concomitanza della Mostra viene realizzato un fitto programma di seminari di presentazione del Made in Italy, tenuti direttamente dalle aziende e rivolti ad un pubblico composto da esperti e professionisti del settore.

### Agroalimentare

#### Convegno su industria alimentare e gastronomia italiane

I prodotti, già ampiamente conosciuti ed apprezzati sul mercato messicano presso le fasce di reddito più elevate, mostrano forti indicazioni per un'ulteriore crescita della nostra presenza sul mercato e vi è soprattutto necessità di produzioni autenticamente italiane, minacciate anche in questo Paese da contraffazioni, imitazioni da parte di merci locali o provenienti da Paesi terzi (il cosiddetto *Italian sounding*).

Il settore agro-alimentare viene sostenuto da azioni di informazione, formazione e comunicazione agli operatori messicani (importatori, ristoratori, distributori, albergatori) nonché ad *opinion leader* ed *opinion maker* locali, per incrementare la presenza sul mercato del prodotto italiano "autentico".

Un evento di richiamo nella capitale messicana - con un ciclo di conferenze tematiche ed incontri *BtoB* - presenta agli operatori messicani della gastronomia (scuole gastronomiche, ristoranti ed alberghi) ed alla distribuzione (GD, importatori, alberghi, ecc.) la ricchezza dei prodotti autenticamente italiani.

Parallelamente si prevede di realizzare anche momenti di formazione gastronomica e di cucina per chef ed allievi di scuole di cucina messicani.

### Promozione del vino italiano

Il vino italiano, come gli altri prodotti alimentari, è ampiamente conosciuto e apprezzato sul mercato messicano. Per capitalizzare le azioni finora svolte (missione di giornalisti e operatori commerciali, seminari informativi in Italia con Associazioni di Categoria) si prevede di realizzare:

- workshop di aziende;
- azioni presso la distribuzione *retail* e *horeca* (per sostenere le imprese già presenti sul mercato);
- attività di formazione settoriale.

## **Macchine per fonderia**

### **Partecipazione alla collettiva FUNDIEXPO**

La FUNDIEXPO 2009 rappresenta il momento commerciale più rilevante del comparto della fonderia dell'intero continente latino-americano. Si tratta di un appuntamento difficilmente rinunciabile per le aziende, sia per la cadenza triennale che per il fitto programma di seminari di aggiornamento durante la rassegna. Alla prossima edizione si prevede una collettiva di aziende qualificate, organizzata in collaborazione con l'Associazione di categoria del AMAFOND.

### **Centro tecnologico macchine per fonderia**

Si prevede di impiantare un'unità produttiva con macchinari italiani della fonderia, in collaborazione con l'Associazione italiana di categoria AMAFOND, presso il Centro Tecnologico CIIMMATH di Hidalgo (Centro de Innovación Italiano-Mexicano en Manufactura de Alta Tecnología Hidalgo), attualmente in fase di creazione e già dotato di macchinari italiani per la lavorazione del metallo, espandendo l'area di produzione anche al settore della fonderia.

## **Macchine lavorazione marmo**

### **Organizzazione corsi di formazione**

Per sensibilizzare l'imprenditoria locale sull'innovazione delle macchine italiane (finalizzata all'acquisto ed ad altre azioni di collaborazione industriale) verranno realizzati dei corsi, tenuti da consulenti italiani, rivolti a tecnici e ingegneri di imprese locali della lavorazione marmo. I corsi saranno strutturati in una parte teorica ed una parte pratica realizzata presso imprese locali che utilizzano macchinari italiani.

## **Macchine lavorazione ceramica**

### **Partecipazione ad Italian Ceramic Technology Award**

"Italian Ceramic Technology Award" è un premio che viene assegnato a studenti in discipline tecniche (Facoltà di Ingegneria, Master/Corsi di specializzazione) – sul settore specifico delle macchine lavorazione ceramica – in seguito ad apposito concorso basato sulla presentazione di tesine su argomenti relativi all'utilizzo delle tecnologie di produzione per il settore in questione. L'intento è sensibilizzare i nuovi imprenditori locali sulle nuove tecnologie italiane di settore.

### **Azioni di comunicazione a favore delle macchine lavorazione della ceramica**

Le azioni di comunicazione a valenza orizzontale promuoveranno l'intero comparto della meccanica e tecnologia italiana attraverso giornate tecnologiche, seminari, articoli publi-redazionali ed altre attività di promozione sui media, partecipazione ad importanti eventi a carattere economico, ecc.

## Macchine lavorazione plastica

### Formazione a favore del Centro Macchine lavorazione plastica

In occasione dell'avvio di un Centro di Formazione messicano con macchinari italiani per la lavorazione della plastica, si realizzerà un programma pluriennale per attività didattiche e/o seminariali che permettano di mantenere una collaborazione Italia/Messico a favore del settore.

**Per maggiori informazioni:**

ICE – Istituto nazionale per il Commercio Estero

Made in Italy

Via Liszt, 21 – 00144 Roma

e-mail: [madeinitaly@ice.it](mailto:madeinitaly@ice.it)