

IL MESSICO E LE NUOVE OPPORTUNITÀ



MESSICO: LA SITUAZIONE ECONOMICA E LE OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE ITALIANE

Introduzione

Analisi geopolitica del Paese e caratteristiche socioeconomiche del mercato

Il Paese, collocato nella sfera nordamericana, funge da cerniera fra le due americhe di cui condivide aspetti linguistici, culturali, economici e demografici.

La vicinanza geografica con gli Stati Uniti, la solidità finanziaria, la stabilità della valuta (1 euro = 22 pesos circa), la presenza di incentivi fiscali, l'apertura al commercio internazionale, il costo del lavoro relativamente basso e una manodopera giovane (circa il 50% della popolazione al di sotto dei 28 anni) sono solo alcuni dei punti di forza del Messico.

Il Paese ha aderito a numerosi accordi di libero scambio tra cui l'accordo USMCA con Stati Uniti e Canada, e il recente accordo Globale UE-Messico che si appresta ad entrare in vigore.

L'economia messicana si distingue, inoltre, nel panorama latino-americano, per la sua stabilità, con un buon andamento di consumi interni, investimenti ed esportazioni. Questo è uno dei principali fattori che spingono le aziende italiane a investire nel Paese.

Snapshot dei principali dati macroeconomici

Il PIL è cresciuto negli ultimi anni ad un tasso medio del 2% con l'eccezione della leggera flessione (0,1%) registrata lo scorso anno; le finanze pubbliche sono relativamente in buon ordine, l'inflazione è bassa (2,15%) e il rapporto debito pubblico /PIL è sotto controllo (53% circa nel 2019).

La ricchezza si presenta distribuita in maniera fortemente disomogenea, all'interno della popolazione, generando una larga fascia di popolazione con un potere d'acquisto medio e una ristretta élite di consumatori rivolta a consumi di alta gamma.

Nel 2019 l'Italia si è posizionata al 5° posto per volume di investimenti stranieri in Messico dietro USA, Spagna, Canada e Germania; il Paese rappresenta anche il secondo mercato di sbocco per le nostre esportazioni nel continente americano dopo gli Stati Uniti con un volume di esportazioni verso il Messico di circa 4 miliardi di euro e di importazioni pari a circa 1 miliardo di euro (con valori analoghi a Canada e Brasile).

Principali competitors europei dell'Italia nelle esportazioni sono Germania e Spagna (UE ha una quota di mercato di circa 11-12%). Le esportazioni italiane riguardano principalmente macchine per uso industriale, macchine utensili e componentistica per l'automotive, prodotti della chimica e prodotti dell'industria plastica; fra le importazioni sono prevalenti i prodotti dell'industria estrattiva (minerali e idrocarburi), metalli lavorati e prodotti chimici e plastici; a questi si aggiungono apparecchiature per le telecomunicazioni e per l'informatica.

Cenni sul quadro normativo regolamentare; rilievo barriere doganali ed ostacoli al commercio

In virtù degli accordi di libero scambio attivi e in previsione dell'entrata in vigore dell'accordo con l'UE, il quadro si presenta particolarmente favorevole per le aziende italiane perché prevede l'abolizione da parte del Messico dei dazi rimasti su alcuni prodotti legati soprattutto al comparto agroalimentare europeo e protegge 340 IGP dal rischio di imitazione; inoltre semplifica le procedure doganali messicane facilitando il commercio di prodotti industriali europei, la vendita di servizi e la partecipazione a gare d'appalto.

Rimangono in vigore le procedure richieste per l'etichettatura e il rilascio di autorizzazione per determinati settori (agroalimentari e farmaceutica, ad esempio).

Informazioni di tipo contingente

In alcuni Stati del Messico sono presenti parchi industriali e cluster tecnologici specializzati e dotati di importanti infrastrutture; inoltre sono presenti incentivi da parte delle singole istituzioni locali per le aziende che investano in un determinato Stato valorizzandone il territorio.

Il comparto infrastrutturale è quello che sta aprendo maggiori spazi, soprattutto alle aziende italiane sia nel campo dell'energia che nel campo dei trasporti.

Al momento il governo ha varato una decina di progetti (telefonia, minerario e trasporto aereo) per i quali sono in fase di avvio i primi step. Tra i progetti più importanti va citato il "Tren Maya" e la costruzione del nuovo aeroporto di Santa Lucia. Nel primo caso il progetto permetterà di collegare alcune mete turistiche del Messico nella penisola dello Yucatan che ospita sia i più importanti siti archeologici Maya nel Messico, sia la più estesa presenza di resort e ap-prodi di crociera.

Istruzioni per affrontare il mercato / accedere

Presentazione degli aspetti normativi nazionali (e, ove presenti, locali): sistemi doganali, forme di pagamento, norme igienico-sanitarie, standard, qualitativi, norme su etichettatura. Focus su eventuali accordi commerciali.

Il sistema doganale è gestito dal Governo Federale attraverso l'Amministrazione Generale delle Dogane del Sistema di Amministrazione Fiscale (SAT). È consigliabile l'utilizzo di una L/C irrevocabile e confermata ed evitare l'invio di campioni di un certo valore o di somme di denaro per pagare tasse o diritti doganali eventualmente richieste dalla controparte. Sono previsti processi di certificazione sanitaria ed etichettatura per diversi prodotti (agroalimentare) e di conformità con le specifiche tecniche locali (**NOM – norma oficial mexicana**).

In alcuni casi è, inoltre, necessario ottenere delle autorizzazioni previe (settore farmaceutico e cosmetico).

È stato recentemente rinnovato l'accordo di libero scambio Unione Europea/Messico e l'accordo di libero scambio tra Messico, Stati Uniti e Canada. Il paese ha firmato 13 trattati di libero commercio con 50 paesi, 32 accordi per la promozione e protezione reciproca degli investimenti con 33 paesi e 9 accordi di complementazione economica attraverso l'Associazione Latino Americana d'Integrazione.

Principali caratteristiche dei canali di importazione, distribuzione e vendita

Si tratta di un mercato in cui non è possibile operare a distanza. Nei vari settori d'interesse le aziende italiane dovranno trovare un partner locale che si occupi della distribuzione del prodotto e dell'assistenza post-vendita o aprire una propria filiale nel paese.

Il Messico è un paese molto centralizzato in quanto a produzione e consumi. Città del Messico con i suoi circa 11 milioni di abitanti ospita le sedi delle maggiori società di import del paese e costituisce indubbiamente una tappa obbligata nella ricerca di un eventuale distributore o controparte in Messico.

Le altre città economicamente più internazionali/industrializzate sono, tra le altre, Monterrey, Guadalajara, León (Stato che fa parte del cluster Automobilistico insieme agli stati di Aguas Calientes, San Luis Potosí e Querétaro), Cancun, Guanajuato, Queretaro, Città del Messico e Tijuana.

Percezione dei prodotti italiani da parte dei consumatori: *strengths and weaknesses*

Il made in Italy è, generalmente, molto apprezzato nel paese e viene riconosciuto come sinonimo di qualità. In alcuni settori, come ad esempio abbigliamento e arredo è ancora relegato alla fascia alta dei consumatori e consideriamo che ci siano buone possibilità di espansione nelle fasce medie e medio alte di consumo. Nei settori ad alto contenuto tecnologico, come ad esempio la meccanica, le soluzioni offerte dalle aziende del nostro paese permettono di offrire soluzioni ad hoc particolarmente apprezzate dall'industria locale.

Un altro comparto in cui l'esperienza italiana può trovare buoni spazi di espansione è legato a tecnologie e soluzioni che pongano enfasi sull'efficienza e sul risparmio energetico. Per quanto riguarda i punti di debolezza dell'offerta italiana evidenziamo la necessità di organizzare al meglio il servizio post-vendita e di assistenza tecnica e il poco accesso al credito.

Cross cultural management and business etiquette: gestire gli aspetti culturali del Paese, declinare e adattare la comunicazione online e offline dell'azienda

In Messico rivestono una grandissima importanza le conoscenze personali e i contatti informali. Una qualificata controparte messicana deve conoscere il mercato e garantire una rete di contatti con le persone chiave nelle principali aziende del settore e all'interno della Pubblica Amministrazione.

Il messicano che negozia all'interno di un'azienda è quello con la più alta gerarchia poiché ha un mix di conoscenza gerarchica.

Gli interlocutori con cui ci si interfaccia difficilmente daranno una risposta negativa rispetto ad un'offerta a cui non sono interessati, sostituendo alla comunicazione diretta la mancata risposta alle vostre comunicazioni o il rinvio a data da destinarsi della finalizzazione dell'ordine.

Il messicano negozia con la tendenza al "regateo" (tirare sul prezzo), ma accetta le motivazioni in caso di prezzi fissi in caso che la controparte si adatta alle culture e fornisce informazioni sufficienti. I rapporti con le controparti sono cordiali, ma molto formali.

L'utilizzo del digitale nel mercato di riferimento: focus su social network e Marketplace

Cresce il canale online con un valore attuale a doppia cifra (2019), diventando uno dei canali di vendita al dettaglio più grandi. In alcuni settori, come quello dell'abbigliamento, diversi studi hanno messo in evidenza come la ricerca di prodotti italiani sia molto più alta dell'acquisto degli stessi, con ogni probabilità per l'alto prezzo dei prodotti offerti. Marchi famosi che sono entrati nel canale includono Liverpool, Palacio de Hierro, La Comer, Amazon, Linio, Costco, Sam's e Walmart.

Economia di tempo, traffico intenso e parcheggio limitato in alcune località, favoriscono l'acquisto online per evitare di recarsi nei negozi fisici. Le modalità di vendita attraverso i principali canali di e-commerce prevedono sia l'acquisto del prodotto da parte della piattaforma, che si farà carico di tutte le operazioni di sdoganamento e successiva vendita, che la vendita attraverso importatori locali.

La crescita principale, fino al 300%, riguarderà prodotti di dispensa, farmacia, drogheria, igiene personale, pulizia, alimenti per animali domestici, prodotti digitali (come musica, film e videogiochi) e servizi di ristorazione.

Il 69% dei consumatori online sarà di classe media.

È importante prevedere una versione in lingua locale della propria pagina web.

Opportunità per mercato-settore / crescere

Trend di mercato: settori con elevata crescita e opportunità di ingresso per i prodotti italiani e indicazioni per settori su andamento domanda e concorrenza degli altri partner commerciali

A seguito della recente riforma energetica che apre, seppur con limitazioni, i settori degli idrocarburi e dell'energia elettrica all'iniziativa privata, esistono interessanti opportunità per le imprese italiane con un *know how* specifico.

Le imprese italiane, inoltre, possono trovare in Messico un enorme potenziale di produzione energetica da fonti rinnovabili (solare, eolica, biomasse) ed una crescente domanda di tecnologie ambientali legate al trattamento delle acque, rifiuti solidi urbani, trasporto pubblico.

Rispetto all'industria manifatturiera riscontriamo una precisa volontà di abbandonare uno schema legato alla semplice subfornitura, per arrivare ad un'integrazione maggiore delle filiere produttive ad alto valore aggiunto. Rispetto al settore Aerospazio e Sicurezza, si tratta di due comparti che nel paese stanno mostrando interessanti opportunità di espansione sia per quanto riguarda la vendita di sistemi completi che per la vendita di servizi (fotografie satellitari ad esempio).

Per quanto riguarda, invece, il settore Oil and Gas si procederà, inoltre, con la modernizzazione di sei raffinerie e la costruzione di un nuovo impianto di raffinazione per il quale è stato già assegnato il contratto di ingegneria. Nel comparto infrastrutture segnaliamo che sono stati avviati importanti progetti legati alla costruzione di un nuovo aeroporto internazionale per Città del Messico (Santa Lucia che sarà localizzato nella municipalità di Tecamac), la modernizzazione di diversi scali aeroportuali nel centro e nord del paese, la modernizzazione di diversi aeroporti e importanti progetti ferroviari, come il Tren Maya, il Tren Transistimico e la costruzione, ammodernamento ed espansione di varie linee metropolitane in diverse città del paese.

Indicazioni per settori su andamento domanda e concorrenza degli altri partner commerciali

Nel settore Automotive segnaliamo che negli ultimi anni si sono stabilite in Messico oltre 600 imprese per la fornitura di componentistica e ricambi ed aftermarket, sia per il mercato locale che per l'esportazione. Nonostante la contrazione del comparto a causa del Covid, la ripresa potrà portare alla creazione di filiere di sub fornitura più corte con possibilità di espansione sia verso i grandi impianti in Messico che verso il mercato statunitense.

Altri settori con buone prospettive di crescita sono legati alla meccanica per la rinnovata domanda di automazione industriale, l'abbigliamento e l'agroalimentare. Inoltre, tenendo conto del credito di cui godono i macchinari di produzione e la tecnologia italiani, opportunità interessanti si riscontrano nell'industria alimentare e dell'imbottigliamento delle bevande, nella fonderia e nella lavorazione di marmo e vetro, nell'industria ceramica, nella farmaceutica e nello sfruttamento delle miniere così come nell'agricoltura, nei metodi di irrigazione e nella lavorazione del legno. L'Italia è il secondo esportatore tra i paesi europei in Messico superato solo dalla Germania e con un flusso di esportazioni superiore a quello spagnolo. I principali concorrenti sono i paesi parte dell'USMCA e la Cina.

Il settore agroalimentare occupa una quota di mercato al di sotto delle sue potenzialità, schiacciata dalla presenza spagnola e in parte francese; per una crescita del prodotto sul mercato è indispensabile potenziare la comunicazione sulla cultura gastronomica italiana originale e sui prodotti che la compongono, eventualmente anche in chiave nutrizionale.

L'Italia è uno dei principali fornitori in crescita (+5% nel 2019) di complementi d'arredo al 5° posto dietro Stati Uniti, Cina, Canada e Spagna; inoltre, il Messico è il principale mercato di sbocco in America Latina.

Strumenti governativi per attrazione degli investimenti esteri e opportunità di gare internazionali

Il rinnovato accordo Unione Europea-Messico facilita la partecipazione a gara d'appalto locali per le aziende del nostro continente. Le aziende estere che investono nel paese sono considerate a tutti gli effetti come aziende locali, anche se in alcune gare d'appalto nazionali recenti disposizioni hanno richiesto un capitale maggioritario locale per poter partecipare alla gara (es. Raffineria Dos Bocas). Il paese è molto aperto agli investimenti internazionali e sono previste una serie di sgravi fiscali legati a tasse statali (locali) a seconda dell'entità dell'investimento; molti stati e municipi hanno, inoltre, semplificato le operazioni di apertura per le aziende. Le principali gare che segnaliamo sono legate alla modernizzazione delle infrastrutture dei trasporti.

L'attività di supporto e promozione di ICE

I servizi principalmente richiesti dalle aziende sono informazioni di primo orientamento, profili operatori esteri e ricerca partner; alcune aziende richiedono di sondare la recettività del mercato con il servizio "Il tuo prodotto sul mercato" o di avere un quadro dettagliato del settore specifico.

Molto frequenti sono le richieste su dazi, certificazioni, licenze ed etichettatura dei prodotti. I richiedenti sono espressione di tutti i comparti industriali, anche se le richieste più frequenti provengono dalle industrie agroalimentari, dalle industrie meccaniche e di subfornitura legata ai grandi progetti, all'impiantistica (oil & gas e acciaieria), all'energia, all'agricoltura e alla salute e sicurezza. Questo sia sul versante dell'edilizia in senso lato che della tecnologia (macchinari e prodotti). Sono ben rappresentati i settori dell'eccellenza per cui l'Italia è nota: vino, in primis, e alimenti; non mancano anche la cosmetica e la chimica in generale.

La regolamentazione dell'accesso sul mercato di molti prodotti rappresenta un ostacolo, a volte facilmente superato con una buona guida alle operazioni tecniche e amministrative.

Manifestazioni in Messico e nell'area

- Partecipazione collettiva a **CIHAC**, Città del Messico 13-15 ottobre. Collettiva dedicata al settore lapideo sia con aziende del prodotto finito che con aziende produttrici di tecnologia per la lavorazione del prodotto
- Collettiva italiana ad **Antad/Alimentaria**, Guadalajara, 14-16 ottobre. Collettiva dedicata al settore agroindustria
- **Workshop sull'occhialeria** a Panama (Rif. ICE Bogotà prevista ad ottobre)

Manifestazioni in Italia

- Incoming di operatori a **Expocomfort** Milano 8-11 settembre, soluzioni tecnologiche e ambientali
- Incoming di operatori a **Expodental**, Rimini 17-19 settembre in collaborazione con UNIDI
- Incoming di operatori a **BIMU Milano** 14-17 ottobre settore delle macchine utensili



www.ice.it

Italian Trade Agency 

@ITAttradeagency 

ITA - Italian Trade Agency 

@itatradeagency 