

Dall'energia al lusso, in Messico l'export italiano vale 6,6 miliardi

Giovanna Mancini

Un partner strategico, spesso sottovalutato, che rappresenta una valida alternativa per le imprese italiane in cerca di nuovi mercati in cui investire o consolidarsi per compensare il rallentamento degli Stati Uniti. Con 9,6 miliardi di dollari complessivi di interscambio nel 2024 e un saldo commerciale attivo per l'Italia di 7,6 miliardi di dollari, il Paese americano guarda con grande interesse alle tecnologie e ai beni intermedi made in Italy, necessari a rafforzare la competitività del proprio sistema produttivo, ma anche ai beni di consumo italiani, soprattutto della moda, del design e del food. «È un'economia a forte vocazione industriale, quindi simile a quella italiana, con una grande capacità produttiva anche in termini di competenze», spiega Letizia Magaldi, presidente di CaMexItal, la Camera di Commercio del Messico in Italia che riunisce circa 90 associati (per il 30% imprese messicane e per il restante 70% realtà italiane con presenza industriale o commerciale in Messico), che generano un valore della produzione complessivo pari a 160 miliardi di euro.

Proprio delle opportunità che si aprono su questo mercato (a oggi solo il 23° Paese di destinazione di prodotti made in Italy) si è parlato ieri a Roma, in occasione del secondo Business & Investment Forum México-Italia, dedicato alle relazioni economiche tra i due Paesi, promosso da CaMexItal in collaborazione con Unioncamere e con il patrocinio dell'Ambasciata del Messico in Italia. L'evento ha visto anche la consegna del Premio d'Eccellenza Messico-Italia, assegnato a imprese e personalità che si sono distinte nel rafforzamento dei legami economici, culturali e diplomatici tra i due Paesi. Tra le imprese premiate, Alpha Yacht, GPI, attivo nel settore della sanità, e il gruppo assicurativo Howden.

«Bisogna sommare gli scambi di Brasile, Argentina e Cile, per equiparare gli scambi che il Messico ha con l'Italia», aggiunge Magaldi. «Il nostro Paese esporta soprattutto macchinari industriali, mezzi di trasporto e prodotti chimici».

Secondo i dati di Infocamerestero, nel 2024 il nostro Paese ha esportato in Messico beni per un valore di oltre 6,6 miliardi di euro, in aumento del 7,3%. «Tra i settori tradizionali con un alto potenziale ci sono sicuramente la moda e il lusso, l'arredamento e il design e l'agroalimentare, a cui si aggiungono comparti emergenti e innovativi come le energie rinnovabili, i servizi digitali, l'economia circolare», dice ancora Magaldi. Le imprese italiane possono giocare un ruolo fondamentale per contribuire allo sviluppo delle infrastrutture del Paese, ma anche ai progetti legati alla transizione energetica e ambientale annunciati dalla presidente Claudia Sheinbaum. Le imprese possono inoltre beneficiare del fatto che il Messico fa parte del Nafta e rappresenta dunque un mercato di sbocco interessante anche come ponte verso gli Stati Uniti, ovvero come hub produttivo verso il continente americano, sebbene «le incertezze geopolitiche, come i possibili dazi statunitensi, rappresentino una sfida», osserva la presidente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA