

Commentary, 12 giugno 2015

## MESSICO: LA PORTA DELL'EUROPA VERSO IL NORD AMERICA

ALESSIA AMIGHINI

La prossimità geografica al mercato statunitense e i forti legami commerciali e produttivi con l'economia più ricca del mondo sono all'origine della crescita del Messico fino a divenire il quinto maggiore paese emergente del mondo e della sua crescente attrattività per le imprese estere.

Legato a doppio filo con l'economia statunitense – sul fronte commerciale, finanziario e produttivo – il Messico ne subisce significative influenze economiche. Gli Stati Uniti sono il primo mercato per l'export messicano (78,5%), costituito solo per il 10% dal petrolio, e dominato soprattutto da veicoli (22%), apparecchi elettrici (20%) e macchinari (15%), e per l'import, in prevalenza beni intermedi e macchinari (per esempio il 60% della componentistica auto è importato). La recente ripresa della crescita USA ha favorito un aumento dei migranti (la maggior parte dei quali dall'America Centrale), con il Messico, che riceve circa un terzo di tutte le rimesse dagli USA verso l'America Latina (secondo l'*Economist Intelligence Unit*, quasi 24 miliardi di dollari nel 2014, un aumento dell'8% rispetto all'anno precedente, dopo tre

anni consecutivi di declino). A fronte di un tasso di crescita del PIL che decelera drammaticamente dall'inizio della crisi (dal 5% nel 2010 all'1,7 nel 2014), l'accelerazione delle rimesse ne ha fatto aumentare l'importanza relativa per l'economia messicana, e con essa la dipendenza dal ciclo economico USA.

Il Messico è fortemente integrato nelle filiere produttive nordamericane (facendo leva su un basso costo del lavoro per unità di prodotto, poco più della metà di quello cinese), e gioca pertanto un ruolo strategico nell'ambito del NAFTA, l'Accordo di Libero Scambio con Stati Uniti e Canada. Sin dagli anni Sessanta del secolo scorso, la sua struttura produttiva è stata fortemente dominata dalle *maquiladoras*, piattaforme di assemblaggio che operano in regime duty-free, soprattutto nel nord del paese al confine con gli Stati Uniti. È una piattaforma strategica per la produzione di autoveicoli e componenti, che sta crescendo più rapidamente di quella cinese, la più grande del mondo, e che nel 2014 ha superato quella brasiliana per la prima volta dal 2002, grazie all'ingresso di due nuovi produttori, entrambi giapponesi, Mazda e Toyota (

rispettivamente con il 3,1 e il 2,2% del mercato secondo l'*Economist Intelligence Unit*). Essi saranno seguiti nei prossimi due anni dalle coreane Kia e Hyundai e dalle tedesche Audi, BMW e Mercedes-Benz, tutti orientati a servire il mercato USA, non di certo la debole domanda interna messicana, pari nel 2014 a poco più di 1 milione di veicoli (secondo l'AMIA, Asociación Mexicana de la Industria Automotriz), sebbene in crescita del 6% rispetto al 2013, ma ancora inferiore ai livelli del 2006 e solo circa un terzo rispetto a quella brasiliana.

Oggi la seconda economia più grande dell'America Latina dopo il Brasile, l'undicesimo paese più popolato del mondo e una delle 10 economie più importanti del pianeta nel 2020, il Messico è ancora caratterizzato da una significativa disuguaglianza nella distribuzione del reddito (il 23% delle famiglie ha un reddito inferiore ai 10.000 dollari l'anno) e da elevati livelli di povertà (45,5% la quota di popolazione al di sotto della soglia della povertà nel 2012) che rallentano l'espansione della classe media e l'aumento del consumo, ancora in buona parte orientato verso beni di prima sussistenza. Ma la spesa discrezionale è in aumento e il mercato al consumo è il secondo più grande di tutta l'America Latina dopo il Brasile (con un volume stimato di vendite superiore ai 400 miliardi di dollari). Con una popolazione di quasi 120 milioni di consumatori e alti livelli di urbanizzazione, il mercato messicano è, quindi, un target interessante per i beni di consumo (il Messico è il 15° mercato al mondo per alimenti, bevande e tabacco), incluse anche le eccellenze del Made in Italy destinate, prevalentemente, a una nicchia di consumatori estremamente ricchi.

Il Messico è il primo mercato per l'export italiano nel continente – da solo rappresenta il 40% dell'export totale verso l'America Latina, ma rimane solo il 31° nel mondo. Inoltre, - le importazioni dall'Italia sono in calo significativo dal 2013 (-12%), solo in parte mitigato nel 2014 (-7,7%). I principali settori di esportazione per l'Italia non includono beni di consumo, in maniera non sorprendente

alla luce delle caratteristiche della struttura economica del paese menzionate sopra, ma la meccanica strumentale (33%), la metallurgia (14%) e gli autoveicoli (12%), per un totale dell'1,3% del mercato interno, è un valore modesto rispetto al 3,4% della Germania, il principale concorrente.

La recente apertura del settore energetico e delle telecomunicazioni apre la strada a una diversificazione produttiva, mentre il reddito pro-capite atteso in crescita nei prossimi 5 anni rende il mercato interno più attrattivo. Infatti, in molti settori al consumo le importazioni messicane sono in rapida ascesa, con una crescita complessiva delle importazioni messicane dal resto del mondo stimata dal FMI superiore al 7% annuo nei prossimi 4 anni. Tra i settori in espansione, oltre a quello alimentare, vi sono idrocarburi e packaging.

L'Accordo di libero scambio che l'UE si propone di mettere in agenda oggi (12 giugno 2015) al Summit UE-America Latina a Bruxelles, e negoziare a partire dal prossimo autunno (a seguito di un accordo simile con il Canada e ai tentativi di siglarne un terzo con gli Stati Uniti), ha l'ambizione di creare un'area transatlantica di libero scambio, e rappresenta una nuova generazione di trattati che va ben oltre la riduzione delle barriere doganali per includere l'apertura dei mercati dei servizi e del *public procurement*. L'Accordo segnerebbe un ulteriore progresso per le potenzialità di interscambio e integrazione nelle filiere che si estendono tra il Nord America e le economie asiatiche che si affacciano sul Pacifico (e nelle quali le *maquilas* messicane fanno da snodo), con le quali gli Stati Uniti stanno negoziando un accordo commerciale, il TPP.

Il Messico diventerà pertanto un partner sempre più strategico in America Latina, e una conferma dello stallo in cui versa da sempre il Mercosur (l'accordo sudamericano di libero scambio), che con l'UE invece non è stato in grado d'intavolare una negoziazione.