

Il Messico oltre gli stereotipi «Secondi soltanto agli Usa»

• L'ambasciatore agli imprenditori: «Export per 8 miliardi di euro»
Il vicepresidente Dolcetta: «Ci sono grandi opportunità»

CINZIA ZUCCON

«Il Messico non è solo spagge e tequila e occasioni come quella di oggi fieri per chi legge, ndr) servono per superare gli stereotipi e scambiare informazioni su opportunità che nemmeno si immaginano. Il Messico è già, dopo gli Usa, il secondo partner commerciale dell'Italia nel continente americano con esportazioni per 8 miliardi di euro, soprattutto in tecnologia; più che verso l'India, il Canada, l'Australia e la Corea del Sud». Sono i numeri elencati dall'ambasciatore del Messico a Roma Carlos Eugenio Garcia de Alba Zepeda a mettere subito in evidenza la portata del rapporto commerciale con l'Italia in continua espansione: una media del +17 per cento nell'export dal 2021. Una crescita che Vicenza ha colto in pieno: nel 2023 le esportazioni verso il Messico hanno toccato i 329 milioni di euro: +18% in un anno, più del Veneto (+15,6%) e più dell'Italia (+11,3%). Anche se si trova al 16° posto per destinazione delle merci vicentine è di gran lunga il più alto incremento tra i primi 20 Paesi di esportazione e in un periodo in cui l'export ha sofferto verso diversi Paesi. Ed è proprio per cogliere le ulteriori possibilità di crescita in Messico che Confindustria Vicenza ha organizzato, in collaborazione con Intesa Sanpaolo, un incontro con l'ambasciatore,



L'incontro. Al centro l'ambasciatore Carlos Garcia de Alba Zepeda e il vicepresidente di Confindustria Vicenza Giovanni Dolcetta

tore, accolto dagli imprenditori vicentini e da Giovanni Dolcetta, vicepresidente con delega all'internazionalizzazione. «Un mercato di grandi opportunità», ha commentato Dolcetta, «è particolarmente importante per la filiera dell'automotive».

Ambasciatore, il Messico è la nuova fabbrica del mondo. Quali prodotti è più interessato a importare e quanto peso ha anche l'export?

Importiamo soprattutto macchinari, ma rappresentiamo anche il 42 per cento dell'export dell'America Latina e siamo il primo socio commerciale al mondo degli Usa con 800 miliardi di dollari all'anno. Un volume di scambi che raggiungono soltanto Germania, Francia, Italia, Regno Unito, Spagna, Brasile, Croazia e Argentina mes-

si insieme.

Export di cui può beneficiare anche l'Italia considerati gli accordi di libero scambio in 53 Paesi. Quali altri vantaggi offre il Messico, oltre a essere un mercato di 130 milioni di persone?

In effetti siamo il Paese con il maggior numero di accordi di libero scambio, stabile politicamente, offriamo risorse umane qualificate, bilingui, giovani, costi del lavoro e dell'energia bassi. Il Messico non è Sudamerica, è Nordamerica; abbiamo il 10° mercato interno più grande al mondo e l'accordo di libero scambio con Usa e Canada permette di produrre in Messico ed esportare senza dazi. Quindi chi produce qui in Italia per esportare negli Usa dovrebbe rivedere la propria strategia.

Sono in vigore 32 trattati di protezione bilaterale degli investimenti. Che vantaggi ha chi investe in Messico?

Siamo una federazione di 32 Stati in competizione per attrarre investimenti con incentivi diversi, dalle esenzioni fiscali per determinati periodi, alla formazione. Decidono i singoli Stati.

Ci sono settori più interessanti di altri?

C'è un grosso potenziale in tutti gli ambiti per investire in Messico. Ma anche i messicani investono molto in Italia. Più di un miliardo di euro nel turismo, ad esempio, ma investiamo anche nel sanitario, nell'agroalimentare: il primo produttore di pane in Italia è Bimbo, un gruppo messicano, e l'80 per cento dell'irrigazione del prosecco avviene con una tecnologia

messicana.

Furtoppo anche il Messico soffre di alcuni stereotipi: la vocazione turistica, il tasso di criminalità. Un limite per chi vuole investire?

Non nego il problema, anche se per la verità è ben peggio in altre aree del mondo. Le rispondo però con i risultati di un sondaggio che è stato sottoposto ai quasi 2 mila imprenditori italiani che sono già in Messico: il 95% ha risposto che non è mai stato toccato dal problema della criminalità, il 3% ha avuto qualche piccolo episodio e solo per il 2% ha rappresentato un problema. Il Messico soffre di stereotipi obsoleti che ancora prevalgono, bisogna cambiare visione perché si stanno sprecando delle opportunità. Per questo incontro le imprese.