

PAESE:

MESSICO

I. Analisi del contesto sociale ed economico di riferimento

A. Quadro degli indici economici, demografici, e sociali

Il Messico occupa una posizione di rilievo tra le economie dell'America Latina ed ha un **PIL** di 1.088 miliardi di US \$ (stime EIU, 2009) ed un PIL nominale pro-capite che ha raggiunto i 14.000 US \$ (stime EIU 2009). Nel primo semestre del 2009 il PIL a prezzi costanti si è contratto del 9.2% rispetto al medesimo periodo del 2008 e le stime per luglio 2009 del Fondo Monetario Internazionale indicano che il PIL reale si contrarrà del 7,3%, per poi sperimentare una moderata crescita nel 2010.

La crisi finanziaria del 2009 ha colpito duramente il Paese. La recessione delle economie avanzate ha significato per il Messico una **severa contrazione della domanda esterna** (soprattutto esportazioni verso gli Stati Uniti), del **settore turismo e delle rimesse degli emigrati** (il Messico è il secondo Paese al Mondo, dopo l'India, tra i ricettori di rimesse). La **diminuzione dei prezzi delle materie prime** e del petrolio ha colpito la principale fonte di entrate per il bilancio pubblico Messicano.

La **buona tenuta dei conti pubblici ed un sistema bancario e creditizio solido** hanno consentito di smorzare almeno in parte le ondate negative della crisi.

I peggiori segnali sono arrivati dai settori secondario e terziario che sono calati rispettivamente del -11,5% e del -10,4% su base annuale. Solamente le attività del settore primario hanno retto i colpi della crisi anche se la loro crescita è stata di un moderato +1,1% annuale. Secondo i dati dell'INEGI (l'Ente Nazionale di Statistica) il settore terziario **contribuisce** per quasi il 60% al PIL nominale, mentre il secondario ed il primario apportano rispettivamente circa il 35% ed il 5%.

Una componente importante nell'economia messicana è rappresentata dal turismo, che nel 2009 ha contribuito alla formazione del PIL con una percentuale dell'8,4%. Il Governo si è posto l'obiettivo di raggiungere nel 2012 una crescita annuale del PIL turistico pari al 5%.

I visitatori stranieri hanno raggiunto la cifra di 22,6 milioni nel 2008, mentre i dati preliminari a giugno 2009 valutano 10,7 milioni di turisti provenienti dall'estero. La recessione economica degli Stati Uniti ed i timori dovuti all'influenza A/H1N1 hanno comportato una dura battuta d'arresto per il settore. Il Messico è l'8° destinazione turistica a livello mondiale. Negli ultimi 12 anni, il Paese è stato visitato da una media di 20 milioni di turisti internazionali all'anno.

Secondo i dati pubblicati dall'INEGI, la **bilancia commerciale** messicana ha presentato nel 2009 un deficit di 6,1 miliardi di US\$. Le esportazioni totali a fine dicembre 2009 hanno toccato i **229,7 miliardi di US\$, segnando una diminuzione percentuale annuale del 21,43%**. In negativo risultano tutti i settori di esportazione, con picchi più elevati nei prodotti petroliferi e petrolio nello specifico (-39,0%) e nella manifattura (-17,9%).

Sempre secondo l'INEGI, le importazioni totali a fine dicembre 2009 sono state pari a **234,4** miliardi di US\$, con **una diminuzione percentuale annuale del 23,08%**.

La flessione generale del commercio internazionale del Paese va ricondotta alla contrazione generalizzata di tutte le categorie: beni di consumo, beni intermedi e beni di capitale, che ha registrato conseguenze anche nell'interscambio con l'Italia.

L'Italia è il 2° fornitore europeo del Messico, dopo la Germania e davanti a Spagna, Francia e Gran Bretagna ed il 9° partner commerciale del Messico a livello mondiale. Nonostante la forte contrazione registrata per effetto della crisi internazionale, nel 2009 il Messico ha continuato ad essere il secondo mercato di riferimento, in America latina, per l'export italiano. Circa l'80 % dell'export italiano in Messico è costituito da beni intermedi e strumentali (macchinari vari, prodotti metallurgici, chimici, plastici, apparati elettrici), e per il restante 20% da beni di consumo (moda e tessile, pellame, calzature, gioielleria, arredo casa, agroalimentare, medicinali). Il Messico esporta verso l'Italia prevalentemente prodotti chimici, macchine automatiche ed elettriche, motori per autoveicoli, turbo-reattori e turbo-propulsori, pesce congelato e legumi.

Le importazioni messicane dall'Italia (FOB), in considerevole calo rispetto all'anno precedente, hanno raggiunto, nel 2009, i 3.146,7 milioni di US\$, mentre le esportazioni del Messico verso l'Italia (FOB), sempre nel 2009, sono state 515,5 milioni di US\$, registrando una modesta flessione (fonte INEGI).

Nel 2009 la **popolazione** ha raggiunto circa 108 milioni di abitanti. I messicani fino a 14 anni di età rappresentano ben il 29,4% del totale, quelli tra i 15 ed i 64 anni sono il 65%, il rimanente 5,6% ha più di 65 anni. Circa 20 milioni di persone costituiscono l'insieme degli abitanti dell'area metropolitana della Capitale. Secondo i dati della Banca Mondiale il 18% della popolazione si trova al di sotto della soglia di povertà.

L'outlook OCSE del luglio 2009 indica che il tasso di **disoccupazione** è al 5,7% nel 2009 (nel 2008 al 4,0%).

L'indice nazionale dei **prezzi al consumo** a giugno 2009 segnava una variazione percentuale annuale del 5,74% (dati Banxico). La Banca Centrale ha deciso di mantenere l'obiettivo di riduzione dei tassi di interesse, che ha raggiunto il 4,5% a luglio 2009

Secondo la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, a giugno 2009 il **salario minimo nominale generale** (con differenze tra le aree geografiche) era di 53,19 pesos giornalieri (circa tre euro).

L'**industrializzazione** continua a favorire migrazioni dal Sud agricolo verso il Nord industrializzato. La maggior parte dell'attività industriale si concentra intorno a Città del Messico, Guadalajara e, per la parte settentrionale del Paese, nella zona di Monterrey.

B. Previsioni per il biennio seguente

Il Fondo Monetario Internazionale ha indicato una previsione di crescita del **PIL** messicano per il 2010 del 3,2%. Il tasso di **disoccupazione** è previsto in leggero aumento, al 5,9%, nel 2010 (EIU, 2009). La debolezza della domanda comporterà, secondo gli analisti, una previsione di **inflazione** annuale intorno al 3,6% a fine 2010 ed al 3% nel 2011 (EIU, 2009).

Le **entrate fiscali** sono in diminuzione a causa della recessione economica e del declino della produzione petrolifera (previste al 4% del PIL - EIU, 2009). Il **debito totale del settore pubblico** è previsto salire dal 35,8% del PIL nel 2008 al 42,5% del PIL nel 2009 per poi abbassarsi al 41,1% del PIL nel 2010 (EIU, 2009).

Il **bilancio pubblico** ha raggiunto un deficit totale accumulato nel primo semestre 2009 a 94,6 miliardi di pesos. Il progetto di Legge Finanziaria per il 2010 presenta un deficit fiscale superiore all'1,8% del PIL.

Secondo l'EIU (2009) il deficit di conto corrente si amplierà dal 2,4% del PIL nel 2009, per raggiungere il 3% del PIL nel 2010.

II. Analisi del mercato turistico

A. Analisi del turismo outgoing

1. Analisi dei flussi turistici e principali destinazioni

Il Messico è il leader latino-americano nell'emissione di flussi turistici verso le principali destinazioni mondiali. La composizione economico-sociale del Paese presenta una classe medio-alta ristretta, ma dalle possibilità economiche rilevanti, che può permettersi sempre più spesso viaggi all'estero.

Si stima che circa il 17% dei messicani abbia possibilità di accesso a viaggi internazionali almeno una volta all'anno. Le principali destinazioni per i messicani restano gli Stati Uniti (soprattutto Houston, San Diego, Los Angeles e Las Vegas) ed il Canada. E' opportuno rilevare che circa 15 milioni di messicani risiedono negli Stati Uniti, pertanto il ricongiungimento familiare in occasione delle festività rappresenta un fattore determinante.

Secondo l'Associazione Messicana delle Agenzie di Viaggio, l'aumento del numero dei messicani che viaggiano all'estero è da porre in relazione con l'apertura di nuove rotte verso gli Stati Uniti e nuove destinazioni, come l'Asia: è stato recentemente inaugurato un volo per il Giappone ed è prevista l'apertura di un volo per la Cina. L'interesse per le predette nuove mete è dovuto anche all'attività promozionale ed ai prezzi competitivi.

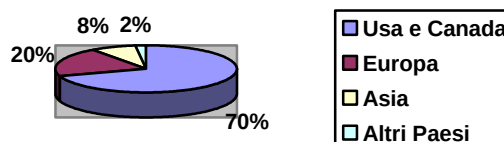
Un altro fattore determinante per l'incremento delle rotte estere è rappresentato dalla saturazione del mercato interno, dovuta all'eccesso nell'offerta dei voli. Molte compagnie, secondo la Camera Nazionale dei Trasporti Aerei (Canaero), si sono orientate verso i voli esterni, offrendo pacchetti competitivi. Non ultimo, il fattore della stabilità monetaria del peso messicano rispetto al dollaro, che sta favorendo i cosiddetti "viaggi di shopping" verso gli Stati Uniti, soprattutto San Antonio, Los Angeles e San Francisco.

L'Aeroporto Internazionale di Città del Messico, secondo dati forniti dalla società che lo ha in gestione, ha registrato nel periodo gennaio-agosto 2009 un movimento di 11 milioni di passeggeri nazionali (in leggero incremento rispetto allo stesso periodo del 2008) e 5,3 milioni di passeggeri internazionali (-18% rispetto ai primi 8 mesi dell'anno precedente – il calo è da mettere in relazione con l'epidemia da influenza A/H1N1).

Destinazioni dei turisti messicani



Principali destinazioni internazionali



2. Posizionamento dell'Italia rispetto ai principali concorrenti

Per quanto riguarda le mete europee in generale, la scelta dei messicani è determinata principalmente dal desiderio di conoscere storia e cultura del vecchio continente (55%), al secondo posto vi sono i viaggi d'affari (20%), seguiti dai soggiorni di studio (15%) ed infine dal turismo religioso (10%). La concorrenza che l'Italia trova all'interno dell'Europa è forte, soprattutto da parte di Paesi come Spagna e Francia. Secondo quanto dichiarato dall'Associazione Messicana delle Agenzie di Viaggio, l'Italia si trova al terzo posto tra le destinazioni europee preferite dai messicani, dopo Spagna e Francia e prima del Regno Unito. Su 1 milione di messicani che ogni anno visitano l'Europa, si calcolano in circa 200.000 le presenze in Italia. In Messico c'è una grande domanda di Italia, questo si riflette nel successo dei prodotti del Made in Italy, ma anche nella crescente richiesta di studio dell'italiano, che è la seconda lingua più studiata, dopo l'inglese.

3. Principali destinazioni turistiche in Italia

Le principali mete turistiche italiane prescelte dai messicani sono Roma, Firenze e Venezia, seguite da Milano, Napoli, Capri, Genova, Assisi, Siena e Pisa. Per quanto riguarda il settore degli affari, le principali destinazioni sono le regioni del Nord: Veneto, Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna.

4. Prospettive per il breve e medio periodo

In linea con la crescita del turismo messicano all'estero, è auspicabile un incremento di viaggi verso l'Europa in generale, anche in considerazione della forte offerta di voli a basso costo. Per l'Italia in particolare, un fattore importante è rappresentato dalla domanda di studio della lingua italiana, che porta i tour operators locali ad offrire pacchetti internazionali per i principali centri di studio per stranieri, Perugia e Siena.

B. Analisi della domanda

Profilo del turista:

- a) Segmento socio-economico di appartenenza: classe alta e medio-alta
- b) Livello culturale: alto e medio-alto
- c) Fasce di età: si tratta in genere di nuclei familiari composti di 2 – 4 persone, in età compresa tra i 20 ed i 70 anni. Il turismo di fascia medio-alta comprende viaggiatori tra i 40 ed i 60 anni.
- d) Propensione al viaggio: in aumento rispetto al turismo interno. Tra i turisti messicani esiste la percezione generale (confermata dalla differenza tra i prezzi dei voli e dei soggiorni interni ed internazionali), che viaggiare all'estero sia più conveniente.
- e) Principali motivazioni di vacanza all'estero: il principale motivo del viaggio è rappresentato dalle vacanze con il 60% (che comprendono il ricongiungimento familiare), seguono i viaggi d'affari (30%) e per il restante 10% quelli di studio e per motivi religiosi.
- f) Prodotti turistici preferiti (arte, religione,...): le attività preferite dai turisti messicani che si recano all'estero sono le visite ai luoghi storici, ai parchi di divertimento (soprattutto negli USA), le località invernali, i parchi nazionali e le aree protette. Alcune agenzie hanno recentemente segnalato l'interesse dei messicani per itinerari tematici come enogastronomia, moda e shopping, patrimonio naturalistico.
- g) Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.): rapporto qualità – prezzo e grado di attrazione. Possibilità di voli diretti.
- h) Tipo di alloggio preferito: il 60 % dei turisti messicani preferisce l'hotel (quattro o cinque stelle)
- i) Mesi preferiti per i viaggi: normalmente il secondo e terzo trimestre dell'anno, soprattutto in coincidenza con la Pasqua, ma anche il periodo natalizio.
- j) Fonti di informazione preferiti (cataloghi, siti web, stampa specializzata, ecc.): in genere il turista messicano consulta le riviste specializzate ed i cataloghi offerti dalle agenzie e dai tour operators e pianifica i propri viaggi anche sulla base di indicazioni fornite da conoscenti che hanno previamente effettuato il viaggio nella destinazione prescelta. L'uso di Internet è diffuso prevalentemente tra i giovani.
- k) Canali utilizzati (Agenzie di viaggio, Tour Operators, Internet, ecc.): il 70 % si avvale dei servizi offerti dalle agenzie (v. punto j).

C. Analisi SWOT (Strenghts, Weaknesses, Obstacles, Threats) della destinazione “Italia”

Punti di forza	Punti di debolezza
- Mete turistiche di grande interesse: monumenti, musei, centri storici, chiese e monasteri considerati come espressione di una cultura unica e come testimonianza del passato. - Possibilità di scelta tra svariate attività adatte ad ogni esigenza. - Rete di trasporti pubblici con copertura quasi totale del Paese. - Meta fondamentale del turismo enogastronomico. - Linee aeree interne ed internazionali a prezzi accessibili. - Infrastrutture turistiche sviluppate. - Ampia scelta tra diversi tipi d'alloggio: dagli hotel a 5 stelle agli ostelli e campeggi. - Settore dello shopping diversificato ed accessibile. - Presenza di locali di ottimo livello.	- Cambio dell'euro/dollaro o peso/euro. - Rapporto qualità/prezzo degli hotel e ristoranti non sempre conveniente (soprattutto nelle grandi città). - Aumento dei prezzi negli ultimi anni. - Scarsa informazione sui piccoli centri e città d'arte minori. - Non è tra le principali mete scelte in base alla sicurezza dei viaggiatori. - Assenza di voli diretti da e per il Messico.
Opportunità	Rischi/Difficoltà Potenziali
- Interesse per lo studio della lingua italiana. - Attività promozionale rapida ed efficace.	- Forte concorrenza da parte degli altri Paesi europei quali la Spagna, Francia e Regno Unito. - Prezzi più alti in confronto a paesi vicini come la Spagna, il Portogallo e la Grecia. - In assenza dell'ENIT, difficoltà nell'attività promozionale dovuta anche alla scarsa documentazione disponibile.

III. Tipologie di intervento

Tre sono le azioni che si suggerisce realizzare in Messico.

La prima riguarda il turismo “studentesco/universitario”. E’ crescente il numero di giovani studenti messicani, sia universitari che postuniversitari, che scelgono l’Italia per vacanze-studio, frequentazione di corsi universitari e master. Si ritiene utile presenziare alla Fiera sui Master Europei o, in alternativa, rafforzare i canali di promozione di pacchetti studio durante le vacanze estive.

La seconda interessa il turismo di “lusso” o di “alta gamma”. A tale riguardo, appare opportuno evidenziare il successo riscosso dalla iniziativa “Suite Venezia”, organizzata nel 2009 dal Comune di Venezia in collaborazione con la locale Camera di Commercio italiana e volta a promuovere pacchetti turistici di alto livello per la classe ricca messicana. L’evento ha ottenuto un indubbio successo, con la partecipazione di circa 70 operatori del settore ed oltre 20 giornalisti di testate specializzate. Si suggerisce di replicarne il formato.

La terza concerne il turismo “di massa”, per promuovere il quale si consiglia una presenza italiana:

- Alla Fiera Internazionale del Turismo “Tianguis” che si tiene ogni anno ad Acapulco a fine aprile e rappresenta la maggiore manifestazione del settore.
- Alla Fiera FITA, Fiera Internazionale del Turismo delle Americhe, che per il 2010 si terrà a Città del Messico dal 23 al 26 settembre e riunirà espositori di tutto il mondo.

La Fiera sarà riservata, i primi 2 giorni, agli operatori del settore ed aperta al pubblico gli ultimi due. Le autorità governative e gli organizzatori hanno invitato il nostro Paese a partecipare.