

## PROGETTO INTERREGIONALE MECCANICA

<b>Settore</b>	<p>meccanica avanzata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ MECCANICA PER L'AGROINDUSTRIA <ul style="list-style-type: none"> <li>- meccanica agricola</li> <li>- tecnologie raccolta e post raccolta</li> <li>- tecnologie trasformazione alimentare (food processing) e imbottigliamento</li> <li>- catena del freddo</li> <li>- packaging alimentare</li> </ul> </li>   <li>❖ MACCHINE UTENSILI <ul style="list-style-type: none"> <li>- lavorazione metalli</li> <li>- lavorazione ceramica</li> <li>- lavorazione plastica e gomma</li> <li>- macchine per l'edilizia</li> </ul> </li> </ul>
----------------	--

<b>Paese</b>	Messico e Area Nafta
--------------	----------------------

<b>Descrizione</b>	<p><b>Premessa</b></p> <p>La leadership italiana in alcuni comparti (meccanica utensile, macchine per la ceramica, linee di imbottigliamento, tecnologie per il packaging alimentare, macchine per l'agroindustria, tecnologie della plastica, macchinari per l'edilizia) determina significativi flussi commerciali dall'Italia verso il Messico e rafforza ulteriormente l'immagine positiva del nostro paese come fornitore di tecnologie, design, attenzione alle esigenze dell'operatore industriale.</p> <p><b>- Macchine utensili</b></p> <p>Nel 2011 la domanda di macchine utensili in Messico ha registrato un incremento del 22,3% per un valore di 978 mln di euro (10° posto nella classifica mondiale). La domanda è stata soddisfatta per il 93,3% dalle importazioni risultando il sesto importatore globale. L'export italiano nel 2011 è cresciuto del 33% per un valore di 53 mln di euro. Si evidenzia che il trend positivo è proseguito nei primi 6 mesi del 2012 con un incremento dell'export italiano verso il Paese sudamericano del 190% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, a testimonianza della buona predisposizione degli</p>
--------------------	--

<p>utilizzatori messicani verso le macchine italiane.</p> <p><b>- Meccanica per l'agroindustria ( macchine agricole e confezionamento)</b></p> <p>Le imprese del comparto agroindustriale rappresentano il 33% delle imprese manifatturiere (144.104 su un totale di 436.851). Il Messico è il 14mo paese al mondo per estensione territoriale. Sulla superficie totale, pari a 198 milioni di ettari, circa 145 milioni di ettari sono dedicati alle attività agricole e all'allevamento. Le attività agricole rappresentano circa il 55% del contributo al PIL del settore primario, l'allevamento pesa per il 36% mentre le attività boschive raggiungono il 7%. All'interno del comparto, le colture biologiche e l'allevamento registrano i tassi di crescita più vivaci. Il Messico inoltre è un grande produttore mondiale di mais, saggina, grano, pomodoro, legumi, cacao.</p> <p>Il mercato messicano dei macchinari agroindustriali ha un forte potenziale di crescita. L'ipotesi dello sviluppo del settore nei prossimi anni si basa sugli attuali modesti livelli di meccanizzazione, sulla crescente domanda dell'industria della trasformazione e conservazione alimentare nonché delle catene di supermercati di maggiore standardizzazione dei prodotti agricoli e dei sistemi di raccolta.</p> <p>L'industria messicana della trasformazione alimentare presenta interessanti prospettive di crescita. Il settore primario è fornitore privilegiato della materia prima dei gruppi industriali alimentari presenti in Messico. La domanda di macchinari riflette la domanda industriale, in funzione pro-ciclica, e beneficia della vigorosa crescita demografica del paese e del protagonismo internazionale di alcuni gruppi industriali agroalimentari messicani. Negli ultimi tre anni il valore delle esportazioni di tutto il comparto alimentare è cresciuto del 50%.</p> <p><b>L'Accordo NAFTA</b> ha integrato i tre grandi mercati nord americani in un'unica grande area commerciale. Le industrie di trasformazione alimentare con sede produttiva in Messico hanno accesso ad un mercato composto da oltre 440 milioni di consumatori. Il mercato occidentale e centrale degli Stati Uniti può essere approvvigionato, in modo efficiente, dalle imprese messicane localizzate nella parte settentrionale del Messico trova a meno di 90 minuti dal confine e il 50% dei consumatori americani abita a non più di un giorno di trasporto su gomma.</p> <p>Esistono, inoltre, numerose nicchie di mercato che potrebbero essere interessanti per le aziende italiane specializzate nelle tecnologie con</p>
--

<p>applicazioni utili alle aziende di medie dimensioni. Il crescente peso della GDO nelle vendite al dettaglio eleva gli standard richiesti agli agricoltori per mantenere i prodotti ortofrutticoli nelle migliori condizioni. Le maggiori catene di supermercati sono impegnate in programmi di forte espansione e di entrata in nuovi mercati regionali.</p> <p>La volatilità dei costi delle materie prime, la crescita di peso degli standard internazionali, le modifiche nella normativa locale, ed i cambiamenti della domanda rafforzano i contenuti di <b>sostenibilità ambientale</b> richiesta alle tecnologie meccaniche agricole.</p> <p>L'America Latina è una delle aree del Mondo dove si registra una vigorosa crescita dell'industria del <b>confezionamento alimentare e dell'imbottigliamento</b>. Secondo l'associazione ULAD, il settore registra una dinamica di crescita annuale in iberio-america del 4,5-5%.</p> <p>Nel 2011, l'industria messicana del confezionamento e dell'imbottigliamento ha raggiunto una produzione totale pari a 9.800.000 tonnellate, +5,3% rispetto al dato 2010. Il settore rappresenta circa l'1,6 del Prodotto Interno Lordo, pari al 5,4% del PIL industriale ed all'8,7% del PIL manifatturiero. Il Messico è un grande acquirente di macchine per il packaging. I maggiori utilizzatori che richiedono questo tipo di macchinari sono principalmente il settore alimentare e bevande, seguiti da prodotti farmaceutici e prodotti per la cura del corpo.</p> <p>L'elevato consumo di bevande gassate e di birra, la crescente diversificazione delle abitudini alimentari della popolazione urbana determinano una vigorosa domanda di nuovi prodotti alimentari e di macchinari moderni per il confezionamento e l'imballaggio. Le aziende di grandi dimensioni annunciano, con regolarità, importanti programmi di investimenti per migliorare l'efficienza degli impianti, per rispondere alle mutate esigenze della domanda interna (applicazioni per l'industria del confezionamento ed imbottigliamento) ed espandere la presenza produttiva/distributiva a livello continentale. Il gruppo delle aziende leader è grande acquirente di tecnologie italiane. I rapidi cambiamenti della società messicana si riflettono sui processi di confezionamento e sull'innovazione dei prodotti. La popolazione urbana ed i segmenti delle società con reddito elevato richiedono imballaggi alimentari che consentano l'uso fuori casa e, per alcune categorie merceologiche, confezioni unitarie più piccole che riducano gli sprechi.</p> <p>Le industrie del settore sono impegnate, da circa un decennio, in un importante programma di modernizzazione degli impianti ed esportano il</p>
---

	<p>prodotto finito negli USA ed in Centro-America.</p> <p>Tendenze recenti del mercato messicano:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Aumenta la domanda di convenience food. I cambiamenti degli stili di vita delle popolazioni urbane, il numero crescente di donne che lavorano a tempo pieno rendono popolare la scelta di prodotti alimentari già pronti all'uso.</li> <li>✚ La GDO accelera il processo di consolidamento e crea nuove opportunità per imballaggi personalizzati e flessibili. Le maggiori catene di supermercati ed ipermercati<sup>25</sup> si espandono, attraverso acquisizioni e nuove aperture, e puntano sulla funzione di marketing/packaging per differenziare l'offerta e guadagnare vantaggi competitivi sulla concorrenza.</li> <li>✚ La sfida ambientale crea nuove opportunità per gli imballaggi ed i macchinari con maggiore contenuti di eco-compatibilità.</li> <li>✚ Ottimizzazione dei costi attraverso il confezionamento. Le grandi imprese messicane adottano nuovi modelli di business per rendere i processi più efficienti.</li> <li>✚ Nuovi formati. Il mercato apprezza, in misura crescente, i formati che meglio rispondono alle esigenze dei singoli segmenti. Si moltiplicano i contenitori monodose per gli alimenti con ciclo di vita breve.</li> <li>✚ Etichettatura pulita. Il fenomeno del clean label guadagna consensi tra i consumatori messicani e le industrie rispondono eliminando alcuni ingredienti artificiali e termini incomprensibili dalle etichette.</li> <li>✚ Private label. I programmi d'espansione delle maggiori catene di supermercati e l'accesso alla distribuzione moderna di classi sociali con un potere d'acquisto limitato ha creato le migliori condizioni per lo sviluppo delle categorie di prodotto con marchi propri della GDO. L'offerta di prodotti "private label" è in crescita ed aumenta la domanda di differenziazione dei prodotti, a prezzi competitivi, attraverso le differenti componenti delle confezioni.</li> </ul> <p>Considerate queste premesse, risultano molto evidenti le potenzialità della filiera meccanica italiana in Messico ma nell'intera area NAFTA. Non a caso, infatti, ICE ha attivato un desk meccanica NAFTA 2013 attivo da febbraio a dicembre.</p>
--	--

<p><b>Obiettivo</b></p>	<p>Il progetto mira a rafforzare la riconoscibilità, la reputazione e l'apprezzamento delle produzioni italiane di settore in Messico e a favorire lo sviluppo di nuove opportunità di business per le imprese.</p> <p><b>Obiettivi operativi:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine di qualità del <i>Made in Italy</i></li> </ul>
-------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Favorire l'internazionalizzazione della filiera attraverso lo sviluppo e il rafforzamento dei contatti con operatori di settore (formazione imprenditoriale, B2B, ecc.)</li> <li>- Valutare la fattibilità di un centro servizi collettivo post vendita</li> </ul>
--	---

<b>Articolazione delle azioni</b>	<b>Principali azioni del progetto</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ricerche di mercato</li> <li>- fiere di settore</li> <li>- ricerca importatori e distributori</li> <li>- ricerca partner e subfornitori</li> <li>- realizzazione di 3 round di incontri b2b diversificati per obiettivo</li> <li>- realizzazione di visite aziendali</li> <li>- incoming mirato</li> <li>- studio di fattibilità per la costituzione di centri servizi aggregati post vendita</li> <li>- azioni di accompagnamento: road show di presentazione del progetto, animazione territoriale e campagna informativa; messa a disposizione di un referente ICE Messico full time per start-up centro servizi post-vendita, messa a disposizione delle imprese di studi di settore di ICE o acquistati sul mercato, ricorso a stagisti del CORCE, predisposizione e realizzazione di missioni, partecipazioni fieristiche</li> </ul>

<b>Tempi</b>	settembre 2013 / dicembre 2014
--------------	--------------------------------

<b>Proponente</b>	Regione Emilia-Romagna
-------------------	------------------------