# Moneycorp România: Relansarea economica depinde de stimularea investitiilor straine directe si a exporturilor



**România trebuie sa se focuseze pe încurajarea productiei autohtone si a exporturilor, în contextul în care oportunitatile pentru produsele „made in Romania" vor fi semnificative pe termen mediu si lung, potrivit unei analize realizate de expertii de la Moneycorp România.**

Conform studiului, temerile investitorilor privind siguranta investitiilor si a produselor „made in China" sunt de natura sa accentueze fenomenul de relocare a unor facilitati de productie în Europa, iar România trebuie sa faca toate eforturile administrative si logistice pentru a se afla pe lista tarilor atractive pentru investitii greenfield.

Expertii de la Moneycorp sustin ca într-o economie puternic afectata de efectele pandemiei de coronavirus, multi investitori vor privi cu destule rezerve piata chineza, principalul exportator al lumii. Faptul ca lanturile de aprovizionare s-au întrerupt atât de usor, urmare a crizei sanitare, îi va face pe multi sa îsi regândeasca portofoliul de furnizori si locatia acestora, focusul fiind pe apropierea productiei de zona de desfacere, de clientul final.

În noul context international, în care SUA si UE îsi regândesc strategiile macroeconomice, firmele românesti au sanse sa câstige contracte semnificative, în conditiile în care gama de produse de export a crescut semnificativ în ultimii ani.

"România a înregistrat, în 2019, cel mai bun rezultat din istorie în materie de exporturi, de 69 miliarde de euro, în linie cu estimarile noastre. 2020 a început bine însa perioada de lockdown, generata de pandemie, precum si urmatoarele luni de relansare graduala a activitatii vor eroda puternic din potentialul de export. În acest context, estimarile noastre indica un nivel al exporturilor de 60 de miliarde de euro în acest an si o revenire catre granita de 70 de miliarde de euro în 2021", spune Cosmin Bucur, directorul general Moneycorp România.

Spre comparatie, în 2010, economia româneasca raporta exporturi de 37,3 miliarde de euro, la jumatate fata de cele din 2019. 76,6% din exporturi au mers, anul trecut, catre tarile din Uniunea Europeana.

"Evolutia exporturilor românesti va depinde, în principal, de modul în care principalii nostri parteneri comerciali din Europa, Germania, Italia si Franta îsi vor reveni din punct de vedere economic. Premisele sunt înca în zona incertitudinii însa, având în vedere pachetele financiare uriase anuntate de Bruxelles pentru relansarea economiei europene, totul va depinde de modul în care economiile din zona euro vor conlucra pentru revenirea economica", a mai spus Bucur.

Pentru România, spun expertii de la Moneycorp, urmatoarea perioada va aduce o serie întreaga de oportunitati în conditiile în care, din punct de vedere al raportului pret-calitate, produsele românesti se afla într-o zona atractiva, de la materiale de constructii la produse agroalimentare, textile si masini.

"Europenii vor fi mai atenti la pret si la provenienta marfurilor. În acest context, noile modele Dacia - Logan 3 si Sandero, ce vor fi lansate în toamna, alaturi de noul Ford Puma produs la Craiova, se vor afla în prim-plan, asa cum Logan-ul si Duster-ul s-au vândut excelent în timpul crizei financiare din 2009", estimeaza Claudiu Ghebaru, Senior Dealer Moneycorp România.

Principalele produse de export ale României au fost, în 2019, masinile si dispozitivele electrice (29,1% din totalul exporturilor), mijloacele de transport (18,4%), mobilier, materiale de constructii si alte produse (12,5%), produsele agroalimentare (10,4%), produsele chimice si mase plastice (9,2%), produsele metalurgice (8,6%), textile, confectii, pielarie, încaltaminte (7,8%) si produsele minerale (4%).

România a exportat cel mai mult produse si servicii în Germania, de 15,4 miliarde de euro (29,3% din total), Italia - 7,7 miliarde de euro (14,7%), Franta - 4,7 miliarde de euro (9%), Ungaria - 3,3 miliarde de euro (6,3%), Marea Britanie 2,5 miliarde de euro (4,9%), Polonia - 2,4 miliarde de euro (4,6%), Bulgaria - 2,4 miliarde de euro (4,6%) si Cehia 2,1 miliarde de euro (4,1%).

Pe lista destinatiilor de export ale produselor ,,made in Romania", s-au mai aflat, în ordinea valorii, Olanda, Spania, Austria, Slovacia, Belgia, Grecia si Suedia.

Din tarile din afara UE, cele mai cautate destinatii de export pentru produsele românesti au fost Turcia (2,2 miliarde de euro), SUA (1,3 miliarde de euro), Republica Moldova (1,2 miliarde de euro) si Rusia (1 miliard de euro).

Potrivit analizei Moneycorp, evolutia exporturilor românesti va depinde, într-o masura semnificativa, de modul în care autoritatile vor sprijini relansarea economiei.

Programul IMM Invest si cel destinat marilor companii, luat în calcul de guvern, trebuie însotite, potrivit expertilor, de o politica de stimulare a investitiilor de tip greenfield, prin facilitati fiscale si administrative.

"Într-o Europa în care toate tarile vor concura pentru a atrage investitii, România, cu un cost operational redus în comparatie cu tarile din regiune, are sanse sa reprezinte o destinatie importanta pentru investitori, însa trebuie sa faca mai mult pentru a atrage capitalul strain. Relevant este exemplul Poloniei care a reusit, recent, sa atraga o investitie de 1 miliard de euro de la Microsoft, ca parte a planului sau la nivel global de a oferi startup-urilor, antreprenorilor, IMM-urilor si autoritatilor servicii cloud securizate", spune Claudiu Ghebaru, Senior Dealer în cadrul companiei.

El sustine ca dezvoltarea unor programe de stimulare a productiei, cu fonduri UE sau de la bugetul de stat, este de natura sa ofere un impuls semnificativ economiei, mai ales în sectorul IT&C, în contextul celei de-a patra revolutii industriale, Industry 4.0, la care si România va trebui sa adere. Digitalizarea, robotizarea si noile tehnologii reprezinta un domeniu care trebuie sa devina strategic pentru România, un domeniu cu potential excelent de export.

Dincolo de sectorul IT, dezvoltarea infrastructurii de transport (rutier, aerian, feroviar, naval) este de natura sa sustina investitiile greenfield în economie, singurele care pot aduce o evolutie economica solida, predictibila.

,,De la #cumpararomâneste trebuie sa evoluam cât mai mult spre zona de #produsînromânia, catre dezvoltarea unor lanturi de business locale în toate sectoarele cu potential, de la agricultura la industria prelucratoare, care sa

ofere produse si servicii de calitate. Este nevoie de un efort sustinut al mediului de afaceri si al statului catre o reconstructie economica pe baze sustenabile si predictibile, care sa ofere o alternativa la importuri si o oferta competitiva la exporturi", a declarat Cosmin Bucur, Managing Director al Moneycorp Romania.

Potrivit expertilor, într-un mediu valutar volatil si a presiunilor economice generate de criza, mediul de afaceri trebuie sa ia în calcul tot mai mult folosirea unor produse si strategii de hedging.

"Fluctuatiile cursului de schimb reprezinta un lucru normal într-o piata financiara dezvoltata dar, în acelasi timp, pot reprezenta un risc semnificativ pentru companiile care desfasoara operatiuni de import sau export. O miscare nefavorabila a cursului de schimb poate afecta direct si negativ marja comerciala pe un anume produs sau serviciu. De-a lungul celor 15 ani în domeniul trezoreriei bancare, am remarcat ca o parte semnificativa din companiile cu expunere pe cursul valutar folosesc instrumente de mitigare a riscului. În momente de criza si incertitudine, cum este perioada pe care o traversam acum, se observa o crestere a volatilitatii cursului de schimb pentru majoritatea perechilor valutare. Aceasta volatilitate are efecte directe asupra marjei comerciale. Cred ca orice companie îsi doreste o diminuare a volatilitatii si o crestere a predictibilitatii, cel putin pe termen scurt si mediu", mentioneaza Sebastian Bacioiu, Head of Dealing al Moneycorp Romania.

Potrivit acestuia, cel mai de baza si eficient produs de hedging (acoperirea riscului valutar) este tranzactionarea la termen (Forward). Acesta presupune fixarea cursului de schimb la care o companie poate cumpara sau vinde o valuta la un moment viitor.

Diferenta nivelului de dobânda, între euro/dolar/lira sterlina pe de o parte si leu pe cealalta parte, face ca un forward sa fie foarte atragator în special pentru exportatori (companiile care vând valuta si cumpara lei) datorita unui nivel al cursului de schimb superior fata de cel oferit 'la vedere' în momentul încheierii tranzactiei. Aceasta reduce costul asociat unei astfel de tranzactii si ramâne un produs pur de acoperire a riscului valutar.

Prezenta din 2016 în România, Moneycorp este cea mai mare institutie de plati din Europa. În 2019, compania a tranzactionat la nivel global peste 40 miliarde de euro si a efectuat plati catre peste 190 de tari. În România, Moneycorp lucreaza cu peste 700 de companii Corporate si IMM-uri, din domenii diverse precum IT&C, Asigurari, Echipamente Industriale, FMGC sau Medical.