

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



România trebuie sa se focalizeze 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 își 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 își regândesc strategiile macroeconomice, firmele românești au sanse sa câștige 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 românești va depinde, în principal, de modul în care principalii nostri parteneri comerciali din Europa, Germania, Italia si Franta își vor reveni din punct de vedere economic. Premisele sunt încă în zona incertitudinii însa, având în vedere pachetele financiare uriașe 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 experții de la Moneypcorp, următoarea perioadă va aduce o serie întreagă de oportunități în condițiile în care, din punct de vedere al raportului pret-calitate, produsele românești se află într-o zonă atractivă, de la materiale de construcții la produse agroalimentare, textile și mașini.

"Europenii vor fi mai atenți la pret și la proveniența marfurilor. În acest context, noile modele Dacia - Logan 3 și Sandero, ce vor fi lansate în toamnă, alături de noul Ford Puma produs la Craiova, se vor afla în prim-plan, așa cum Logan-ul și Duster-ul s-au vândut excelent în timpul crizei financiare din 2009", estimează Claudiu Ghebaru, Senior Dealer Moneypcorp România.

Principalele produse de export ale României au fost, în 2019, mașinile și dispozitivele electrice (29,1% din totalul exporturilor), mijloacele de transport (18,4%), mobilier, materiale de construcții și alte produse (12,5%), produsele agroalimentare (10,4%), produsele chimice și mase plastice (9,2%), produsele metalurgice (8,6%), textile, confecții, pielărie, încălțăminte (7,8%) și produsele minerale (4%).

România a exportat cel mai mult produse și servicii în Germania, de 15,4 miliarde de euro (29,3% din total), Italia - 7,7 miliarde de euro (14,7%), Franța - 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%) și Cehia 2,1 miliarde de euro (4,1%).

Pe lista destinațiilor de export ale produselor „made in Romania”, s-au mai aflat, în ordinea valorii, Olanda, Spania, Austria, Slovacia, Belgia, Grecia și Suedia.

Din țările din afara UE, cele mai căutate destinații de export pentru produsele românești au fost Turcia (2,2 miliarde de euro), SUA (1,3 miliarde de euro), Republica Moldova (1,2 miliarde de euro) și Rusia (1 miliard de euro).

Potrivit analizei Moneypcorp, evoluția exporturilor românești va depinde, într-o măsură semnificativă, de modul în care autoritățile vor sprijini relansarea economiei.

Programul IMM Invest și cel destinat marilor companii, luat în calcul de guvern, trebuie însoțite, potrivit experților, de o politică de stimulare a investițiilor de tip greenfield, prin facilități fiscale și administrative.

"Într-o Europă în care toate țările vor concura pentru a atrage investiții, România, cu un cost operational redus în comparație cu țările din regiune, are șanse să reprezinte o destinație importantă pentru investitori, însă trebuie să facă mai mult pentru a atrage capitalul străin. Relevant este exemplul Poloniei care a reușit, recent, să atragă o investiție de 1 miliard de euro de la Microsoft, ca parte a planului său la nivel global de a oferi startup-urilor, antreprenorilor, IMM-urilor și autorităților servicii cloud securizate", spune Claudiu Ghebaru, Senior Dealer în cadrul companiei.

El susține că dezvoltarea unor programe de stimulare a producției, cu fonduri UE sau de la bugetul de stat, este de natură să ofere un impuls semnificativ economiei, mai ales în sectorul IT&C, în contextul celei de-a patra revoluții industriale, Industry 4.0, la care și România va trebui să adere. Digitalizarea, robotizarea și noile tehnologii reprezintă un domeniu care trebuie să devină strategic pentru România, un domeniu cu potențial excelent de export.

Dincolo de sectorul IT, dezvoltarea infrastructurii de transport (rutier, aerian, feroviar, naval) este de natură să susțină investițiile greenfield în economie, singurele care pot aduce o evoluție economică solidă, predictibilă.

„De la #cumpararomânește trebuie să evoluăm cât mai mult spre zona de #produsînromânia, către dezvoltarea unor lanțuri de business locale în toate sectoarele cu potențial, de la agricultură la industria prelucrătoare, care să

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 își doreste o diminuare a volatilitatii si o crestere a predictibilitatii, cel puțin 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.