Poate trece România de la bulimie consumeristă la fitness economic?

Autor: Constantin Măgdălina, Expert, Tendințe și Tehnologii Emergente

Recent, Institutul Naţional de Statistică a anunţat o creştere anuală a PIB-ului cu 5,7% în primul trimestru al acestui an. Această valoare a luat prin surpindere analiştii şi a stârnit tot spectrul de comentarii, de la cele suspicios-negative la cele entuziasto-pozitive. Cum s-a ajuns la acest rezultat? Dar mai ales, care sunt perspectivele pentru economia României în perioada următoare?

Cu o performanţă economică remarcabilă, România şi-a accelerat şi mai mult creşterea în 2016. PIB-ul a depăşit orice aşteptare şi a crescut cu 4,8%. Dacă mediul de business local este relativ precaut, cel internaţional se raportează la România ca la una dintre cele mai atractive pieţe din Europa şi chiar de la nivel global.

Această creştere economică importantă a calificat România în planurile de extindere ale companiilor internaţionale drept una dintre economiile nucleu ale Europei Centrale, alături de Polonia, Ungaria, Cehia şi Slovacia. În acest moment România este pe podiumul pieţelor de interes pentru dezvoltarea strategică a afacerilor în următorii 3 ani, după Rusia şi Polonia, şi depăşeşte Turcia.

Ca să ne facem o imagine mai clară vă propun să ne uităm la cifre, dar nu oricum, ci ţinând cont de trasabilitatea lor şi de direcţia spre care acestea arată. Adaug faptul că unele dintre valorile prezentate aici sunt finale şi confirmate, altele sunt abia publicate şi a căror validitate urmează să o aflăm în trimestrele viitoare. Aşadar:

Moneda naţională

În 2016 leul a fost una dintre cele mai stabile monede din regiune, depreciindu-se cu doar 1% faţă de dolar şi euro. Chiar dacă în 19 mai 2017 a atins minimul istoric al ultimilor 4 ani şi jumătate la nivelul de 4,57 RON/EUR, cursul mediu aşteptat pentru acest an este de 4,47 RON/EUR şi 4,23 RON/USD. Este foarte posibil ca această depreciere a leului să fie rezultatul contextual al încasarilor mici la buget din primul trimestru, al împrumuturilor externe care susţin creşterile salariale anunţate şi al politicilor fiscale relaxate.

Presiunile pe moneda naţională sunt reduse, în condiţiile în care contul curent este uşor negativ, rezervele de valută stabile şi inflaţia relativ mică (chiar dacă în creştere). Dobânda de politică monetară a rămas la 1,75% din luna mai 2015 şi se estimează ca nimic să nu se schimbe până în 2018, când inflaţia se aşteaptă să depăşească ţintă de 2,5% a BNR.

Preţurile de consum şi inflaţia

Preţurile de consum au scăzut începând cu 2015, dar se pare că acum revin la valori pozitive, cu o estimare de creştere de 1,3% în 2017. Preţurile de consum au intrat pe teritoriu pozitiv încă din ianuarie, când impactul reducerii TVA s-a propagat în economie. În martie 2017 au mai crescut puţin, în special datorită preţurilor mai mari la alimente şi servicii.

În prezent, scăderea TVA, alături de perspectiva de creştere a salariilor unor categorii sociale tot mai extinse, vor antrena consolidarea cererii şi vor împinge preţurile şi mai sus. Creşterea preţurilor de consum vine pe fondul unei anticipate creşteri a inflaţiei care se va apropia în 2017 de ţintă BNR de 2,5%, cu potenţial să atingă 2,9% în 2018.

Inflaţia a fost negativă în ultimii 2 ani, dar a fost generată mai ales de scăderile de TVA la alimente şi băuturi în prima fază şi de scăderea generală a TVA ulterior. Este foarte posibil că liberalizarea preţului la energie şi creşterea

salariilor să pună presiune pe creşterea inflaţiei chiar şi în perioada 2018-2020.

Consumul

Viteza de creştere a consumului din ultimii ani a scăzut în ianuarie şi februarie 2017, în ciuda creşterilor salariale. Prefigurarea acestei tendinţe au fost lunile noiembrie şi decembrie din 2016, atunci când după creşteri de două cifre de la an la an, vânzările din retail au crescut cu o singură cifră, ajungând la 6,2% în ianuarie 2017.

Firesc s-ar spune, ţinând cont de scăderea previzbilă pentru începutul anului. Numai că estimările vânzărilor din retail nu vor fi la fel de mari ca cele din 2016. Chiar dacă băncile comerciale au relaxat acordarea creditelor de consum, performanţa vânzărilor din retail este mai scăzută decât estimările și profilează o creştere de 4,2% a consumului privat.

Consumul rămâne principalul factor de creştere, susţinut de majorarea salariilor şi de scăderea şomajului de la 6,3% în luna februarie 2016 la 5,4% în februarie anul acesta. Scăderea şomajului urcă indicatorul de încredere al consumatorilor de la -63 în 2010 la -10 în ultimele luni. Scăderea TVA-ului la 19% pentru toate produsele şi serviciile, şi în mod specific la alimente de la 24% la 9%, a facilitat creşterea veniturilor şi consumului.

Producţia industrială şi investiţiile

Producţia industrială continuă tendinţa de creştere din august 2016, în primele două luni ale acestui an producţia industrială crescând cu 5,7% respectiv 5,5%. Industria prelucrătoare a raportat o creştere de 8%, în timp ce industria extractivă şi de energie au avut o scădere de 3%. Industria a crescut cu 1,7% în 2016, dar a înregistrat o creştere de 7% în primul trimestru al acestui an comparativ cu T1 2016. Se estimează o creştere anuală a industriei de 3,5%

în 2017 şi de 3,7% în 2018.

Investiţiile sunt aşteptate să crească în 2017 pe măsură ce finanţarea din fondurile europene pentru perioada 2014-2020 va câştiga viteză. În acest sens România este programată să primească 22 miliarde euro fonduri structurale şi 18 miliarde euro pentru finanţarea agriculturii ca parte din politica agricolă comună.

Chiar dacă exporturile au cunoscut o creştere de 7,6% în 2016 faţă de 2015, importurile au crescut cu 9,7% în 2016 faţă de 2015. Exporturile au crescut de la 4,1 miliarde euro la începutul anului 2016 la 5,3 miliarde euro la sfârşitul acestuia (cu o mică scădere în decembrie). Automobilele şi echipamentele de transport reprezintă 47% din totalul exporturilor României. Înmatricularea autoturismelor a crescut foarte mult anul trecut şi a atins 120.000 unităţi în 2016, înainte să scadă la 100.000 unităţi la începutul lui 2017.

Investiţiile străine sunt pozitiv stabile la 3-5 miliarde euro, după creşterea de 27% înregistrată în perioada post-criză din 2013 şi incomparabil mai mici decât recordul de 13 miliarde euro anterior crizei.

În loc de concluzie

În tot acest context optimist al mediului de business există semnale care se înscriu într-un deja vu economic. Parcă am mai trăit perioada asta, deşi nu am trăit-o chiar în aceleaşi coordonate. Parcă am mai asistat la creşteri salariale, parcă băncile relaxau creditarea, parcă am mai văzut o creştere a importurilor, parcă am mai văzut creşteri ale pieţei imobiliare şi de automobile, parcă rapoartele vânzărilor din retail erau optimiste şi parcă „o duceam bine".

Numai că, pe fondul acestui deja vu, Comisia Europeană a avertizat România cu privire la depăşirea obiectivului bugetar pe termen mediu (MTO) de 0,5%, care în prezent este de 2,6%. FMI a atras de asemenea atenţia asupra depăşirii ţintei de

deficit bugetar şi creşterea acestuia la 3,7% în acest an. Consiliul Fiscal a tras şi el semnale repetate de alarmă.

Pe cine să mai întrebăm despre sănătatea economiei din România? La controlul de rutină, România trăieşte dilema încrederii în doctorul care recomandă un regim dietetic şi tentaţia de a consuma bulimic, în continuare, tot ce poftеşte.

* * *

Despre Constantin Magdalina

Constantin Magdalina are o experienţa profesionala de 8 ani, timp în care a lucrat la companii multinaţionale, atat în ţara cat şi în strainatate. Constantin are un Master în Marketing şi Comunicare la Academia de Studii Economice Bucureşti. Este certificat Lean Six Sigma şi ITIL (IT Information Library®) ceea ce-i faciliteaza o buna înţelegere a proceselor şi transformarilor din cadrul organizaţiilor. Pe de alta parte certificarea obţinuta de la Chartered Institute of Marketing îi completeaza expertiza de business. În cei peste 4 ani de activitate la o companie din Big4 a iniţiat şi coordonat studii ce analizau aspecte legate de mediul de afaceri din Romania. Printre acestea se afla previziunile economice de creştere ale firmelor în 2013-2016, managementul cunoştinţelor, experienţa de cumparare în era consumatorilor digitali, social media si mediul de afaceri romanesc, utilizarea dispozitivelor mobile în Romania. Este autor a numeroase articole cu teme legate de inovaţie, eficientizarea proceselor de afaceri, social media, transformarea digitala, tendinţe şi tehnologii emergente. Este invitat ca vorbitor la numeroase evenimente şi conferinţe de business.