

Barometru CCIFER: Încrederea în mediul economic a scăzut cu 25% și cea în mediul politic cu 18%

Investitorii francezi estimează pentru prima dată în ultimii 10 ani mediul politic românesc ca fiind mai stabil decât cel economic, și, deși moralul general este unul scăzut, 74% dintre investitori prevăd o revenire la volumul de activitate din 2019 pe parcursul următoarelor 36 de luni, reiese din datele barometrului de conjunctura economică, realizat în cadrul comunității de afaceri franco-române în perioada 20 iulie - 20 august 2020.

Rezultatele barometrului au fost prezentate cu ocazia Adunării generale a membrilor Camerei de Comerț, Industrie și Agricultură Franceză în România (CCIFER).

Barometrul se situează la 2,76 pe o scară de la 1 la 5, în scădere cu 15% față de 2019, și cu o perspectivă mai degrabă negativă. Barometrul sintetizează indicatori de cadru general (economic, politic, social, atractivitate), indicatori de cadru specific (cifra de afaceri, personal, profitabilitate, investiții) și un indicator general de moral.

"Adunarea generală CCIFER, care a avut loc pe 1 septembrie, a făcut posibilă restituirea rezultatelor ultimului barometru de opinie realizat în rândul liderilor comunității economice franco-române, rezultatele contrastând cu perspectivele solide ce reieșeau din barometrul realizat în 2019. Criza globală a sănătății, precum și incertitudinile politice suplimentare induse de alegerile prevăzute pentru 2020 au bulversat perspectivele economice. Nivelul moralului investitorilor francezi în România este cel mai scăzut din ultimii 10 ani, de când există barometrul CCIFER. În ceea ce privește cifra de afaceri și profitabilitatea, 73% dintre managerii chestionați estimează o revenire a activității companiilor la nivelurile din 2019 până în 2022. În acest context, provocările induse de mediul economic, dar și oportunitățile care apar, accelerează transformarea companiilor noastre. Din punctul meu de vedere, succesul constă în a ști să conducem transformarea necesară cu agilitate, cu sprijinul autorităților române și europene atunci când este necesar. Prin urmare, CCIFER este foarte implicat în dialogul cu autoritățile în ceea ce privește măsurile de sprijinire a întreprinderilor", a declarat François Coste, președintele CCIFER

Conform barometrului, încrederea în mediul economic a scăzut în 2020 cu 25% față de 2019, iar încrederea în mediul politic s-a diminuat cu 18%, indicatorul economic fiind pentru prima oară inferior celui politic.

În ceea ce privește indicatorul social, acesta este la nivelul cel mai redus de până acum, cu 15% mai scăzut, reflectând astfel actualele tensiuni de pe piața muncii, dificultatea angajatorilor de a recruta și de a fideliza talente, precum și instabilitatea generalizată, care determină angajații să fie mai prudenți în schimbarea locului de muncă, favorizând mai degrabă stabilitatea în detrimentul unui salariu mai avantajos.

În ceea ce privește profitabilitatea afacerilor, investitorii francezi se dovedesc a fi cel mai puțin pesimiști, cu numai 7% mai pesimiști față de 2019, disponibilitatea de a continua investițiile în România înregistrând, de asemenea, o scădere semnificativă, de 21%. Astăzi, percepția asupra evoluției cifrei de afaceri este în scădere cu -6%, însă acest indicator rămâne cel mai ridicat în rândul indicatorilor specifici.

Potrivit sursei citate, evoluțiile economice și sociale din cel de-al doilea trimestru din 2020 au un impact semnificativ asupra moralului reprezentanților mediului de afaceri, care a scăzut cu 14% față de noiembrie 2019. La finalul lunii martie 2020, mai puțin de 20% dintre respondenții anchetei cu privire la impactul crizei COVID-19 asupra membrilor CCIFER declarau că sunt pesimiști pe termen lung, moralul antreprenorilor situându-se atunci la 3,6 pe o scară de la 1 la 5, cu 0,3 puncte mai mare față de noiembrie 2019. În trimestrul 3 al 2020, după 2 luni de lockdown și nenumărate măsuri sanitare și restricții de călătorie ce au îngreunat activitatea companiilor, moralul investitorilor este în scădere, înregistrând un scor de 2,84.

În ceea ce privește analiza sectorială, sectoarele care rezistă cel mai bine perioadei actuale de criză sunt cel al energiei și al serviciilor IT&C, sectoarele comerțului, al serviciilor și al agriculturii fiind grav afectate, în timp ce sectorul care înregistrează cele mai mari greutăți este cel al turismului, cu o scădere de 25%.

Cu toate acestea, 74% dintre respondenți prevăd o revenire la volumul de activitate din 2019 pentru următoarele 32 de luni. Astfel, 23% dintre antreprenori estimează că activitatea companiei pe care o reprezintă este la un nivel superior față de 2019, 6% estimând că-și vor relua activitatea la același nivel ca în 2019 începând din luna septembrie 2020, 21% estimând că revenirea la nivelul anului trecut se va întâmpla pe parcursul lui 2021. Restul de 24% dintre respondenți preconizează că revenirea la nivelul lui 2019 va avea loc pe parcursul lui 2022, în timp ce 27% cred că vor atinge cifra de afaceri a anului trecut mai târziu sau poate niciodată.

Principalele provocări cu care se confruntă companiile sunt găsirea clienților, recrutarea și fidelizarea talentelor, regăsirea rentabilității, imposibilitatea de a face un plan pe termen lung, menținerea angajamentului investitorilor, asigurarea unui lanț de aprovizionare fiabil și, nu în ultimul rând, accesul la lichidități.

Contextul socio-economic nou pe care pandemia de COVID-19 l-a creat aduce pe lângă constrângeri și oportunități pentru reprezentanții mediului de afaceri. Astfel, printre principalele măsuri strategice pe care aceștia le-au luat începând cu luna martie sunt, în primul rând, cele ce vizează transformarea organizațională pe termen lung, în vederea adaptării la noile condiții de muncă: telemunca și flexibilizarea orelor de muncă, digitalizarea proceselor interne, schimbarea strategiilor de marketing, dezvoltarea platformelor de vânzare online, la distanță etc. Au fost luate, de asemenea, și măsuri precum restructurarea efectivelor și concedieri, orientarea către furnizori din proximitate, relocalizarea anumitor operațiuni și externalizarea de procese.

Conform respondenților barometrului de conjunctură economică, principalele oportunități pentru mediul economic sunt: telemunca, mobilitatea, cumpărarea de companii, investițiile, digitalizarea, automatizarea, optimizarea, reducerea costurilor de chirie, adoptarea de noi strategii, e-commerce, accesul la piețe noi, relocalizare în România, investițiile în formarea personalului, disponibilitatea talentelor, accesul la finanțări.

În ceea ce privește măsurile guvernamentale de susținere a companiilor, cele mai populare în rândul respondenților CCIFER sunt finanțările europene, ajutoarele de stat, somajul parțial și somajul tehnic, acestea reprezentând măsuri reversibile și mai ușor accesibile decât amânarea taxelor, garanțiile pentru liniile de trezorerie, creditele comerciale sau garanțiile pentru investiții.

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Franceză în România (CCIFER) este un lider angajat în dezvoltarea durabilă a persoanelor, a companiilor și a României. CCIFER reunește circa 600 de companii franceze și române, a căror cifră de afaceri cumulată este de 18 Mld de euro și care au creat peste 125,000 de locuri de muncă directe. Companiile membre sunt lideri în mai multe sectoare de activitate care formează economia locală. De asemenea, CCIFER exprimă o poziție comună a societăților membre și a investitorilor francezi în România în dialogul cu autoritățile publice.