

Economia măsurată altfel: Ce spun energia, cimentul și berea

14 septembrie 2009 de redactia @standard.ro

Evoluția PIB, rata șomajului, viteza creditării sau prețul locuințelor arată, cu întârziere și o marjă consistentă de eroare, cum a fost lovită România de recesiune. Însă pentru pulsul la zi a ceea ce se întâmplă și pentru perspective, economiștii se uită și la indicatori mai punctuali, legați de comportamentul de consum. De o vreme, președintele Băsescu spune că nu-l mai interesează decât consumul de energie, care dă măsura perspectivelor de revenire din industrie.



Acesta este însă doar unul dintre indicii care pot arăta exact ce se întâmplă în economia românească. Consumul de ciment arată la ce ne putem aștepta în construcții. De asemenea, vânzările de bere surprind relativ fidel încrederea



consumatorilor în economie. Pe de altă parte, există indicatori de consum care continuă să crească și în criză. Astfel, cosmeticele sau ciocolata par să funcționeze ca antidepresive. “Sunt măsuri care pot fi folosite ca un indicator prin intermediul căruia vedem care este cererea. Energia, berea și cimentul sunt considerate de către analiști ca un proxy (indicator - n. red.) bun pentru PIB”, a declarat pentru Business Standard Matei Păun, managing partner al BAC Investment Bank, care adaugă că relevanța celor trei sectoare este dată și de faptul că nu intră în economia gri.

Industria cea mai afectată de scăderea cererii este industria cimentului. După patru ani de creștere, vânzările de ciment au trecut în 2009 pe scădere, în primele șase luni fiind înregistrată o reducere de circa 30%, în principal pe fondul căderii pieței imobiliare, potrivit datelor patronatului de profil (CIROM). Procentajul este cu mult peste așteptările producătorilor, care, în decembrie 2008, preconizau o stagnare a pieței în 2009, după mai mulți ani de creșteri susținute.

Deficitul de locuințe, de spații comerciale și de birouri, precum și infrastructura precară au impulsionat piața cimentului din România, care a avansat cu un ritm anual de 15-30% în ultimii patru ani, ajungând în 2008 la o valoare de aproximativ 900 mil. euro. “În prima jumătate a anului se constată o scădere de circa 30% a consumului total de ciment, dar cu variații foarte mari de la o zonă la alta. Este evident că piața cimentului este direct legată de piața imobilelor și a investițiilor în infrastructură. Cum aceste investiții au fost afectate puternic de criză, nici piața cimentului nu a fost imună la aceasta”, a declarat președintele CIROM, Mihai Rohan.

Scăderi mari sunt și la consumul de electricitate, în primele opt luni din 2009 fiind consemnat un recul, la nivel național, de aproximativ 10%, în condițiile diminuării semnificative a exporturilor, potrivit lui Octavian Lohan, director general adjunct al Transelectrica. De altfel, au fost luni în care companiile au consumat și cu 45% mai puțină energie.

Potrivit ultimelor date ale Institutului Național de Statistică (INS), consumul final de energie electrică din primele șapte luni din acest an a fost de 28,195 miliarde KWh, cu 9,4% mai mic decât în perioada similară a lui 2008. Însă, în timp ce populația a folosit cu 7,5% mai multă electricitate, firmele și-au redus puternic cererea în acest domeniu. Înainte de criză, consumul de energie creștea anual cu aproximativ 3%.

Una dintre cele mai dinamice piețe a fost, în ultimii ani, cea a berii, cu creșteri de circa 20%. În primele șase luni din 2009, scăderea a fost de 10%, pe fondul reducerii puterii de cumpărare a românilor, dar și al schimbării obiceiurilor de consum, după cum afirmă reprezentanții Asociației "Berarii României".

Pentru perioada următoare, premisele nu par deloc optimiste, estimările din piață merg chiar până la scăderi de 20% la nivelul anului 2009, raportat la 2008, când creșterea era de 4,1%. "Berea arată un anumit confort, pe care fiecare și-l creează, este un produs ce se adresează și celor cu mai puțini bani. În cazul în care consumatorii nu-și mai pot permite nici măcar o sticlă de bere, atunci este o problemă", afirmă Vifor Verșescu, directorul general al Patronatului Industriei Berii din România. El spune că vânzările din primele opt luni au mers prost, cu mult sub estimările producătorilor, fiind înregistrată o scădere de 17%.

De asemenea, piața ciocolatei, care a avut un avans de circa 20% în anii trecuți, și-a micșorat de câteva ori ritmul de creștere, dar producătorii sunt mulțumiți totuși de faptul că trendul este ascendent. Reducerea veniturilor populației a dus și la scăderea consumului de cosmetice, după majorările din ultimii cinci ani, de 15-20%, pentru 2009 fiind estimată o creștere de 10%, pe o piață de aproximativ 550 mil. euro. Aceștia sunt însă doar o parte dintre indicatorii care pot fi luați în seamă. "Sunt de acord că îți poți da seama de starea economiei după consumul de energie, dar cred că, înainte de bere și de ciment, trebuie luat în calcul consumul produselor de strictă necesitate, cele de îmbrăcăminte și de întreținere.

Suntem pe ultimele locuri în Europa la consumul de săpun și pastă de dinți. De asemenea, am ajuns sub nivelul din 1989 la consumul de costume de bărbați și chiar la consumul de lenjerie. Suntem pe ultimele locuri în

Europa, undeva la egalitate cu Bulgaria", spune Maria Grapini, președintele Federației Patronale a Textilelor, Confecțiilor și Pielăriei.

Indicele chiloților bărbătești

>Vânzările de chiloți bărbătești, a căror scădere începe să se oprească, arată că economia americană dă semne de revenire, scrie Washington Post, într-un articol publicat în luna august. În general, vânzările sunt relativ constante, pentru că sunt incluse la cheltuieli de strictă necesitate. Însă, în timpul presiunilor financiare severe, cumpărătorii încearcă să prelungească durata dintre două achiziții, argumentează Washington Post. Printre exemplele de indicatori atipici, ziarul mai enumeră vânzările de ruj, pe care Leonard Lauder, președintele producătorului de cosmetice Estee Lauder, îl consideră un barometru anticiclic pentru starea de spirit a consumatorilor. Totuși, teoria lui Lauder nu s-a confirmat în SUA, iar vânzările de ruj au trecut pe minus cu 8%.

Influențe

>Românii continuă să bea bere, dar mai rar și în cantități mai mici decât în anii trecuți. Nici vremea nu a ținut cu producătorii, iar acest lucru s-a văzut, în special, în primul trimestru.

© 2007 Grupul Realitatea Catavencu www.gruprc.ro. Toate drepturile rezervate.

Articolele prezentate pe acest site sunt proprietatea Grupului Realitatea Catavencu. Pentru detalii privind reproducerea acestor informatii contactati Redactia@Standard.ro