

JETRO București

Japonezii vor să își extindă afacerile din România

Organizația Japoneză pentru Comerț Exterior JETRO are misiunea să faciliteze companiilor japoneze investițiile în țări străine, precum și exportul de produse japoneze în alte țări.

Tasuku Furukawa, director general al Biroului din București, ne-a declarat: "Dorim să stabilim misiuni economice româno - japoneze prin care să promovăm investițiile japoneze în România. Astfel vom contribui la creșterea economiei românești prin crearea de locuri de muncă și a unei piețe competitive."

Totodată, JETRO lucrează pentru promovarea exporturilor japoneze în România. Criza economică se manifestă aproape în întreaga Europă, inclusiv în România, și misiunea JETRO este să identifice cele mai bune produse japoneze vandabile pe piața europeană aflată în criză.

Infrastructura va atrage expertiza japoneză

În mod particular în România, JETRO sprijină cooperarea pentru îmbunătățirea infrastructurii din România. Companiile japoneze au tehnologii și know how necesare, de exemplu, pentru dezvoltarea și reabilitarea infrastructurii de mediu, pentru tratarea apei etc.

Un alt segment de interes pentru companiile japoneze în România îl reprezintă furnizarea de tehnologie feroviară. În Japonia sunt multe rețele feroviare care funcționează tot timpul anului, în condiții meteo dintre cele mai vitrege, de la călduri mari la geruri extreme.

De asemenea, companiile japoneze au experiență în ceea ce privește materialele și tehnologiile pentru diminuarea efectelor cutremurelor, experiență care ar putea fi foarte utilă românilor, aflați de asemenea într-o zonă cu risc ridicat de seismicitate. Companiile japoneze au tehnologii pentru a construi clădiri rezistente la cutremure, care pot reduce efectele acestora, subliniază domnul Tasuku Furukawa.

În prezent companiile japoneze au mult de lucru și în Japonia, afacerile

cresc în țara de origine pentru că permanent se pregătesc pentru următorul cutremur. Dar domnul Tasuku Furukawa crede că există potențial pentru extinderea cu astfel de tehnologii pe piețele stărine. Acesta este un domeniu cu un important potențial de cooperare româno - japonez.

Comerțul bilateral a crescut pe timp de criză

În ceea ce privește comerțul dintre Japonia și România tendința este de creștere. După 2008 a fost înregistrată o scădere din cauza crizei economice, dar ulterior, începând cu 2010, s-a reluat creșterea. "Sper să crească și mai mult anul acesta, dar totul depinde de evoluția condițiilor de piață generate de criza economică europeană", menționează domnul Tasuku Furukawa.

Interesul companiilor japoneze pentru România este relevant și de investițiile realizate de acestea până acum în țara noastră. Cele mai multe dintre companiile japoneze prezente în România activează în sectorul auto, iar 70% dintre ele produc subansambluri pentru uzinele Dacia. Nu sunt înregistrate multe companii japoneze în România pentru că peste 70% din investiții se fac prin subsidiarele lor europene ca investiții indirecte.

În consecință, tendința de achiziție de către companiile japoneze în țările din vestul Europei poate afecta situația investițiilor indirecte în România efectuate de companiile japoneze.

Specificul investițiilor în România a fost diferit de la o etapă la alta. În jurul anului 2000 până în 2009 investitorii japonezi s-au axat pe fuziuni și achiziții. Din 2009 au început să se facă investițiile greenfield (pornite de la zero). Poate ca o urmare a crizei economice, din 2011 s-au făcut investiții brownfield, prin reconversia unor unități preexistente.

În țări din Uniunea Europeană, mai precis din Europa de Vest, companiile japoneze au început recent (în 2011-2012), să efectueze achiziții de societăți.



Tasuku Furukawa, director general al Biroului din București

Companiile japoneze și-au menținut forța, cu toate că au fost afectate într-o anumită măsură de criza europeană, mai ales în funcție de evoluția cotațiilor yen - euro. "Acum oferă oportunități pentru achiziția de companii europene", subliniază domnul Tasuku Furukawa.

Cea mai bună perioadă pentru a investi în Japonia

Și companiile românești ar putea să facă afaceri în Japonia. Asta pentru că în Japonia costurile și prețurile au scăzut puțin față de acum zece ani, când costul locuirii în Japonia era cel mai mare din lume. Prețurile mai reduse cresc competitivitatea, deci poți să exporti mărfuri mai ieftine, și cred că este potențial și pentru firmele românești,

depinde desigur de produs, preț și calitate. JETRO își manifestă disponibilitatea să sprijine și exportul către Japonia, deși nu este misiunea sa principală.

Domnul Tasuku Furukawa subliniază că prioritatea misiunii JETRO în România este să mențină investițiile japoneze în țara noastră și chiar să crească numărul firmelor japoneze care investesc în România. De altfel sunt companii japoneze care s-au instalat aici și care acum intenționează să își extindă volumul producției sau numărul de angajați.

