

IMM-urile promet un potențial de creștere solidă pe termen lung în Europa Centrală și de Est

- Ratele de creștere mai mari din regiunea ECE față de Europa Occidentală vor reduce decalajul dintre sectoarele de microîntreprinderi și IMM-uri din cele două zone și vor duce la creșterea cererii de finanțare, consultanță și produse și servicii bancare.
- Vânzarea de credite a fost povestea de succes a trecutului – găsirea unui echilibru mai bun între vânzări, risc și eficiență, și definirea unui model de afaceri clar de urmat reprezintă muzica viitorului.
- Strategia de vânzări a trecut de la creșterea bazei de clienți la o mai bună înțelegere a clienților existenți. Obiectivul este creșterea vânzărilor încrucișate și stabilirea unei proceduri eficiente de procesare a cererilor de creditare în vederea îmbunătățirii profitabilității unui client obișnuit și a segmentului de afaceri în general.
- Erste Group, care deservește aproximativ 800.000 de IMM-uri în regiunea CEE, se așteaptă la revenirea practicii de derularea a tuturor afacerilor cu o singură bancă principală, cu care s-a construit o relație de durată

Țările din ECE, în curs de transformare în țări cu economii mature, consideră IMM-urile drept pilonul de susținere a economiei și instrumentul de diversificare și eliminare a concentrării riscurilor, reducând impactul situațiilor macroeconomice negative asupra productivității, pieței muncii și creșterii. Mai mult, economiile naționale se pot baza pe IMM-uri ca promotoare ale inovației, precum și pe flexibilitatea lor și spiritul antreprenorial adus de aceste companii, adeseori conduse chiar de proprietar. „În medie, 99,7 din 100 de companii prezente în cele 27 de țări ale Uniunii Europene - IMM-uri și microîntreprinderi¹ - generează peste două treimi din numărul total al locurilor de muncă, multe dintre acestea în zonele rurale, și 60% din valoarea adăugată – cu ponderi diferite în diverse sectoare industriale,” declară Helge Böschbrocker, director al zeb/rolfes.schierenbeck.associates și autor al studiului „Servirea IMM-urilor de către bănci în CEE”². Numărul mare de companii mici și mijlocii oferă și un potențial enorm pentru bănci: 45% din volumul total de credite acordate de băncile cuprinse în studiu au vizat IMM-urile.

Erste Group crede în potențialul mare de creștere a segmentul său de afaceri IMM

Erste Group lucrează cu aproximativ 800.000 de clienți din categoria IMM-uri în Europa Centrală și de Est prin intermediul celor peste 3.000 de sucursale, ceea ce înseamnă că aproape 15% din toate companiile aflate în această regiune sunt clienți Erste Group³. Erste Group intenționează să își extindă această poziție și crede că segmentul IMM-urilor din regiunea ECE prezintă un potențial puternic. În prezent, cei mai importanți parametri - densitatea IMM-urilor, rata valorii adăugate, ratele de vânzare încrucișată și gradul de utilizare a produselor - în Europa Centrală și de Est rămân la o valoare cu aproximativ 20% mai scăzută decât în Europa Occidentală. „Europa de Est reprezintă garanția creșterii. Peste 10 ani, toate companiile vor fi la fel de importante pentru economie precum cele din Europa Occidentală,” afirmă Thomas Uher, membru în consiliul de administrație al Erste Bank Oesterreich, responsabil de segmentul corporate. Erste Bank își menține strategia de furnizare a serviciilor regionale la nivel local și va continua să opereze în Europa de Est. „Birourile sucursalelor și serviciile oferite la fața locului sunt cheia oricărei relații cu clienții. Cred în servicii bancare furnizate personal. Adaptarea la specificul regional și o politică a apropierii de client sunt avantaje competitive în care credem și pe care intenționăm să le păstrăm în strategia noastră pentru segmentul retail. Cred de asemenea că această criză financiară va duce la o

¹ Definiția IMM-urilor și a microîntreprinderilor este disponibilă pe ultima pagină.

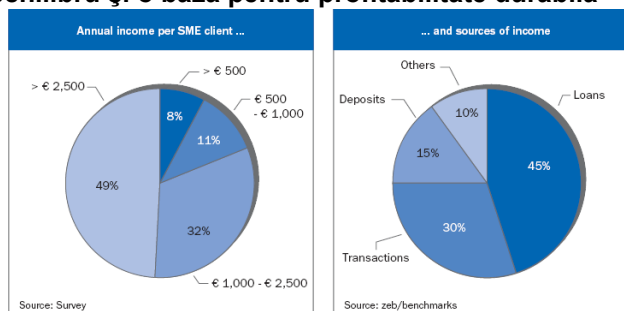
² Date de la 59 de bănci din țările selectate (Croatia, Republica Cehă, Ungaria, Polonia, România, Rusia (regiunea Moscovei), Serbia, Slovacia, Ucraina), dintre care peste 60% se află printre primele zece bănci din țara respectivă și 80% sunt filiale ale grupurilor bancare internaționale. Studiul a inclus un chestionar complex pentru bancheri din aproximativ 100 de bănci, precum și interviuri cu reprezentanți ai IMM-urilor din băncile selectate.

³ În Austria, una din patru IMM-uri este client al Erste Bank Oesterreich și al băncilor de economii.

revenire a practicii de a derula toate afacerile prin intermediul unei singure bănci principale cu care s-a construit o relație de durată,” a subliniat Uher. Acest lucru este valabil în special în momente de nesiguranță economică. Conform unui studiu comandat de către Erste Group și realizat de IMAS Viena, majoritatea clienților IMM din întreaga regiune se așteaptă la efecte negative asupra propriei afaceri și se declară îngrijorați. „În calitate de bancă de retail, suntem foarte aproape de economia reală, prin urmare avem posibilitatea de a lua măsuri eficiente la nivel local pentru clienți, asigurându-le astfel un sprijin optim,” a afirmat Uher. Erste Bank nu estimează un an 2010 ușor și este foarte conștientă de responsabilitatea sa privind asigurarea de lichidități la nivel local, acum mai mult ca niciodată⁴. Pentru a susține clienții în procesul lor de extindere, Erste Group a înființat așa-numitele Birouri Internaționale în 11 țări⁵. „Ce bine că au trecut vremurile în care, de exemplu, un tâmplar austriac care dorea să își deschidă un cont bancar în Ungaria pentru filiala sa trebuia să își facă timp pentru o călătorie în străinătate pentru semnarea contractelor. Astăzi, trebuie doar să meargă la Biroul Internațional al Erste Bank care se ocupă de toate formalitățile. Documentele semnate sunt apoi confirmate și trimise în Ungaria, iar contul este deschis. Bineînțeles, la fel se întâmplă și în cazul invers, pentru toate țările,” a explicat Uher. O altă inovație este cooperarea cu băncile de economii germane, care a demarat în luna septembrie, și oferă posibilitatea clienților Erste Group din Austria și din ECE să folosească serviciile birourilor sucursalei din Germania prin unitățile „S-CountryDesks” ale băncilor germane de economii.

După ani de achiziții, băncile încearcă să găsească un echilibru și o bază pentru profitabilitate durabilă

În trecut, majoritatea băncilor s-au axat foarte mult pe produsele de creditare și deseori au urmat o strategie de „creștere odată cu clienții”.⁶ Oportunitatea de a vinde credite, corelată cu facilitarea accesului la refinanțare au dus la un dezechilibru al structurii veniturilor, în care veniturile (înainte de costuri și risc) din credite au avut o pondere mai mare decât alte surse de venituri (depozite, comisioane). Cererea mare și dinamica economiilor naționale, pe de o parte, și lipsa instrumentelor și a datelor adecvate, pe de altă parte, au făcut ca băncile să se confrunte cu riscul de a nu fi întotdeauna prudente în luarea deciziilor privind creditele.



În luarea deciziilor privind creditele. Cel mai probabil, acest scenariu se va schimba considerabil pentru 2009, deoarece majoritatea bancherilor incluși în studiu au raportat o scădere de 50% sau mai mult a vânzărilor noi, față de aceeași perioadă din 2008. „Noua provocare este acum găsirea unui echilibru mai bun între vânzări, risc și eficiență, precum și definirea unui model de afaceri clar de urmat de către manageri responsabili”, declară Böschenbröcker.

Criza financiară – ce s-a schimbat?

În cadrul studiului comandat de către Erste Group, la întrebarea privind cele mai mari amenințări pentru activitatea bancară pe segmentul IMM⁷, 74% dintre bancherii cuprinși în studiu au răspuns „Impactul crizei financiare” și 50% „Mediul macroeconomic actual”. La întrebarea privind impactul crizei actuale, 69% au răspuns că „scăderea calității portofoliului de credite” este o problemă majoră. O altă preocupare a majorității băncilor (65%) este scăderea bruscă a vânzărilor care s-a datorat faptului că IMM-urile nu au îndeplinit cerințele (tot mai stricte) ale băncilor în privința aprobării finanțării, precum și scăderii cererii determinate de atitudinea de expectativă a clienților.

O altă consecință a crizei actuale este preocuparea băncilor legată de creșterea creditelor neperformante. Astfel, multe bănci au început o gestionare proactivă a portofoliului de credite: 15% dintre băncile incluse în studiu și-au vândut deja portofoliul de credite neperformante, alte 25% intenționează să vândă, iar 75% au centralizat recuperarea creditelor.

Pe de altă parte, băncile cuprinse în studiu au identificat și oportunități pe timp de criză; aproximativ două treimi dintre aceste bănci văd o oportunitate în a se poziționa drept partener puternic pentru clienții lor în „condiții mai puțin favorabile”, un partener puternic care este dispus să își susțină clienții, atunci când contează și este fezabil, și să acorde credite clienților (selectați).

⁴ Volumul total de credite al Erste Group a crescut cu 1,5%, ajungând la 128,1 miliarde euro în prima jumătate a anului 2009.

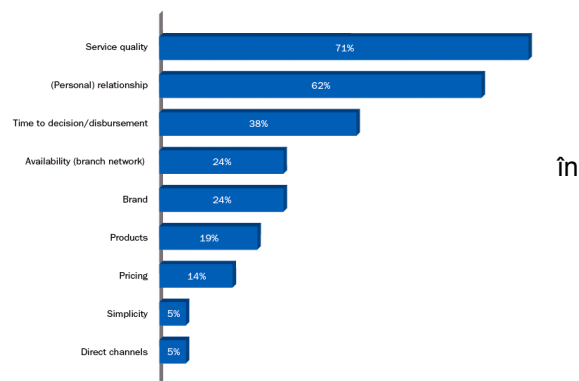
⁵ Republica Cehă, Slovacia, Ungaria, Austria, Croația, România, Serbia, Ucraina, Italia, Slovenia, Bosnia-Herțegovina

⁶ CSI a înregistrat cea mai puternică creștere, 82% dintre bănci extinzându-și portofoliul de credite cu peste 20% și 64% dintre bănci înregistrând o creștere a marjelor (în medie 55%).

⁷ Sunt permise răspunsuri multiple.

Care sunt factorii de succes și mecanismele pentru obținerea profitabilității?

1. Peste 70% dintre băncile incluse în studiu au indicat „Calitatea serviciilor” și peste 60%, „Relația personală” drept unul dintre principalii trei factori de succes cheie.
2. Un alt factor de succes este configurația organizațională: organizarea clienților IMM-uri ca segment „independent” pare să dea rezultate mai bune decât includerea IMM-urilor categoriile de servicii bancare corporate sau retail.
3. Strategia generală de vânzări a trecut de la vizarea creșterii bazei de clienți la creșterea profitabilității în rândul clienților existenți, pe baza statisticilor că valoarea operațiunilor derulate de clienții existenți poate fi mult mai eficientă și realizată cu mai puține resurse.
4. Accentul pe activități față în față cu clientul: managerii de relații care petrec peste 60% din timp față în față cu clienții au, în medie, o rată de vânzare încrucișată cu 20% mai mare, dar numai 28% dintre managerii de relații alocă peste 60% din timpul lor interacțiunii cu clienții.
5. Portofoliu restrâns de produse: băncile cu un portofoliu restrâns de produse pentru acoperirea nevoilor tipice au o rată mai mare a vânzărilor încrucișate decât cele care oferă o gamă foarte complexă de produse.
6. Prelucrare eficientă – în principal în creditare, activitatea care necesită cel mai mult timp – încurajează profitabilitatea și îmbunătățește experiența clienților, susținută de un sistem informatic adecvat și util.

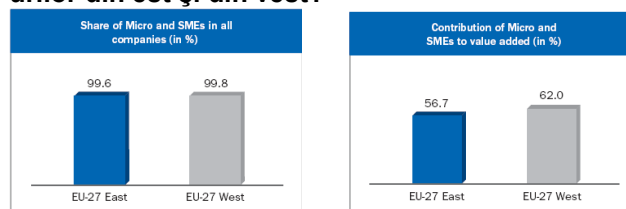


Source: Interviews – “what are three top three success factors for SME banking?”

„În ceea ce privește vânzările, consideram a fi trei provocări cheie: în primul rând, o mai bună înțelegere a clienților; în al doilea rând, alegerea clienților potriviți pentru stimularea creșterii; iar în al treilea rând, îmbunătățirea semnificativă a vânzărilor încrucișate care să determine creșterea profitabilității în cazul unui client obișnuit și a segmentului de afaceri în general. Considerăm în continuare că aspectele legate de vânzări sunt vitale pentru o creștere durabilă și orientată spre viitor (după depășirea crizei)”, anticipează Helge Böschenbröcker.

Care sunt diferențele dintre deservirea de către bănci a IMM-urilor din est și din vest?

Comparația dintre est și vest arată că ponderea medie a microîntreprinderilor și IMM-urilor în cadrul numărului total de companii și nivelul general de ocupare a forței de muncă determinat de acestea sunt egale, în timp ce densitatea IMM-urilor (= numărul de IMM-uri la 1.000 de locuitori) este cu aproximativ 20% mai mică în țările estice din UE (36,2%, față de 45,3% în vestul Uniunii Europene), la fel ca media valorii adăugate (56,7% versus 62,0%). Ratele medii de vânzări încrucișate pentru diferite produse atractive sunt încă mult mai scăzute în noile state membre UE în comparație cu UE-15.⁸ Un alt factor este faptul că – deși creșterea profitabilității este un element determinant principal în eforturile băncilor din CEE – numai aproximativ jumătate dintre bănci pot măsura profitabilitatea la nivel de produs. Astfel, 65% dintre băncile incluse în studiu au declarat că intenționează să implementeze soluții de *business intelligence* și sisteme de management al informațiilor (SMI).



Countries “East”: Bulgaria, Czech Republic, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Poland, Romania, Slovakia, Slovenia
 Countries “West”: Austria, Belgium, Cyprus, Denmark, Finland, France, Germany, Greece, Ireland, Italy, Luxembourg, Netherlands, Norway, Portugal, Spain, Sweden, UK
 Source: zeb/research, Eurostat (2008), Structural Business Statistics (SBS)

Perspective:

ECE trece prin cea mai gravă recesiune economică de la începutul procesului de transformare – totuși, anticipăm niveluri de creștere mai mari decât în Europa Occidentală, atât pe termen mediu, cât și pe termen lung. Deoarece sectoarele în care activează IMM-urilor contribuie la această dezvoltare, sau sunt chiar principalul motor al acesteia, ar trebui ca în final să se reducă decalajul dintre sectoarele microîntreprinderilor și IMM-urilor din Europa Occidentală și Europa Centrală și de Est și să rezulte un număr mai mare de jucători respectabili de dimensiuni mijlocii pe multe piețe, care să apeleze la instituțiile de creditare cu tot mai multe solicitări de finanțare, consultanță și alte produse și servicii bancare.

⁸ Comisia Europeană (2006), Raport interimar II Conturi curente și servicii conexe.

Segmentare:

Cifra de afaceri anuală și numărul de clienți sunt folosite ca punct de separare pe segment (conform definiției interne oferite de băncile incluse în studiu)

Segment limits (European Commission) ¹	Segment limits of surveyed banks (turnover)	Segments and share of clients ²	Behavioural specifics	Client product needs	Driver of client satisfaction
Turnover: EUR 10 - 50 m Employees: EUR 50 - 249	Average turnover: EUR 24.6 m Turnover range: EUR 1.2 - 50 m	Medium (5%)	<ul style="list-style-type: none"> Pure corporate attitude Complex product requirements 	<ul style="list-style-type: none"> Investment credit Working capital loan FX and trade finance 	<ul style="list-style-type: none"> Specialised advisory service Flexibility Depth of product/service portfolio
Turnover: EUR 2 - 10 m Employees: 10 - 49	Average turnover: EUR 3.6 m Turnover range: EUR 0.5 - 11 m	Small (15%)	<ul style="list-style-type: none"> Clear separation between business and private financial needs 'Plain vanilla' products 	<ul style="list-style-type: none"> Working capital loan Overdraft Car loan 	<ul style="list-style-type: none"> Personal relationship Speed/flexibility/transparency
Turnover: EUR < 2 m Employees: 0 - 9	Average turnover: EUR 0.65 m Turnover range: EUR 50 k - 2 m	Micro (80%)	<ul style="list-style-type: none"> Business and private financial needs often mixed Standardised products 	<ul style="list-style-type: none"> Credit Card Overdraft Consumer loan Mortgage Car loan 	<ul style="list-style-type: none"> Customer service Proximity Speed/flexibility Pricing Online resources

¹ SME definition as outlined in Recommendation 2003/361/EC

² According to segment definition given by participating banks

Pentru întrebări suplimentare, vă rugăm să contactați:

zeb/rolfes.schierenbeck.associates este principalul specialist în consultanță pentru industria de servicii financiare, prezent în Munchen, Berlin, Frankfurt, Viena, Zurich, Varșovia, Kiev, Hamburg, Praga și Budapesta.

Helge Böschbroeker (Director)

Tel: +431 522 63 70 15

E-Mail: hboeschbroeker@zeb.at

Efma (Asociația Europeană de Management Financiar și Marketing) conține informații despre 2.500 de mărci diferite de servicii financiare din întreaga lume, printre care 80% din cele mai mari grupuri bancare din Europa.

Lubomir Olach (Manager, Regiunea CEE)

Tel: +4212 5363 1944
E-Mail: lubomir@efma.com

Erste Group este unul dintre cei mai mari furnizori de servicii financiare din Europa Centrală și de Est, deservind 17 milioane de clienți în 3.000 de sucursale din Austria, Republica Cehă, Slovacia, România, Ungaria, Croația, Serbia, Ucraina.

Hana Cygonková (Purtător de cuvânt adjunct, Erste Group)

Tel: +43 50100 – 11675

E-Mail: hana.cygonkova@erstegroup.com

Puteți descărca acest text și de pe pagina www.erstegroup.com/pressrelease.