

Industria auto, încotro? Tendințe globale, perspective periferice

ȘTEFAN GUGA (Syndex)
Decembrie 2018

- Industria auto europeană arată astăzi cu totul altfel decât acum zece ani. Polarizarea pieței și reconfigurarea geografică a lanțurilor de producție se resimt puternic și în România, care are astăzi o piață minoră și o industrie din ce în ce mai puternică.
- Devenită între timp cea mai importantă ramură industrială a țării, industria auto din România produce astăzi predominant pentru export și este controlată aproape total de capitalul străin. Pentru a beneficia de costurile reduse cu forța de muncă, companiile au investit în special în procese manuale, cu nivel scăzut de complexitate și tehnologizare. România servește în principal ca platformă de asamblare a unor produse concepute în și pentru statele din vest, actorii locali fiind în mare parte lipsiți de control asupra funcționării operațiunilor industriale.
- Electrificarea motorizărilor, conectivitatea și tehnologia autonomă, precum și digitalizarea de-a lungul lanțului de producție par că vor duce la transformări fundamentale ale modului în care funcționează întregul ecosistem auto. Dacă în termen de câteva decenii schimbarea radicală este probabil inevitabilă, incertitudinea este foarte mare când vine vorba de ce se va schimba în următorii 10-15 ani. Există temeri serioase privitoare la sustenabilitatea activităților industriale și la menținerea nivelului actual al ocupării în industria auto europeană.
- În România, este de așteptat ca tranziția tehnologică să fie decalată, cu impact potențial pozitiv asupra activității economice și asupra ocupării, cel puțin pe termen scurt și mediu. Poziția periferică a industriei auto din România o va proteja temporar de aceste transformări, costul redus al forței de muncă fiind un factor determinant în acest sens. Pe de altă parte, deficitul de forță de muncă ieftină — un efect direct al menținerii costurilor salariale la un nivel foarte scăzut — reprezintă o amenințare mult mai palpabilă decât evoluțiile tehnologice globale. Din perspectiva oportunităților puse astăzi pe masă de evoluțiile tehnologice din industria auto, România nu poate beneficia prea mult și într-un mod sustenabil decât prin depășirea paradigmei *low-cost*.

Cuprins

■	Introducere	3
■	Industria auto din România în context european	5
■	Dezvoltarea dependentă a industriei auto din România	15
■	Tendențe globale: mașini electrice, mașini conectate și autonome, digitalizare	31
	Motorizările electrice	31
	Mașinile conectate și autonome	35
	Digitalizarea lanțului de producție	37
■	Perspectivă periferică: impactul asupra industriei auto din România	38
	Mașini electrice: o tranziție întârziată, însă deja aflată în desfășurare	38
	Mașini conectate și autonome: (dez)avantajul costurilor reduse	45
	Digitalizarea producției: „uzina viitorului” și forța de muncă ieftină	48
■	Concluzii	49

Introducere:

La jumătatea deceniului trecut, industria auto din România părea să aibă aceeași soartă cu alte atâtea ramuri industriale spre care statul canalizase investiții masive înainte de 1990. În 2002, producția de autoturisme scăzuse la 61% din nivelul anului 1997, când atinsese un vârf istoric absolut al erei pre-Logan (109 mii de unități). Numărul salariaților avusese o traiectorie mult mai puțin sinuoasă, reducându-se treptat cu nu mai puțin de 66% între 1990 și 2004. Exporturile de produse auto scăzuseră dramatic, de la 5% din totalul exporturilor de bunuri în 1990 la 1,8% în 2000. Dacia, cel mai mare producător de automobile din țară și cea mai importantă companie din sector, nu mai exporta practic nimic, dominând însă în continuare o piață internă aflată în declin accelerat ca urmare a situației socioeconomice dramatice lăsate în urmă de guvernarea CDR. La acea vreme, beneficiile privatizării companiei din Mioveni erau cel puțin incerte, ea înjumătățindu-și forța de muncă la mai puțin de cinci ani după preluarea de către Renault. Uzina de la Craiova trecea printr-o situație chiar mai dificilă, compania-mamă Daewoo Motors sucombând ca urmare a crizei asiatice de la sfârșitul anilor 1990, în timp ce ARO devenea încă o victimă a devalizării post-privatizare. În fine, sectorul furnizorilor, care înainte de 1990 cunoscuse o dezvoltare fulminantă ca urmare a politicii de maximizare a gradului de integrare locală a producției de automobile, avea un viitor cel puțin incert, privatizarea Dacia scoțând și mai mult în evidență vocile care subliniau inadecvarea funciară a furnizorilor autohtoni la realitățile industriale și de piață ale secolului 21.

Înapoi în prezent, situația este radical diferită. Industriei auto îi corespunde astăzi aproximativ 6% din totalul valorii adăugate brute din economia concurențială, 3,7% din totalul salariaților din economie și 13,5% din valoarea

totală a exporturilor României.¹ Fabricarea autoturismelor și a pieselor pentru auto-vehicule a devenit între timp cea mai importantă ramură industrială a țării și unul dintre pilonii de bază ai economiei naționale, fapt puternic întărit de evoluțiile post-criză. Pe lângă cele două mari uzine de autoturisme și motoare, zeci de furnizori internaționali și-au dezvoltat operațiunile în România, producând o gamă vastă de componente și subansamble — de la cablaje electrice la cutii de viteze. Industria furnizorilor cuprinde peste două sute de unități productive cu cel puțin 100 de salariați, producătorii mari de cablaje (Leoni, Dräxlmaier) având fabrici care rivalizează ca mărime cu uzinele de autoturisme. Peste 90% din salariații din industria auto lucrează astăzi pentru întreprinderi multinaționale, cărora le revine și o pondere similară din valoarea adăugată totală a sectorului. Prin comparație, în 2003 aproape două treimi din salariați lucrau pentru întreprinderi cu capital predominant autohton, cărora le revenea aproape jumătate din valoarea adăugată totală.

Această evoluție mai mult sau mai puțin spectaculoasă a industriei auto de-a lungul ultimului deceniu și jumătate reflectă într-o mare măsură transformarea de ansamblu a economiei României prin integrarea din ce în ce mai strânsă în peisajul economic al Uniunii Europene. Odată cu aderarea la UE, România a beneficiat de extinderea geografică a lanțurilor valorice ale industriei auto vest-europene către est. Investițiile străine directe au explodat, capitalul străin a devenit dominant, iar producția s-a reorientat rapid și masiv către export. Costul acestei dezvoltări fulminante nu este însă deloc mic, economia României devenind din ce în ce mai dependentă de mediul ciclic și extrem de competitiv al industriei auto vest-europene. Din acest punct de vedere, peisajul românesc este deja foarte bine conturat: o piață internă limitată, care conține din ce în ce mai puțin în ecuația economică a operațiunilor industriale; o structură industrială clar circumscrisă, în care predomină activitățile de asamblare manuală și în care funcțiile de cercetare-dezvoltare sunt limitate; influență

1. Luând în calcul și produsele de cauciuc și raportându-ne doar la exporturile de bunuri, industria auto asigura în 2017 nu mai puțin de 19,7% din exporturile totale. Date Eurostat și INS.

minimă asupra deciziilor strategice ale companiilor multinaționale și, drept urmare, exacerbarea presiunii competitivității pe umerii salariaților și ai statului.

Această situație nu este specifică României, ci caracterizează toate țările membre UE din Europa Centrală și de Est (ECE), unde dezvoltarea economică din ultimele decenii a venit la pachet cu creșterea dependenței față de companiile, piețele și statele din vestul continentului — de unde și descrierea acestor țări ca „economii de piață dependente”.² Acest lucru este probabil cel mai vizibil în sectorul auto, guvernele din regiune dezvoltând politici speciale de atragere a investițiilor industriale din străinătate, ceea ce în timp a necesitat stimulente financiare și investiționale din ce în ce mai mari.³ Repoziționarea statelor ECE la periferia noilor lanțuri de producție europene a dus în timp la înăsprirea concurenței dintre aceste țări periferice pentru atragerea și menținerea investițiilor străine, care au devenit rapid principalul lor motor de creștere economică. În cazul României, avem de-a face și cu o oarecare concurență din partea Marocului, transformat într-o nouă periferie a industriei auto europene ca urmare a investițiilor masive din ultimii ani, în special din partea companiilor franceze. Din moment ce competitivitatea periferiei constă în principal în costurile directe reduse⁴ — mai exact, din moment ce vorbim în principal de activități manuale de asamblare, în costurile reduse cu forța de muncă — cea mai mare parte a presiunii acestei concurențe a fost și este în continuare suportată de salariați.

Combinăția dintre creșterea cererii de forță de muncă determinată de fluxurile masive de investiții străine și reducerea ofertei determinată de fluxurile masive de migrație pentru muncă în străinătate a dus în timp la

apariția unui deficit de forță de muncă ieftină și calificată, care se acutizează ciclic: primul vârf înainte de izbucnirea crizei, în perioada 2007-2008; al doilea vârf, odată ce revenirea economică generală a luat avânt la nivel european (din 2015 până în prezent). Prin resorturile ei, această „tensionare” a pieței muncii este un fenomen tipic economiilor de piață dependente, nefiind nici ea specifică României. În absența unei alte crize economice majore, situația de pe piața muncii reprezintă o dilemă vitală pentru industria auto din România sau, mai bine spus, pentru modul în care ea s-a dezvoltat din anii 2000 până în prezent. Va reuși lipsa forței de muncă ieftine să împingă salariile suficient de mult în sus încât să stopeze migrația în masă a populației active? Vor accepta companiile să crească salariile sau vor încerca să găsească alte soluții? În cazul variantei din urmă, vorbim de soluții la nivel local, sau ne putem aștepta la migrarea capitalului spre locații chiar mai ieftine? Va renunța statul la politicile de stimulare a investițiilor prin reducerea costurilor pentru companii și va acționa pentru ieșirea din cercul vicios al dezvoltării dependente? Mai general vorbind, constituie deficitul de forță de muncă ieftină o piedică suficient de severă încât să provoace depășirea în România și în țările vecine a modelului actual de dezvoltare bazat pe costuri reduse?

Acestea sunt întrebări de relevanță maximă pe termen mediu și lung pentru industria auto din România și chiar și pentru economia țării în ansamblul ei. În aceste privințe, evoluțiile viitoare vor depinde de dinamica raporturilor de forță dintre capital, muncă și stat, la nivel național și — de ce nu? — european. Însă situația pentru industria auto este astăzi poate mai complicată ca oricând, nu puțini observatori insistând că, pe termen mediu și lung, evoluțiile tehnologice și de reglementare aflate deja în desfășurare vor schimba din temelii modul de funcționare a întregului ecosistem auto — de la producție la vânzări și utilizarea cotidiană a automobilelor. Oportunitățile și amenințările sunt determinate de trei tendințe: (1) electrificarea motorizărilor și declinul motoarelor termice; (2) dezvoltarea

2. Vezi Andreas Nölke și Arjan Vliegert, „Enlarging the varieties of capitalism: The emergence of dependent market economies in East Central Europe”, *World Politics*, 2009, vol. 61, nr. 4, p. 670-702.

3. Pentru o analiză regională de ansamblu, vezi Petr Pavlínek, *Dependent Growth: Foreign investment and the development of the automotive industry in East-Central Europe*, 2017, Cham: Springer.

4. Istvan Egresi, „Foreign direct investment in a recent entrant to the EU: The case of the automotive industry in Romania.” *Eurasian Geography and Economics*, 2007, vol 48, nr. 6, p.748-764.

automobilelor conectate și autonome; și (3) avansul digitalizării, sau intrarea în erașă-zisei Industriei 4.0. Provocările sunt fără discuție globale, vizând toate marile piețe și industrii regionale de pe mapamond. Revenită practic complet din criza izbucnită la sfârșitul deceniului trecut, industria auto europeană se confruntă la rândul ei cu reglementări de mediu tot mai stricte, care fac tehnologia motoarelor termice din ce în ce mai puțin viabilă, și cu nevoia de a finanța și implementa investiții masive pentru a ține pasul cu dezvoltarea tehnologică neobișnuit de accelerată și a-și menține avantajele competitive pe piața internă și la export. În mod evident, aceste transformări nu pot ocoli piața și industria auto din România, care depind existențial de contextul european mai larg.

În cazul României, așadar, aceste provocări globale se suprapun celor specifice economiilor de piață dependente din Europa Centrală și de Est. Chestiunea nu este deloc trivială, chiar dacă avalanșa de scenarii și planuri referitoare la schimbările tehnologice subliniază caracterul ineluctabil, profund și total al acestora. Problema industriei și piețelor auto din țările periferice nu este mai deloc discutată ca atare, sub asumptia implicită că procesul de schimbare este unul relativ uniform ca intensitate și implicații. O privire mai puțin superficială ne arată însă imediat că lucrurile nu sunt chiar atât de simple în cazul industriei din România, care, pentru că produce anumite tipuri de produse și nu altele, se va confrunta cu niște probleme (sau oportunități) specifice rolului său în diviziunea geografică a muncii din industria auto europeană (și nu cu altele). Într-o asemenea situație, orice discuție despre impactul potențial al transformărilor globale din industria auto ar trebui să ia în calcul diferențele notabile dintre piețele și industriile țărilor de la periferia marilor regiuni auto, printre care și Europa.⁵

Acest studiu abordează suprapunerea transformărilor tehnologice globale și a problemelor specifice industriei auto de la periferie din perspectiva României. Scopul nu este de a

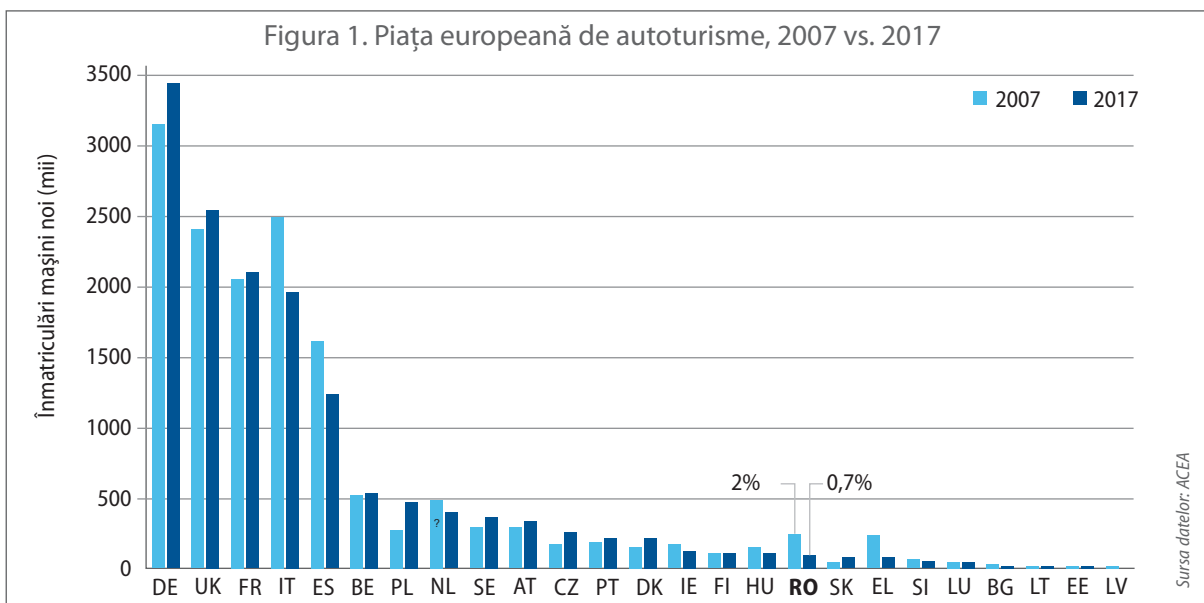
elabora încă o serie de scenarii futuriste, ci mai

degrabă de a evalua situația prezentă și de a identifica tendințe care se întrevăd deja, precum și oportunități și vulnerabilități concrete pentru industria auto din România. Primele două secțiuni analizează dezvoltarea industriei auto din România prin integrarea din ce în ce mai strânsă în piața și lanțurile de producție europene, mai întâi printr-o discuție comparativă a situației din România în context european și apoi prin examinarea detaliată a pieței și structurii industriale din țară. Secțiunea a treia prezintă tendințele care se așteaptă să revoluționeze industria auto la nivel global în următoarele decenii: electrificarea motorizărilor, dezvoltarea mașinilor conectate și autonome și digitalizarea. Ultima secțiune tratează aceste probleme din perspectiva particulară a traiectoriei industriei auto din România.

Industria auto din România în context european

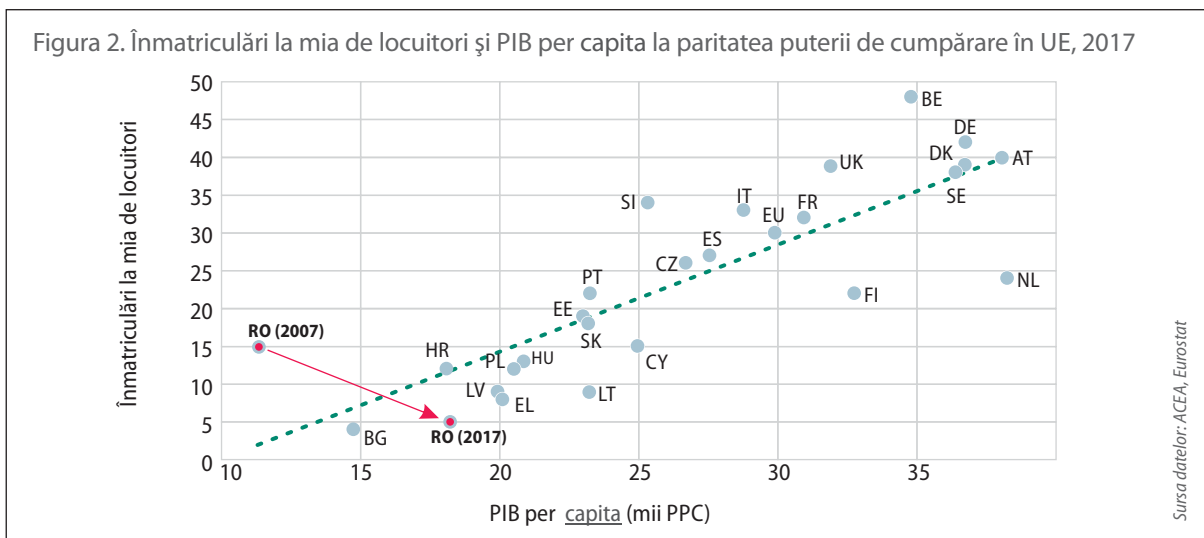
Piața auto europeană a fost profund afectată de criza de la sfârșitul anilor 2000, o revenire reală nefăcându-și simțită prezența decât abia în 2015. În 2017, nivelul înmatriculărilor era în continuare cu 2,9% mai mic decât în 2007, începutul lui 2018 anunțând deja o încetinire semnificativă a dinamicii pozitive din ultimii ani și, deci, sfârșitul perioadei de revenire post-criză. Cererea de mașini noi pare să se plafoneze undeva la 15,5 milioane pe an, ceea ce într-adevăr sugerează că ultima criză a afectat structural și pe termen lung piața auto europeană. Însă impactul nu a fost distribuit uniform. Piețele din țările vestice mari (Germania, Marea Britanie, Franța) au înregistrat creșteri nete mai mult sau mai puțin importante de-a lungul ultimului deceniu (figura 1). În același timp, piețele din sudul Europei (Italia, Spania, Grecia) au căzut, lucru nesurprinzător dată fiind situația economică în

5. Despre fenomenul regionalizării industriei auto, vezi Jorge Carrillo, Yannick Lung și Rob van Tulder (editori), *Cars, carriers of regionalism?*, 2004, New York: Palgrave Macmillan.



continuare dificilă a acestor țări. România, Bulgaria și Ungaria sunt țările din Europa Centrală și de Est în care cererea a scăzut între 2007 și 2017, spre deosebire de Slovacia, Cehia și mai ales Polonia, care au înregistrat creșteri importante în această perioadă. Impactul crizei și al măsurilor de austeritate a fost deosebit de puternic în România, scăderea de 67% fiind doar puțin sub cea din Grecia (68,5%). Slăbiciunea pieței auto din România este cu atât mai spectaculoasă cu cât evoluția macroeconomică a țării este deja de câțiva ani în mod constant printre cele mai bune din UE.

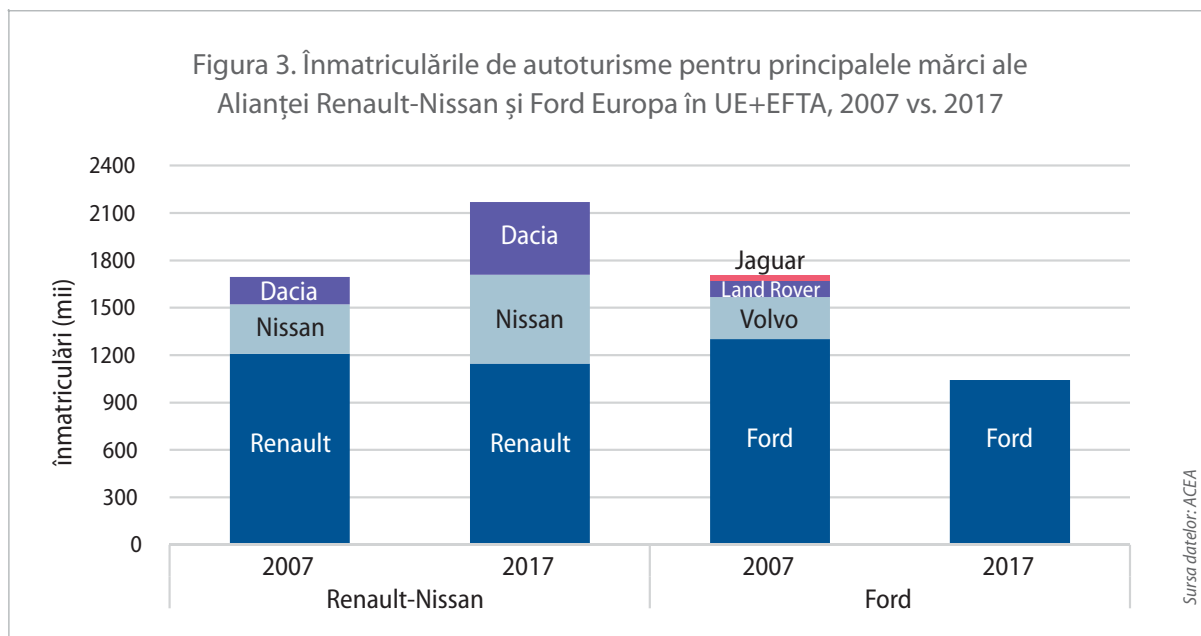
Cu 3,8% din populația UE, în 2017 României îi reveneau doar 0,7% din înmatriculările europene de autoturisme noi, față de 2% în 2007. În comparație, Polonia a trecut de la 1,9% din piața europeană în 2007 la 3,2% în 2017 (pentru aproximativ 7,4% din populația UE). Din acest punct de vedere, România nu este excepțională astăzi, fiind mai degrabă excepțională înainte de criză, când numărul înmatriculărilor de mașini noi părea a fi mult peste puterea de cumpărare a populației (figura 2).



Corecția cauzată de criză și austeritate pare să fi repus piața auto din România în ordinea europeană determinată de corelația strânsă între puterea de cumpărare a populației și cererea de autoturisme. Chiar dacă în teorie potențialul pieței românești este imens — o populație relativ numeroasă și un număr foarte mic de autoturisme la mia de locuitori (doar 329 în 2016, față de media europeană de 587) — în realitate puterea de cumpărare în continuare foarte scăzută a populației României față de majoritatea celorlalte țări europene face ca, din toate punctele de vedere (cifre absolute, pondere în totalul pieței europene, sau relativ la mărimea populației), piața auto din România să fie destul de nesemnificativă în dinamica europeană de ansamblu.

Și în ce privește producătorii avem de-a face cu câștigători și pierzători pe piața europeană a ultimului deceniu. Foarte general vorbind, companiile germane și franceze au avut de câștigat, în timp ce producătorii japonezi și

italieni au înregistrat vânzări în scădere. Totodată, constructorii coreeni (grupul Hyundai-Kia) și-au întărit considerabil poziția pe piață, într-o foarte mare măsură datorită dezvoltării unui portofoliu solid de SUV-uri (*sport utility vehicles*). Tendința generală a pieței a fost de diversificare și polarizare, creșterea inegalităților socioeconomice în urma crizei impulsionând cererea de mașini mai scumpe — SUV-uri, mărci și modele premium — și alimentând totodată cererea de mașini cât mai ieftine. Este și cazul României, unde creșterea vânzărilor de SUV-uri și mașini mici este în prezent mult mai puternică decât creșterea celorlalte segmente.⁶ Activitățile industriale din România au beneficiat direct de creșterea cererii pentru SUV-uri, în prezent atât uzina Dacia, cât și uzina Ford asamblând predominant vehicule din această categorie. Duster-ul produs la Mioveni a contribuit semnificativ la creșterea de 28% a înmatriculărilor pentru Alianța Renault-Nissan între 2007 și 2017 (figura 3), SUV-urile Nissan dovedindu-se de asemenea foarte populare.

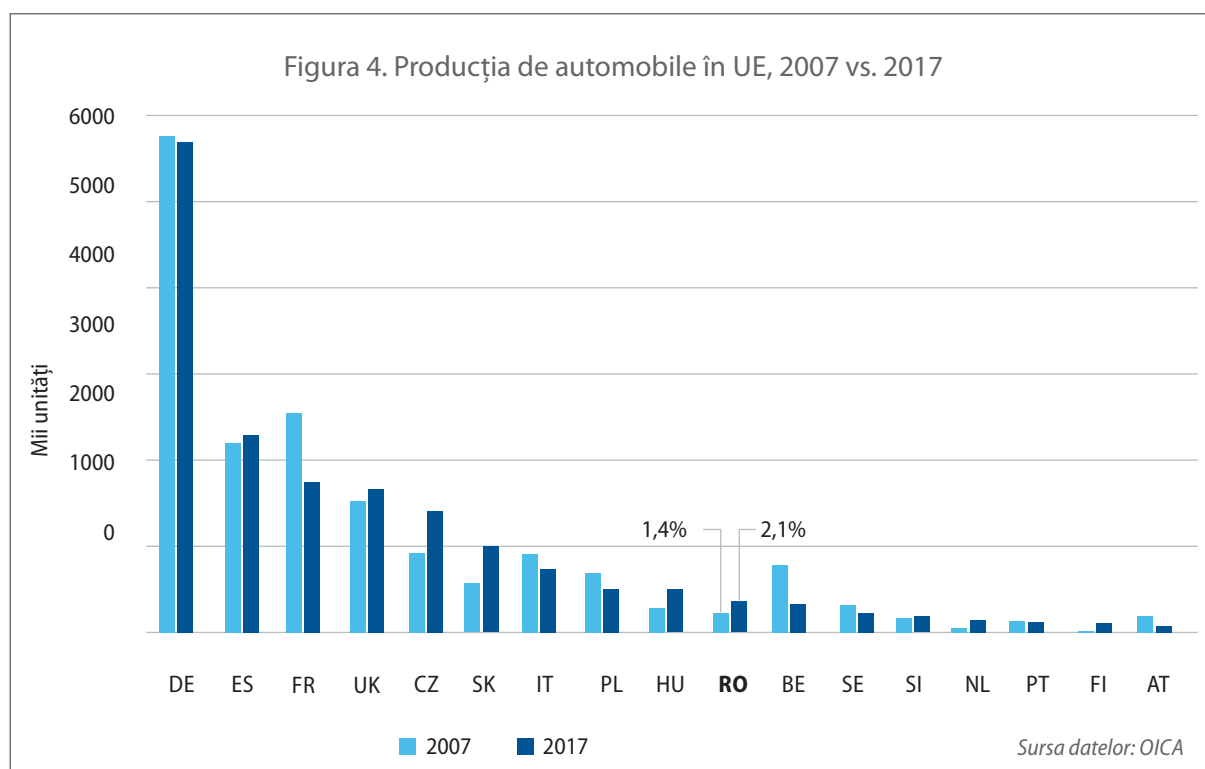


6. Vezi APIA, „Comunicat de presă. Piața auto din România își continuă evoluția pozitivă din 2018 atingând noi maxime”, 18 octombrie 2018, disponibil online la adresa http://www.apia.ro/wp-content/uploads/2018/10/Comunicat_piata_auto_Septembrie-2018.pdf. Potrivit datelor ACEA, la nivel european SUV-urile reprezentau 29% din înmatriculările totale în 2017, față de doar 8% în 2007.

Chiar dacă nu a renunțat (încă) la piața europeană, traiectoria Ford este în ton cu scăderea dramatică a prezenței producătorilor americani pe piața europeană, fiind practic singura dintre *Big Three* care încă produce și vinde în masă mașini în Europa sub o strategie proprie.⁷

În termeni de producție, comparația dintre țări arată evoluții destul de diferite față de piață (figura 4), contrastul cel mai puternic fiind chiar în România (scădere de 67% a pieței, creștere de 54% a producției între 2007 și 2017). Faptul că România a intrat în primii zece producători de autoturisme la nivel european a fost îndelung remarcat de presă și de reprezentanții mediului de afaceri din țară. Cu 359 de mii de autoturisme produse în 2017, România se află însă destul de mult în spatele celorlalți producători de automobile importanți din ECE: Ungaria (502 mii), Polonia

(515 mii), Slovacia (1 milion), Cehia (1,4 milioane). Nu mai puțin de cinci țări ECE se află astăzi în top 10 țări producătoare de autoturisme la nivel European, față de trei în 2007 (Cehia, Slovacia, Polonia). Mai important, aproape un sfert din producția europeană de autoturisme (23,3%) avea loc în ECE în 2017, față de 16,7% în 2007 și doar 8,5% în 2000. Previțiunile IHS Markit din septembrie 2018 indică o creștere de 10-20% până în 2024 a producției de autoturisme în ECE, față de cel mult 1,4% în Europa occidentală. Tendința de relocalizare a producției din Vest în Est poate, deci, continua, până în prezent Franța, Belgia, Italia și chiar Germania pierzând volume de producție în favoarea țărilor din est. Din cauza Brexitului, și Marea Britanie ar putea pierde capacități de producție ca urmare a reanalizării investițiilor către est.



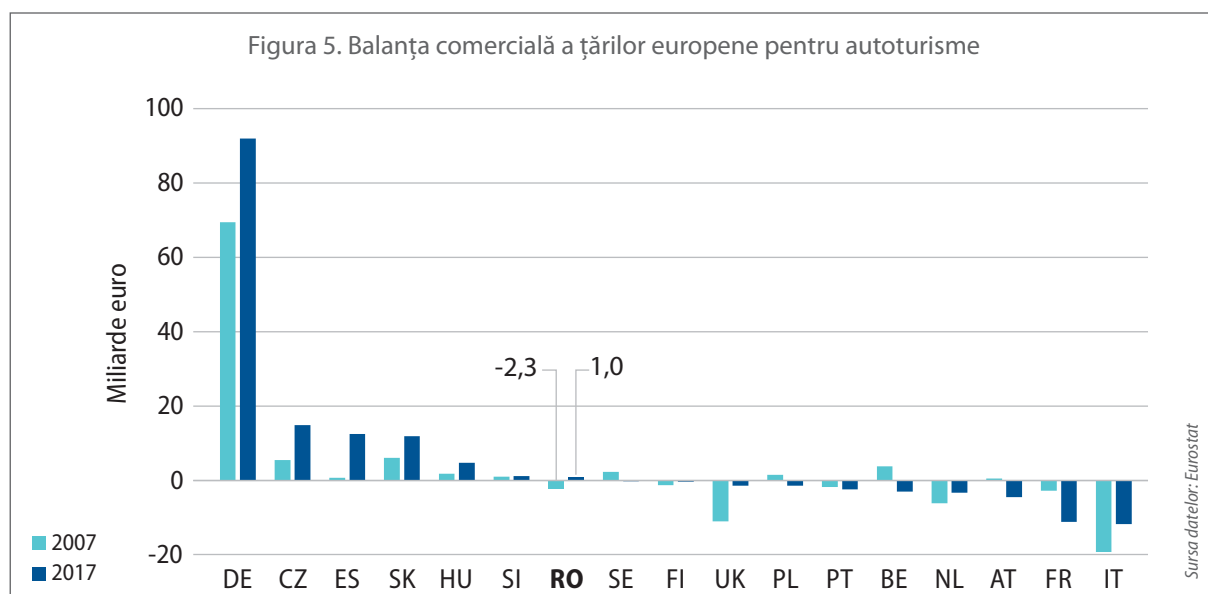
7. General Motors a abandonat piața europeană odată cu vânzarea Opel/Vauxhall către PSA. Chrysler este controlat de Fiat, grupul FCA fiind rezultatul fuziunii din 2014 a celor două companii.

Tabelul 1. Raportul dintre producția și înmatriculările de mașini noi în Europa

	2007	2017	Diferența
DE	1,8	1,6	-0,2
ES	1,4	1,9	0,5
FR	1,2	0,8	-0,4
UK	0,6	0,7	0,0
CZ	5,3	5,2	-0,1
SK	9,6	10,4	0,9
IT	0,4	0,4	0,0
PL	2,4	1,1	-1,3
HU	1,7	4,3	2,6
RO	0,7	3,4	2,7
BE	1,5	0,6	-0,9
SE	1,0	0,6	-0,4
SI	2,5	3,0	0,5
NL	0,1	0,4	0,3
PT	0,7	0,6	-0,1
FI	0,2	0,8	0,6
AT	0,7	0,2	-0,4

Sursa datelor: ACEA, OICA

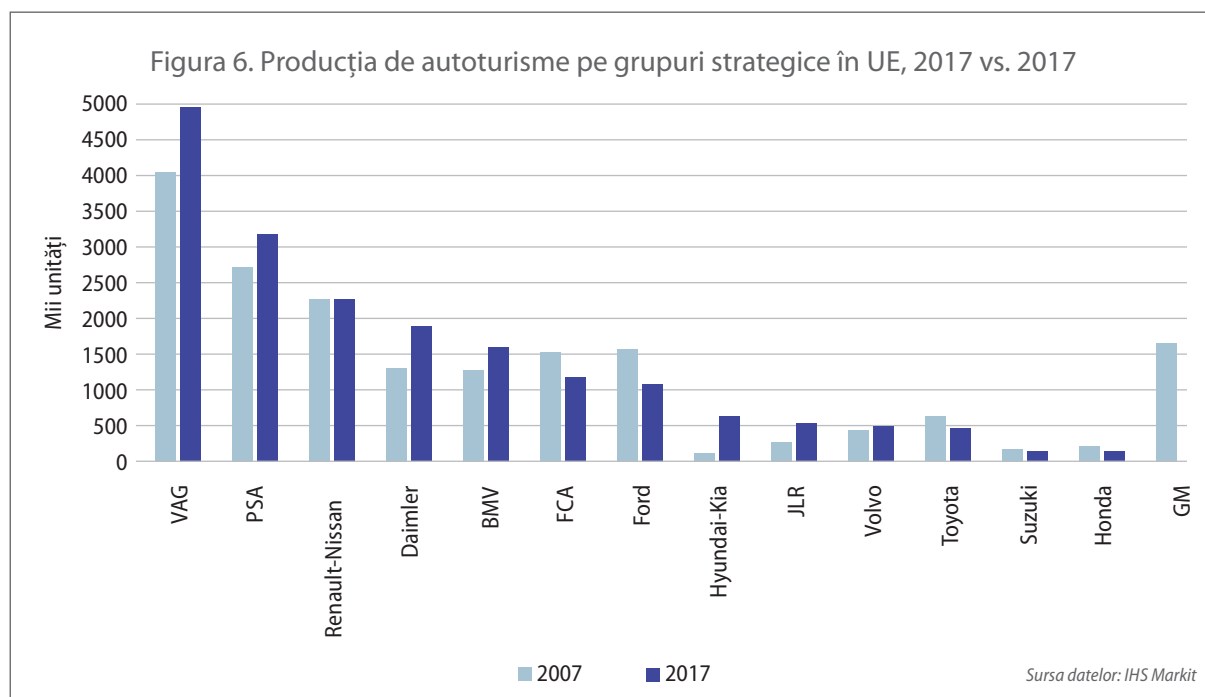
Așadar, valul de investiții în industria auto din ECE a făcut ca producția să crească mult mai rapid decât cererea din aceste țări, în unele situații — cum este cazul României — tendințele fiind de fapt opuse. Cu excepția Poloniei, unde numărul înmatriculărilor tinde să se apropie de numărul mașinilor asamblate (raport producție-înmatriculări de 1,1 în 2017, față de 2,4 în 2007 — vezi tabelul 1), volumul producției este de 10,4 ori mai mare decât piața în Slovacia, de 5,2 ori mai mare în Cehia, de 4,3 ori mai mare în Ungaria și de 3,4 ori mai mare în România. Creșterea cea mai mare a acestui raport a avut loc în România și Ungaria, însă România este singura țară în care a avut loc o inversare puternică, de la o producție inferioară pieței la una mult superioară. De observat că în țările ECE această evoluție a avut un impact puternic pozitiv asupra balanței comerciale pentru autoturisme, alături de Germania și Spania ele rămânând singurele state din Uniunea Europeană cu balanțe comerciale pozitive pentru autoturisme (figura 5). Chiar dacă a trecut de la deficit la excedent comercial, cu exporturi nete de 1 miliard de euro în 2017, România înregistrează o performanță mult inferioară Cehiei (14,9 miliarde), Slovaciei (11,9 miliarde) și Ungariei (4,8 miliarde). Acest lucru se datorează în mare



parte prețurilor relativ mici la export pentru mașinile produse în România și, implicit, importurilor mai scumpe unitar decât producția locală.⁸

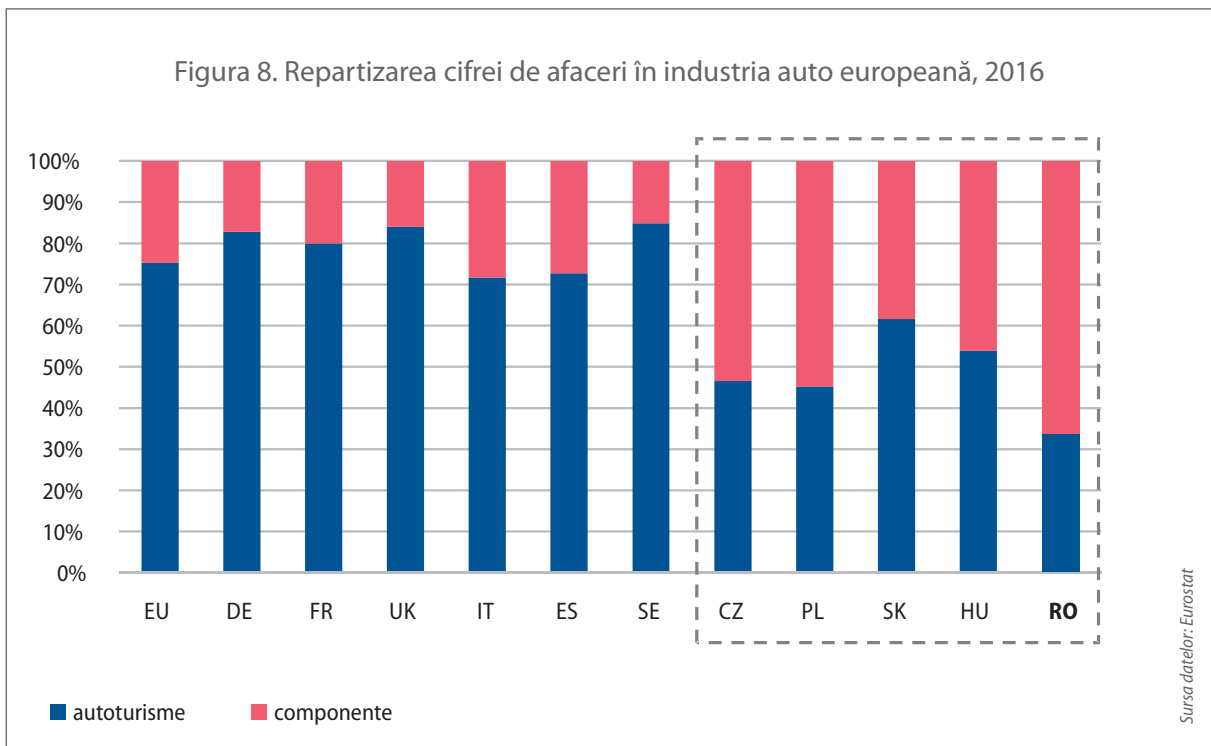
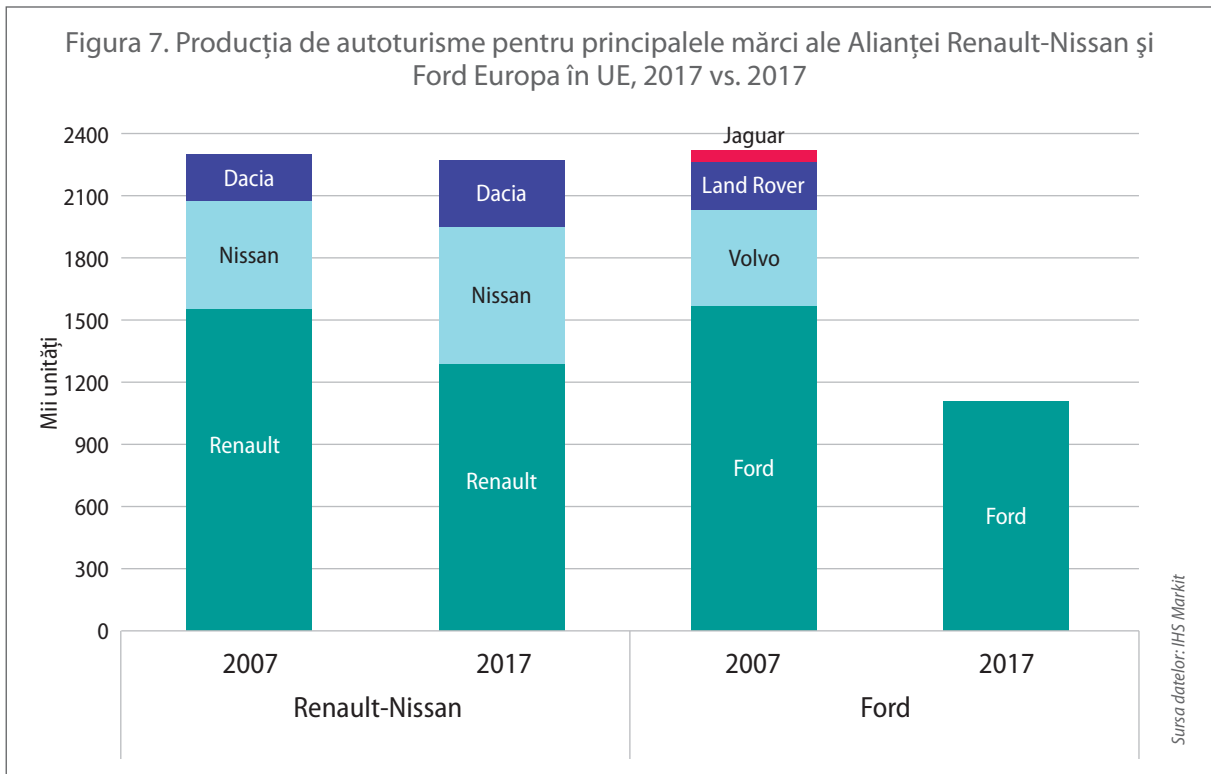
Pe grupuri strategice, datele despre producție indică un avans major al industriei germane, VAG ajungând aproape de 5 milioane de autoturisme produse în 2017 (figura 6), sau 26,4% din producția europeană totală (față de 21,6% în 2007). Beneficiind de pe urma polarizării pieței europene și de exporturile în creștere către China, producătorii germani premium (Daimler, BMW) produc astăzi mai multe automobile decât unele grupuri generaliste de tradiție, cum este Fiat (FCA). Producătorii prezenți în România nu au beneficiat însă la fel ca liderii germani de această dinamică pozitivă a exporturilor (figura 7). Ford și-a redus producția practic în aceeași măsură cu vânzările, participând la

reducerea activității europene a marilor producători americani, care a culminat cu retragerea totală a General Motors în 2017 prin vânzarea Opel/Vauxhall către grupul francez PSA. Chiar dacă în 2017 Alianța Renault-Nissan a produs în Europa un număr echivalent de mașini cu volumul anului 2007 (2,3 milioane), raportul dintre producție și vânzări s-a redus de la 1,9 la 1,6, crescându-și deci dependența de piețele europene relativ saturate. Producția realizată la Mioveni reprezenta în 2017 nu mai puțin de 13,8% din producția europeană totală a Alianței, față de 9,7% în 2007. Previțiunile IHS Markit indică o menținere a acestei poziții a uzinei de la Mioveni în cadrul Alianței și, pe fondul unei utilizări mai bune a capacității existente, o creștere a ponderii uzinei de la Craiova în totalul producției europene Ford de la 5% în prezent la 15% în 2025.⁹



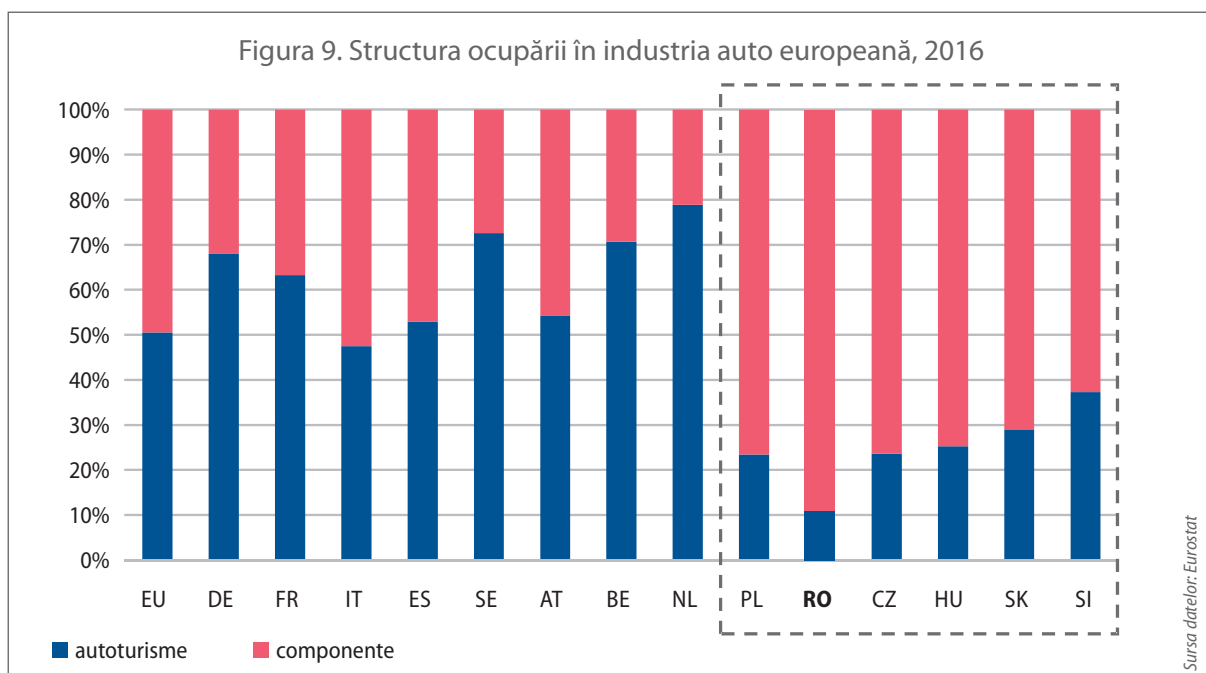
8. Orientativ, în 2017 excedentul comercial per unitate produsă era de doar 2892 euro în România, față de 5494 euro în Spania, 9604 euro în Ungaria, 10552 euro în Cehia, 11890 euro în Slovacia și 16280 euro în Germania.

9. Din punct de vedere al producției realizate, estimările arată că uzina de la Craiova va rămâne cea mai mică din cele patru uzine de autoturisme Ford din Europa, în timp ce uzina de la Mioveni este a patra ca mărime din cele optsprezece uzine europene ale Alianței Renault-Nissan.



Cum o arată practic toate cercetările pe subiect, impunerea Europei Centrale și de Est ca locație importantă pentru industria auto se datorează costurilor reduse cu forța de muncă și stimulentele oferite de statele din regiune (regimuri fiscale favorabile, subvenționarea investițiilor prin diverse scheme de ajutor de stat).¹⁰ Avantajul competitiv al costurilor reduse a determinat traiectoria întregii industrii auto din regiune, planurile de investiții ale companiilor multinaționale vizând într-o măsură redusă inovarea și dezvoltarea tehnologică și mult mai mult activitățile de asamblare, care absorb volume mari de muncă manuală. Din tot lanțul de producție auto, țările ECE s-au dovedit a fi deosebit de atractive pentru industria de componente,

ponderea fabricării de componente auto în totalul cifrei de afaceri a industriei auto fiind mult mai mare în ECE față de media UE și de țările occidentale — de exemplu, 53,5% în Cehia și 54,5% în Polonia, față de 16% în Marea Britanie și 20,1% în Franța (figura 8).¹¹ De departe cea mai mare pondere a cifrei de afaceri a industriei de componente în totalul industriei auto este înregistrată în România — 66,3%, de aproape patru ori mai mult decât în Germania. Discrepanța este poate chiar mai vizibilă în ce privește ocuparea (figura 9), unde România conduce detașat, furnizorii acoperind nu mai puțin de 89% din totalul ocupării din industria auto, față de 49,5% media europeană și doar 32% în Germania.

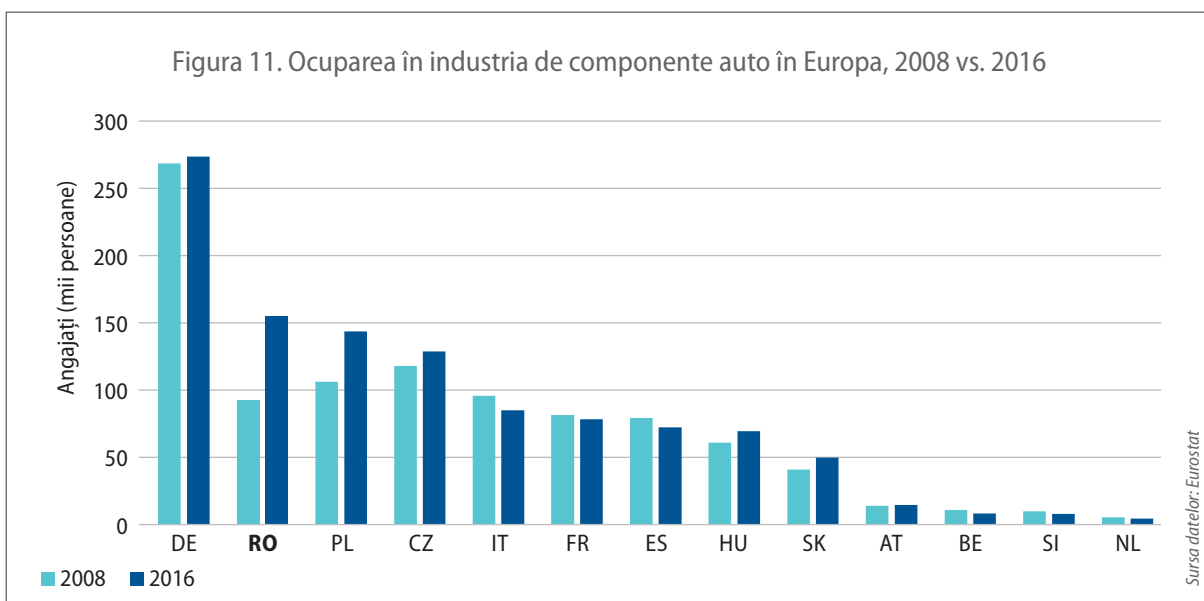
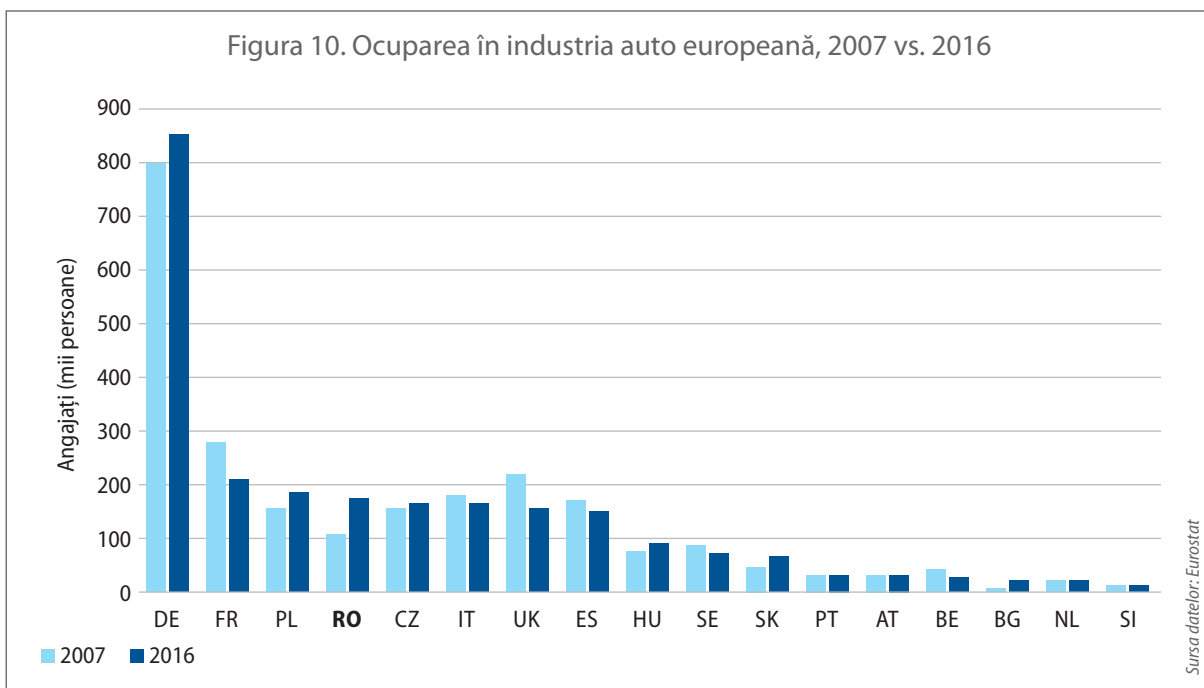


Pentru că absoarbe mult mai multă forță de muncă, mărimea industriei de componente din ECE face ca industriile auto din aceste țări să fie printre cei mai importanți angajatori la nivel național, ceea ce explică de ce numărul

salariaților din industria auto din România este mai mare decât în țări ca Italia, Marea Britanie sau Spania (figura 10). Dacă ne uităm strict la industria de componente (figura 11), numărul salariaților din România este cel mai mare din Europa după Germania și mult mai mare decât în țări ca Italia, Franța sau Spania, unde volumele de autoturisme asamblate sunt totuși mult mai mari.

10. E.g., Deloitte, „Central Eastern Europe as a focal point of the automotive Industry”, 2016.

11. Pentru anul 2016, Trebuie ținut cont că aceste calcule presupun că fabricarea motoarelor și a transmisiilor nu e de regulă considerată ca făcând parte din industria de componente.

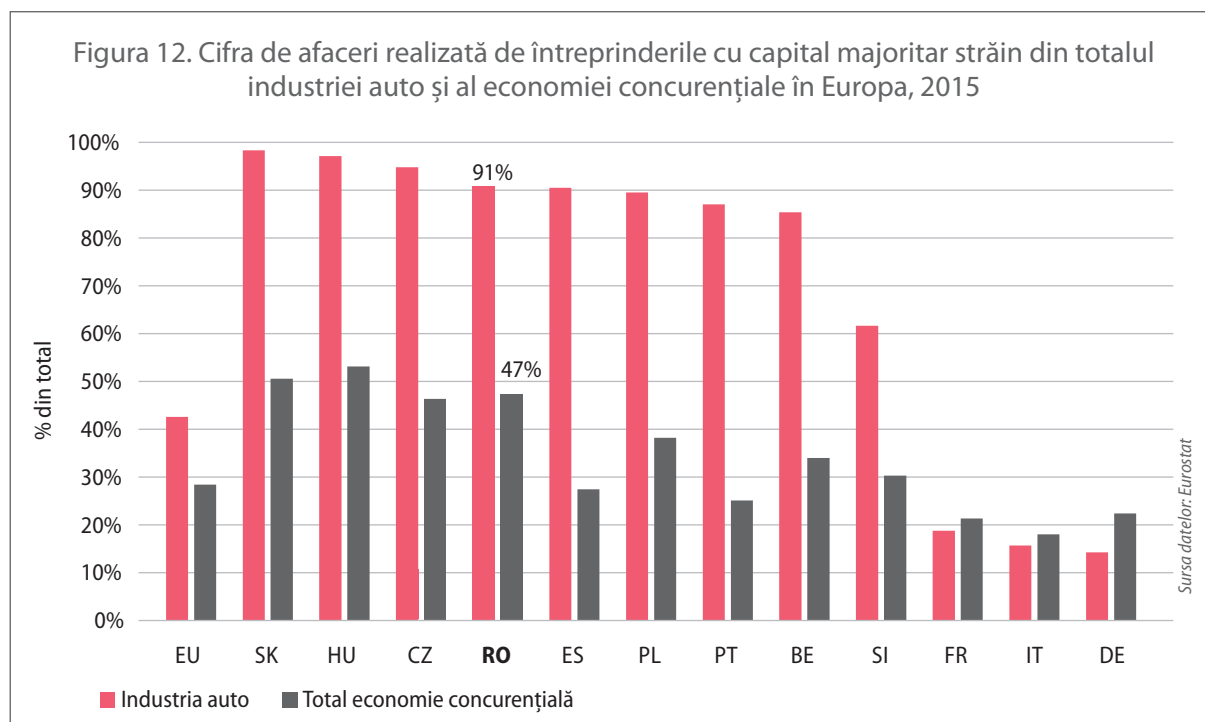


Importanța majoră a industriei de componente auto în țările ECE arată foarte clar resortul dominant al dezvoltării industriale din aceste țări: integrarea în lanțurile de producție transnaționale ale companiilor din Europa occidentală. Industria de componente din țări ca România a depășit de mult volumele cerute

de uzinele locale de autoturisme, iar activitatea acestora din urmă se rezumă de cele mai multe ori la asamblarea de autoturisme de gamă inferioară celor produse în vest. Chiar și fabricile pentru care gradul de integrare locală este foarte mare (cum este cazul Dacia și Škoda) sunt într-o foarte mare

măsură dependente de activitățile de cercetare-dezvoltare și de deciziile strategice luate la nivel de grup, în afara țărilor unde are loc producția propriu-zisă de autoturisme. De altfel, controlul străin asupra industriilor auto din ECE este practic total: peste 90% din cifra

de afaceri ale acestor industrii este realizată de întreprinderi cu capital majoritar străin, mult peste media economiei concurențiale, controlată în proporție de aproximativ 50% de capitalul străin (figura 12).



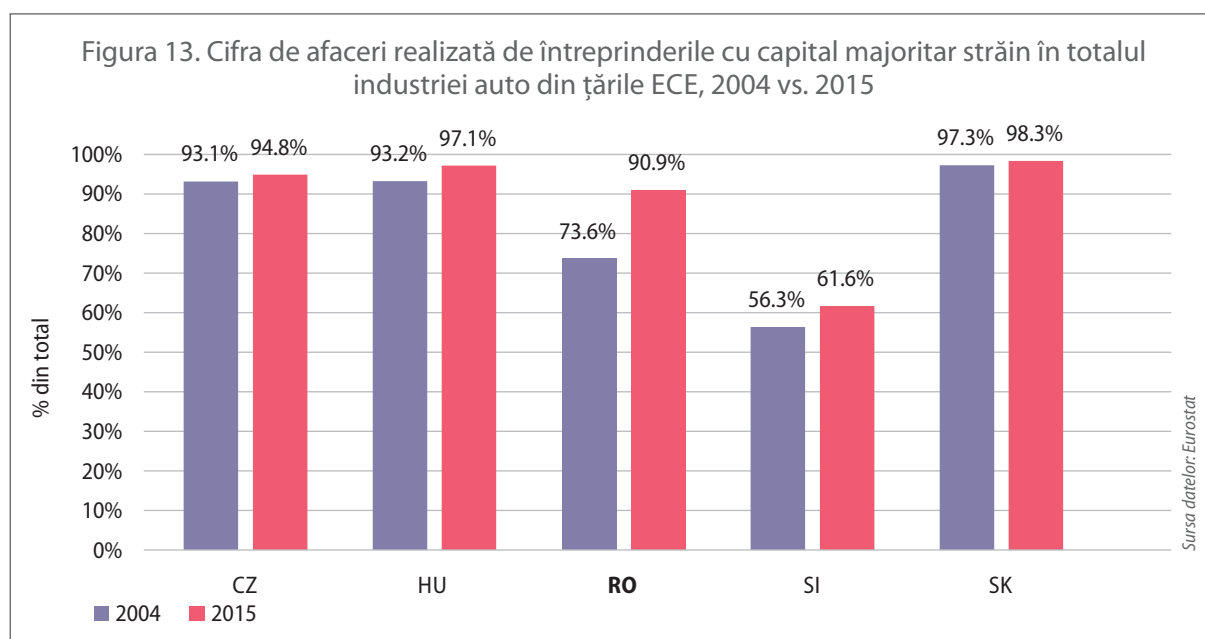
Diferența față de țările din occident este imensă (doar 14% din cifra de afaceri din industria auto germană revenea în 2015 întreprinderilor cu capital majoritar străin), deși industria auto din sudul UE este de asemenea controlată de capitalul străin. Cu 91% din cifra de afaceri auto realizată de filialele locale ale companiilor multinaționale, România nu face excepție de la această regulă, chiar dacă situația la mijlocul anilor 2000 era destul de diferită (figura 13).¹² Dezvoltarea dependentă a industriei auto din România a avut așadar loc mai ales în ultimul deceniu, și nu în anii 2000 cum s-a întâmplat cu celelalte economii de piață dependente din regiune.

Privită în context european, industria auto din România se încadrează în tendințele dominante pe continent în ultimul deceniu și jumătate:

- cererea de mașini noi a fost structural afectată de criză și măsurile de austeritate care au urmat, piața din România fiind în prezent una minoră la nivel european;
- România a beneficiat însă din plin de polarizarea pieței europene, în special de atractivitatea în creștere a mașinilor ieftine și a SUV-urilor, producția din România depășind în prezent cu mult piața internă;
- la fel ca în toată Europa Centrală și de Est, în România creșterea mult mai rapidă a producției față de piața internă a antrenat o dinamică pozitivă a balanței comerciale pentru autoturisme, chiar dacă prețurile relativ mici la export ale mașinilor produse în România fac ca performanța comercială

12. Slovenia este singura țară din regiune în care controlul străin asupra industriei auto este mai puțin dominant. De altfel, spre deosebire de țările Visegrád și de România, aceasta nu a urmat modelul economiilor de piață dependente.

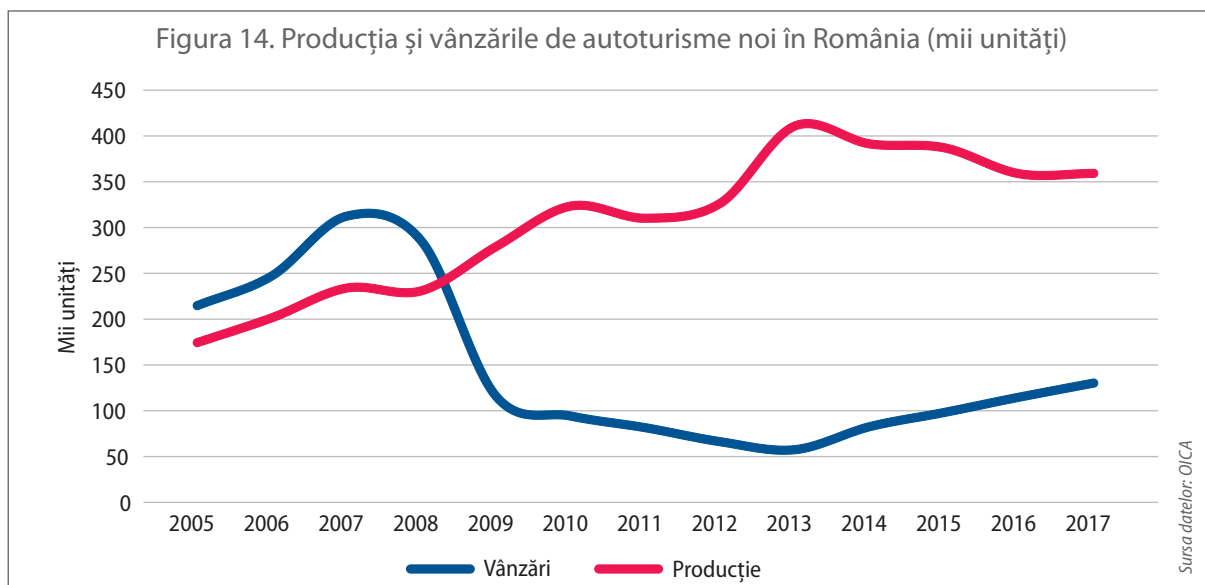
- să fie semnificativ mai modestă decât în țări ca Cehia, Slovacia sau Ungaria;
- în timp ce Renault-Nissan a capitalizat din plin pe baza evoluției pieței (creșterea SUV-urilor și a mașinilor ieftine), inclusiv prin Dacia, vânzările și producția Ford întăresc tendința mai generală de restrângere a activității constructorilor americani în Europa, chiar dacă acest lucru nu pare pentru moment să afecteze în mod deosebit uzina de la Craiova;
- la fel ca în Cehia, Slovacia, Ungaria sau Polonia, industria din România este profund dependentă de cererea externă, fiind totodată într-o proporție covârșitoare controlată de capitalul provenit din țările din vestul continentului;
- industria de componente a depășit cu mult nevoile producției locale de autoturisme, creșterea fiind determinată de integrarea în lanțurile de producție ale companiilor multinaționale din Occident;
- costul redus al forței de muncă și ponderea relativ mare a producției de componente fac ca numărul de salariați din industria auto să fie neobișnuit de mare; în ultimul deceniu România a înregistrat de departe cea mai mare creștere din Europa când vine vorba de ocuparea în industria de componente, depășind ca număr de salariați toate celelalte țări, cu excepția importantă a Germaniei.



Dezvoltarea dependentă a industriei auto din România

Comparația dintre evoluția producției și cea a înmatriculărilor de automobile noi (figura 14) arată transformarea dramatică a industriei auto din România de la o orientare în principal către piața internă la dominarea cvasitotală a exporturilor în prezent. De la vârful de 312 mii de autoturisme noi vândute în 2017, piața

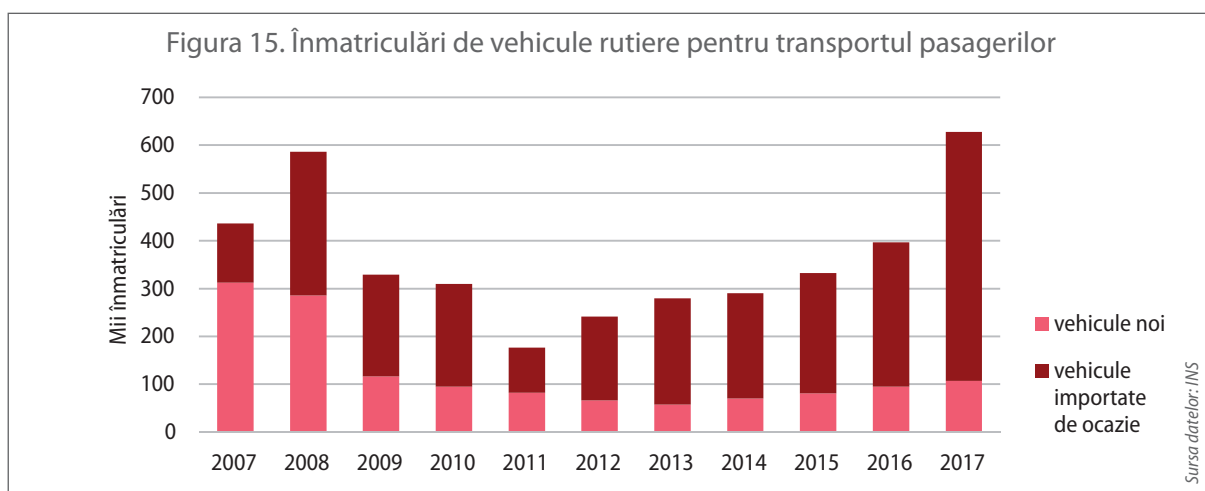
românească s-a prăbușit până la sub 58 de mii în 2013, crescând apoi într-un ritm lent, până la 130 de mii de mașini în 2017. În aceeași perioadă, producția a crescut de la 234 de mii de unități la 359 de mii în 2017, înregistrând un vârf absolut de 411 mii în 2013, tocmai când piața căzuse la un nivel nemaîntâlnit de la începutul anilor 2000. În perioada 2008-2013, vânzările pe piața locală a principalului producător autohton, Automobile Dacia, au scăzut de la 50% din producție la sub 10%.



Ca reacție la scăderea pieței, deja vizibilă în 2008, guvernul a întărit măsurile de stimulare a cererii de mașini noi — programul Rabla și, sub diversele ei forme, taxa auto (taxa de primă înmatriculare, taxa de poluare, timbrul de mediu etc.). Aceste măsuri vizau reducerea vânzărilor și scoaterea din circulație a mașinilor de ocazie, în marea lor majoritate importate, care în 2008 cumulau peste jumătate din piața de vehicule rutiere din România (figura 15). Cel puțin în privința limitării vânzărilor de mașini de ocazie, taxa auto a avut un succes cert, în combinație cu efectele crizei ducând la o scădere a vânzărilor de mașini de ocazie de la 301 mii în 2008 la doar 95 mii în 2011.

Începând cu 2012, piața mașinilor de ocazie a avut o dinamică mult mai bună decât cea a mașinilor noi, volumul vânzărilor depășind în 2016 recordul anterior înregistrat în 2008. Efectul puternic al taxării s-a făcut resimțit abia după ce taxa auto (timbrul de mediu) a fost abolită în februarie 2017, vânzările de mașini de ocazie explodând de la 301 mii la 521 mii în decurs de doar un an.

Resimțită la nivel global, polarizarea pieței auto a afectat și România, unde creșterea inegalităților de venit a fost foarte rapidă. Vânzările de SUV-uri au avut o evoluție mult mai bună decât cea a berlinelor (vezi

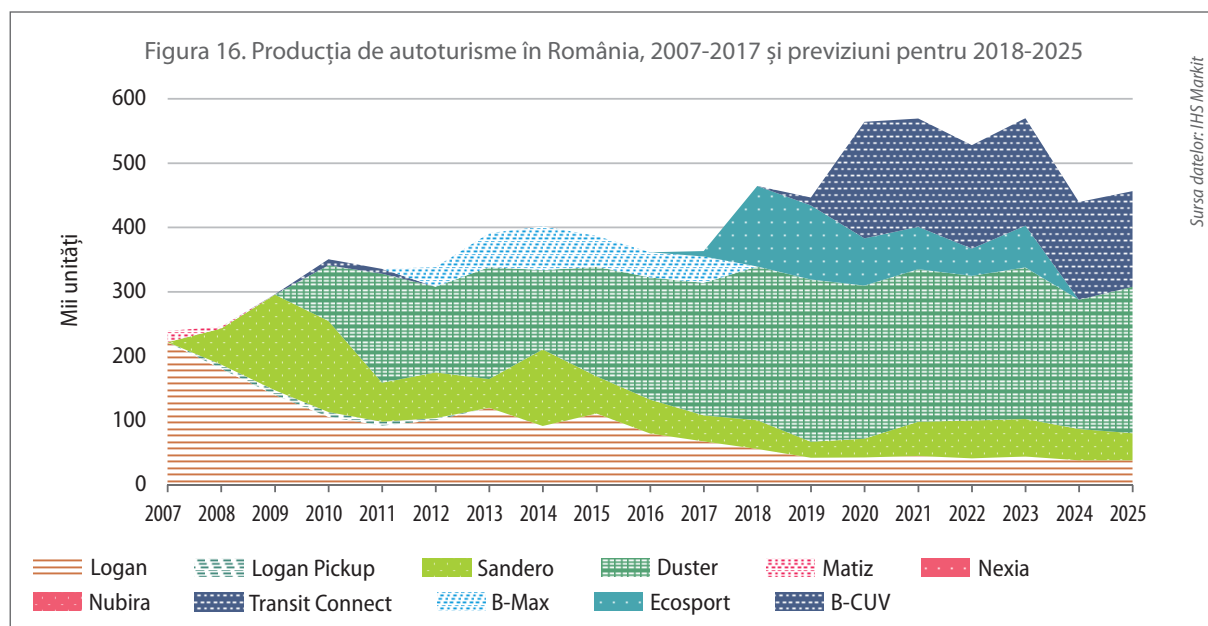


secțiunea anterioară), iar mărcile premium (BMW, Mercedes etc.) și-au păstrat o cotă de piață foarte bună — undeva la 10% din înmatriculările de mașini noi.¹³ Aceleași mărci premium reprezentau și peste 25% din piața de mașini de ocazie în 2017, iar mărcile germane (premium plus Opel, Volkswagen) reprezentau nu mai puțin de 65% din această piață, față de 23% din piața mașinilor noi. Polarizarea pieței auto din România se vede nu atât în ponderea mare a înmatriculărilor de mașini premium, cât în diferența dramatică dintre piața de mașini noi și piața mașinilor de ocazie. Cum am văzut deja în secțiunea anterioară, cu cea mai mică rată de motorizare din Europa și printre cele mai îmbătrânite parcuri auto (vârsta medie a unui autoturism înmatriculat în România era în 2016 de 16,2 ani, doar două țări europene — Lituania și Polonia — având parcuri auto mai îmbătrânite). Revenirea lentă a pieței de mașini noi și creșterea subită a pieței auto de ocazie odată cu eliminarea taxării subliniază încă o dată că situația se datorează puterii de cumpărare foarte scăzute a populației în comparație cu marile piețe auto din vestul Europei. Drept dovadă, măsurile de restricționare a vânzărilor de mașini uzate nu au impulsivat vânzările de

mașini noi, ci mai degrabă au restrâns piața totală.

În ce privește industria propriu-zisă, această evoluție determinată de criză și, ulterior, de austeritate a accelerat o transformare finalizată de la începutul anilor 2000 în celelalte țări din Europa Centrală și de Est cu industrii auto dezvoltate. Mai precis, colapsul pieței a eliminat orice posibilitate ca piața din România să devină una interesantă pentru constructorii auto din occident, iar imaginea de locație low-cost de producție pentru export a căpătat din ce în ce mai multă relevanță. Spre deosebire de anii 1990, când investițiile vizau intrarea pe o piață cu potențial foarte mare și încă protejată vamal (factor care a cântărit greu în deciziile Daewoo și Renault de a prelua uzinele de la Craiova și Mioveni), criza de la sfârșitul anilor 2000 marchează turnura totală în favoarea investițiilor care căutau mână de lucru ieftină pentru exporturi.

Nu e de mirare, deci, că Dacia a prosperat în ciuda situației dramatice de pe piața locală și că Ford România a demarat în sfârșit producția de masă în 2017, indiferent de relativa stagnare a vânzărilor autohtone (figura 16).

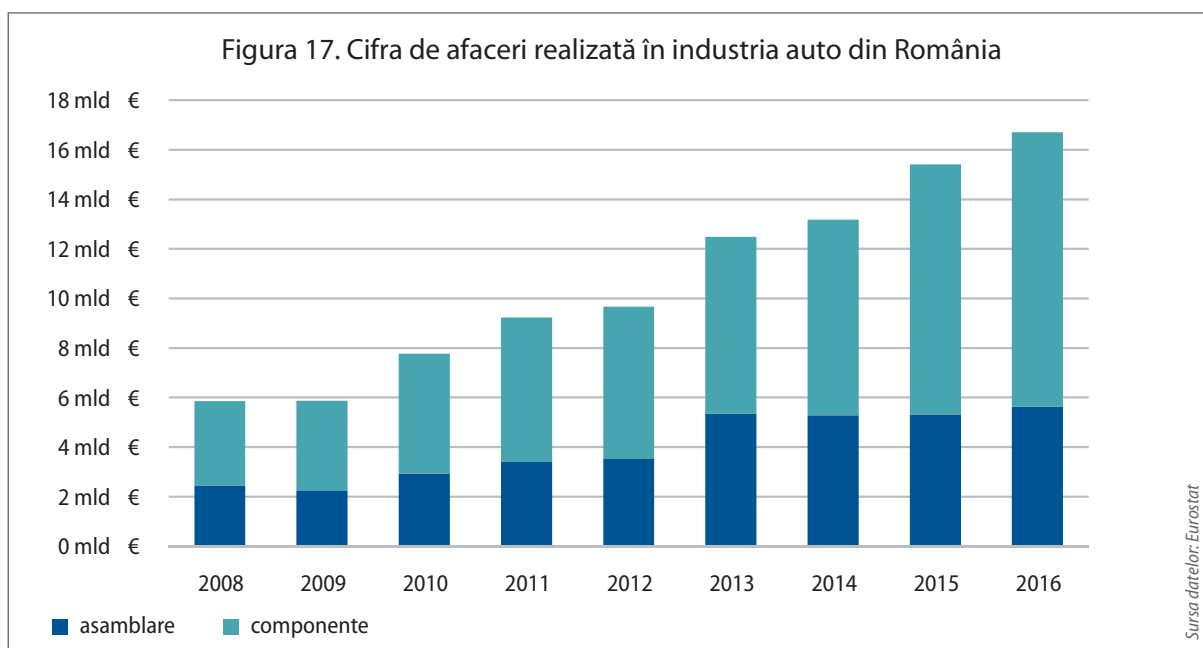


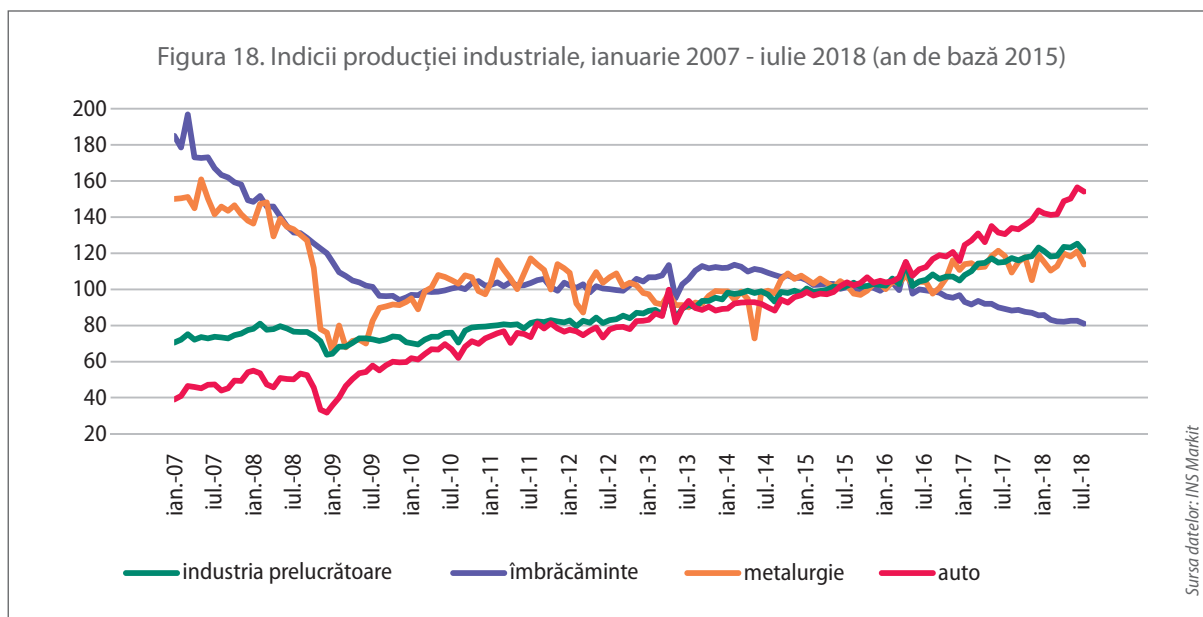
13. Pentru 2017 și 2016. Calcule conform datelor Direcției Regim Permisi Conducere și Înmatriculare a Vehiculelor din cadrul Ministerului Afacerilor Interne.

În ce privește ambele uzine, e notabilă specializarea în producția de SUV-uri, tendință care va fi și mai vizibilă odată cu lansarea unui model crossover de clasă B în 2019 la Craiova. Potrivit previziunilor IHS, în 2019 Duster-ul va reprezenta nu mai puțin de 79% din producția uzinei de la Mioveni, față de 51% în 2011. Modelele mai ieftine — Logan, Sandero — vor continua să fie produse predominant în Maroc, la uzina din Tanger. Între timp, Ford a anunțat deja creșterea utilizării capacităților de producție la uzina din Craiova, mutarea producției modelului Ecosport din India venind în întâmpinarea creșterii cererii de SUV-uri în Europa. Per totalul industriei, IHS estimează un vârf de producție de 570 de mii de autoturisme în 2023, ceea ce, relativ la cifrele din 2017, ar însemna depășirea volumelor din Ungaria și Polonia. Mai realist, conform previziunilor IHS, România își va menține poziția în ierarhia europeană a producției auto, creșterea de 45% până în 2023 fiind insuficientă pentru a depăși țările vecine, în aceeași perioadă Ungaria având previzionată o creștere de 68% și Polonia o creștere de 20%.

Marile întrebări pentru viitorul producției de autoturisme în România țin de posibilitatea

atragerii unui alt constructor, de atingerea unei rate cât mai mari de utilizare a capacităților la uzina din Craiova și, conform multor voci din spațiul public, de menținerea competitivității industriei românești pe piața europeană. După cum vom vedea, această ultimă chestiune este mai degrabă teoretică, industria din România fiind în continuare foarte competitivă în cadrul modelului investițional bazat pe costuri reduse cu forța de muncă. În ce privește atragerea unui al treilea constructor, șansele par a fi reduse, atractivitatea Ungariei și a Slovaciei fiind până în prezent mult mai mare. În fine, utilizarea deplină a capacităților de la Ford va depinde de evoluția cererii în Europa, de strategia europeană a grupului american (General Motors a dovedit recent că retragerea nu este deloc imposibilă) și, după cum vom vedea, de evoluțiile în domeniul motorizării. Chiar dacă acestea din urmă cel mai probabil nu vor afecta producția finală de autoturisme, ambele uzine de autoturisme sunt și mari producătoare de motoare cu combustie internă, iar un declin accelerat al acestora în Europa ar putea duce la o reducere semnificativă a activității Dacia și Ford în România.



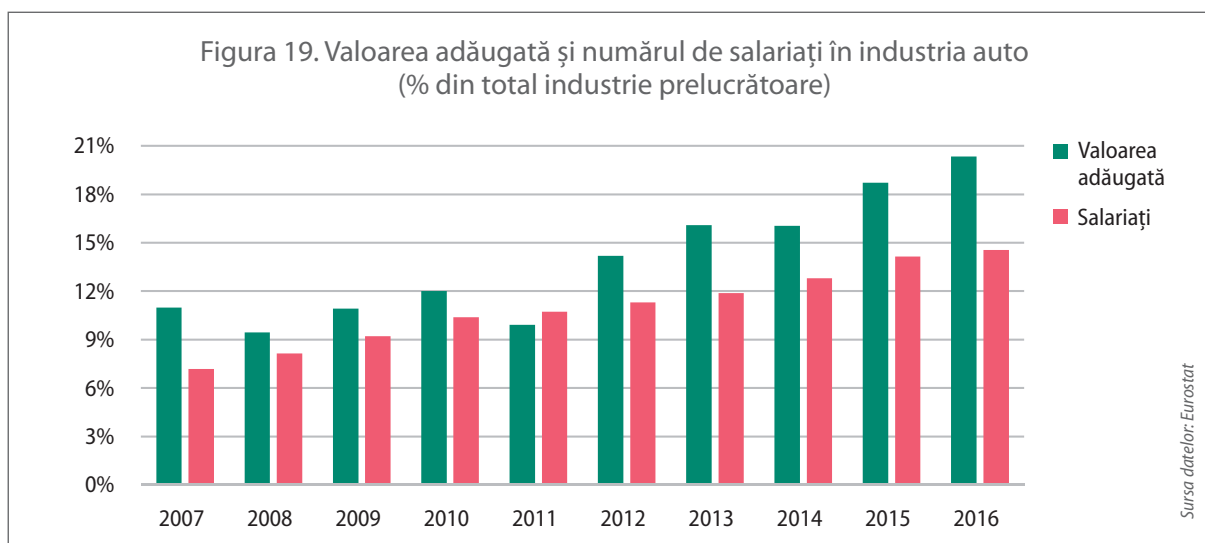


Deși este crucială și foarte vizibilă, activitatea de asamblare a autoturismelor nu mai este de foarte mult timp principalul resort de dezvoltare a industriei auto din România, lucru valabil chiar și luând în calcul producția locală de componente destinate strict activităților Dacia și Ford din țară. Încă din 2008, cifra de afaceri totală a industriei de componente o depășea cu 25% pe cea a industriei de asamblare (figura 17), recordul fiind atins în 2016¹⁵, când industria de componente a realizat o cifră de afaceri dublă față de cea de asamblare. Chiar dacă Dacia și Ford sunt uzine suficient de mari pentru a duce România în top zece țări producătoare de autoturisme din UE, poziționarea României pe harta industriei auto europene ține semnificativ mai mult de industria de componente, care din toate punctele de vedere (cifră de afaceri, exporturi, salariați etc.) a întrecut de câțiva ani industria de asamblare. Creșterea spectaculoasă a industriei de componente, despre care se poate spune că a fost catalizată, și nicidecum blocată, de efectele crizei de la sfârșitul anilor 2000, este în foarte mare măsură responsabilă de schimbarea profilului industrial al României (figura 18), de la un producător important de bunuri ale industriei ușoare (textile) și de bunuri intermediare tradiționale (metalurgie)

într-un reper al industriei auto europene. În multe privințe, de fapt, creșterea de după criză a industriei prelucrătoare în ansamblul ei poate fi aproape în întregime atribuită creșterii sectorului de componente auto, a cărei cifră de afaceri în 2016 reprezenta 14,7% din totalul industriei prelucrătoare, față de doar 5,4% în 2008.¹⁴ Întreaga industrie auto (componente plus asamblare) genera 20,3% din totalul valorii adăugate din industria prelucrătoare în 2016, în creștere de la 11% în 2007 (figura 19); în ce privește ocuparea, industriei auto îi reveneau 14,6% din salariații din industria prelucrătoare în 2016, față de doar 7,2% în 2007. Pe scurt, industria auto a devenit în ultimii zece ani cel mai mare și cel mai important sector industrial și unul dintre sectoarele economice vitale pentru economia României. Ținând cont de declinul (sau stagnarea) altor ramuri industriale mari (vezi figura 18), cel mai probabil importanța economică a industriei auto — și în special a celei de componente — va continua să crească.

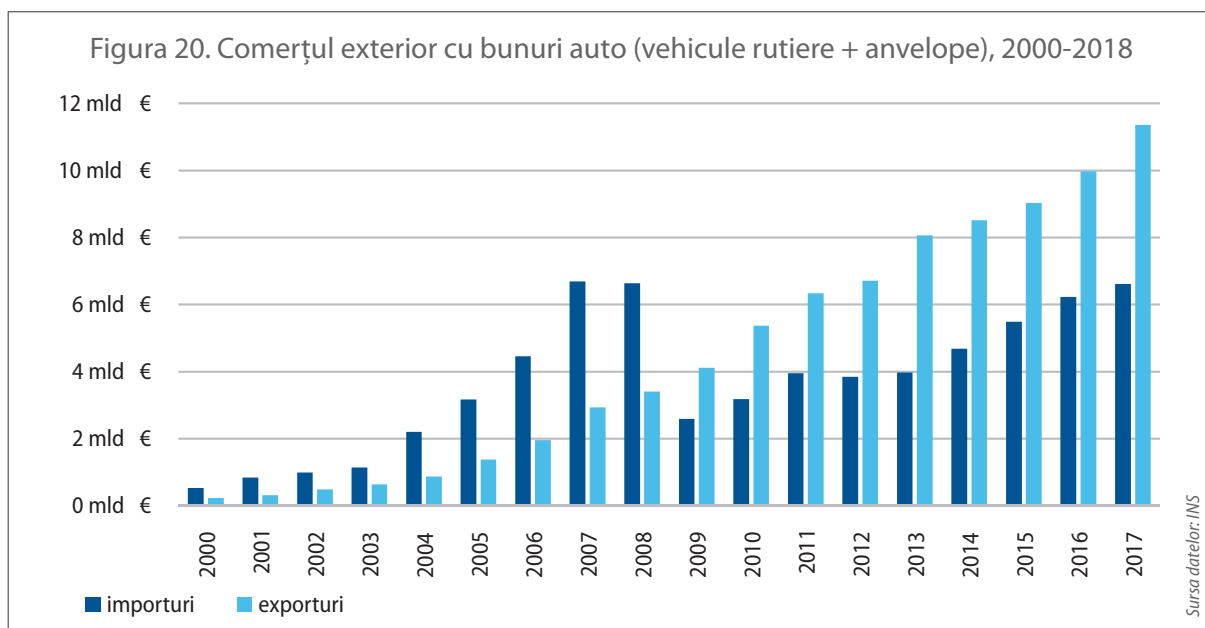
14. Per total, în 2016 cifra de afaceri a industriei auto (componente plus asamblare) reprezenta 22,2% din cea a industriei prelucrătoare, față de 9,3% în 2008. Raportat la întreaga economie concurențială, industria auto reprezenta 6,2% în 2016, față de 2,3% în 2008.

15. Informațiile privitoare la 2017 și 2018 nu fuseseră publicate la data redactării acestui studiu. Este de așteptat ca industria de componente să-și fi continuat tendința ascendentă și după 2016.



Cum am subliniat deja, industria auto din România este predominant orientată către export, indiferent dacă vorbim despre autoturisme sau componente. Chiar dacă, istoric vorbind, privatizarea Dacia a reprezentat un imbold vital pentru industria de componente, încă de dinaintea crizei aceasta nu mai producea în principal pentru constructorii de autoturisme din România. Exporturile de produse auto au început să

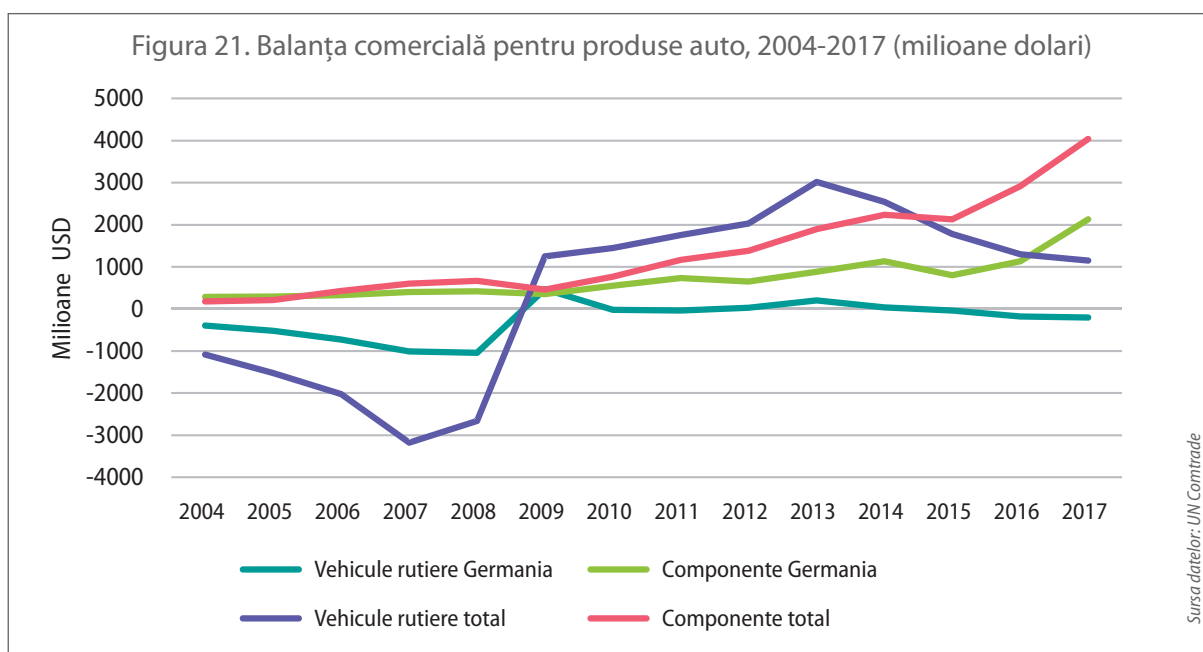
crească din 2005, după lansarea Daciei Logan, însă creșterea cu adevărat vertiginoasă a avut loc abia după criză, odată cu reorientarea întregii industrii către cererea externă (figura 20), exporturile atingând 11,4 miliarde de euro în 2017 — de aproape patru ori mai mult decât în 2007.¹⁶ Conform datelor INS, industriei auto îi revine astfel o cincime din valoarea totală a exporturilor de bunuri ale României.



16. Aceste cifre includ anvelopele.

Creșterea exporturilor a contribuit decisiv la îmbunătățirea balanței comerciale pentru produsele auto, de la un deficit de 3,75 miliarde de euro în 2017 la un excedent de 4,74 miliarde în 2017. Evident, cealaltă contribuție majoră a avut-o dinamica importurilor, pentru care criza a avut un impact imediat, scăderea fiind de nu mai puțin de 60% doar în 2009 (figura 20). Nici în 2017

valoarea totală a importurilor de produse auto nu atinsese nivelurile record înregistrate în 2007 și 2008, însă cel mai probabil acest lucru se va întâmpla în 2018. Revenirea vizibilă pe creștere a importurilor începând cu 2014 nu indică însă o simplă întoarcere la situația anterioară crizei, structura importurilor modificându-se foarte mult între timp.



Trebuie mai întâi să separăm autoturismele de componente, situația balanței comerciale fiind foarte diferită pentru cele două (figura 21).¹⁷ Ușoara revenire a pieței de mașini noi și creșterea masivă a importului de mașini din ultima perioadă a dus la scăderea continuă a excedentului comercial pentru autoturisme începând cu 2013. Dacă ne uităm însă strict la relațiile comerciale cu Germania (cel mai important partener comercial și cea mai importantă țară europeană din punct de vedere al industriei și pieței auto), România înregistrează de fapt un deficit pentru vehiculele rutiere, ce-i drept semnificativ mai mic decât înainte de criză. Evident, situația mai proastă în raport cu Germania se datorează

importanței majore pe care o au mărcile germane pe piața auto din România, indiferent dacă vorbim de mașinile noi sau de cele de

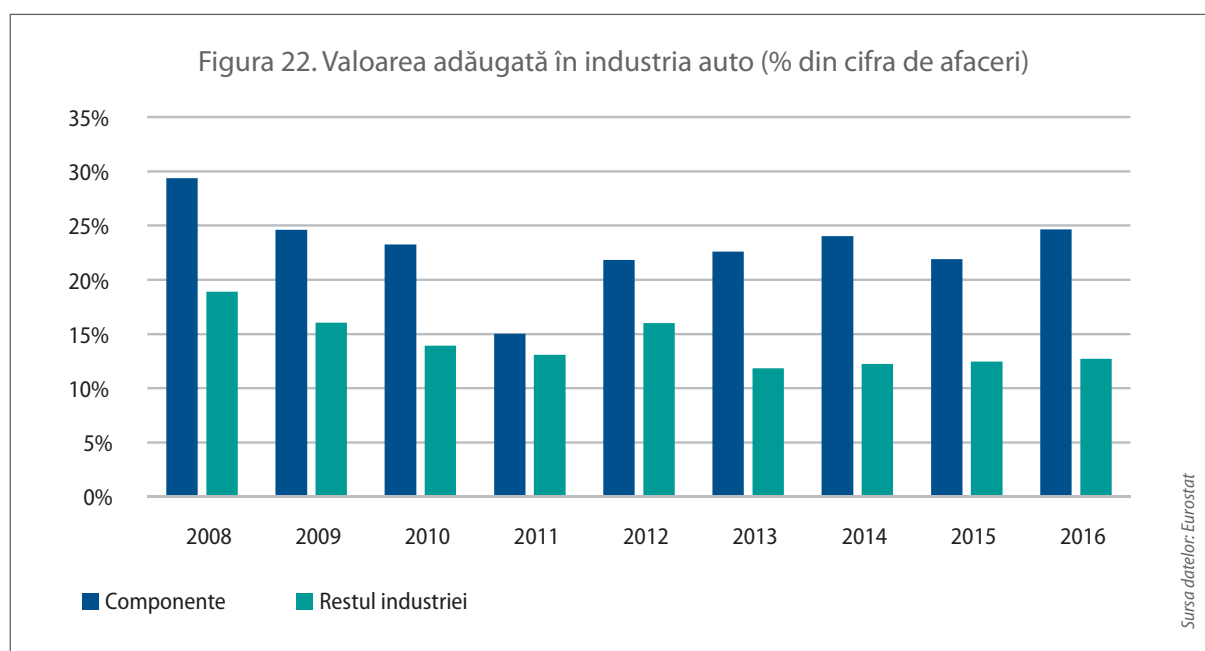
ocazie. Așadar, pe de o parte, Germania a devenit o destinație importantă pentru autoturismele produse în România (exporturile s-au triplat între 2007 și 2017) însă, pe de altă parte, România a redevenit o piață importantă pentru mașinile exportate de Germania, și mai ales pentru cele de ocazie. În viitorul apropiat, creșterea producției de la Ford ar putea foarte bine să fie absorbită de creșterea vertiginoasă a importurilor de mașini uzate, în contextul eliminării restricțiilor fiscale și a menținerii unei situații macroeconomice bune.

Pentru industria de componente, situația este cu totul diferită, excedentul comercial total

17. Cifrele sunt ușor diferite față de cele din figura 20, sursa datelor fiind diferită (UN Comtrade, respectiv INS).

sărind de patru miliarde de dolari în 2017 (figura 21). Excedentul cu Germania, reprezenta peste 50% din excedentul total, indicând integrarea profundă a industriei de componente auto din România în lanțurile de producție germane. Întrebarea cheie ține însă de modalitatea în care are loc această integrare sau, mai exact, în ce măsură această integrare vine la pachet cu o dependență economică crescută față de piețe și strategii industriale externe și, implicit, cu limitarea posibilităților de dezvoltare în viitor. Într-adevăr, toate datele indică faptul că în România industria de componente auto este alcătuită în cea mai mare parte din activități predominant manuale de asamblare a unor piese sau materii prime importate. Chiar dacă au absorbit foarte multă

forță de muncă în ultimii ani, pe termen mediu și lung aceste activități nu pot garanta o dezvoltare socioeconomică echilibrată, ele depinzând fundamental de menținerea cât mai jos a costurilor cu forța de muncă. De la un punct încolo, creșterea susținută a costurilor cu forța de muncă (determinată sau nu de epuizarea rezervelor de forță de muncă ieftină) nu mai este compatibilă cu acest tip de activități industriale, rezultatul fiind fie blocarea dezvoltării socioeconomice, fie tranziția către activități industriale mai complexe și mai puțin dependente de costul redus al forței de muncă. Viitorul pe termen mediu și lung al industriei auto din România — și, de fapt, al întregii economii — ține de modalitatea în care va fi tranșată această chestiune.



Faptul că activitățile industriale auto din România au un grad de complexitate redus și constau în mare parte în producția de bunuri intermediare din piese și materii prime importate este desigur vizibil în evoluția similară a exporturilor (+16% pe an în medie între 2007 și 2017) și importurilor (+11% pe an în medie între 2007 și 2017) de componente auto. Creșterea importurilor de componente nu se justifică prin creșterea activității uzinelor

de autoturisme, care oricum au un grad de integrare locală destul de ridicat. O explicație mai realistă o dă dependența industriei de componente auto din România de importurile de materie primă și piese. Acest lucru este vizibil și în evoluția ponderii valorii adăugate în cifra de afaceri, care a scăzut de la 29,4% în 2008 la 21,9% în 2015 pentru industria de componente (figura 22). Mai simplu spus, deși veniturile din vânzări ale firmelor auto din



România au crescut substanțial, partea din aceste venituri rămasă efectiv în România a scăzut ca pondere.¹⁸ În mod interesant, o evoluție similară a avut-o și valoarea adăugată din restul industriei auto, în ciuda creșterii ponderii modelului Duster (o mașină mai scumpă și mai complexă decât restul gamei Dacia) în producția de la Mioveni. Din punct de vedere al marjei valorii adăugate, industria auto stă mai prost decât majoritatea sectoarelor industriei prelucrătoare, fiind sub media industriei prelucrătoare și a economiei concurențiale și departe de industriile de

tehnologie înaltă (figura 23). Astfel, impactul economic real al industriei auto poate fi supraestimat considerabil dacă ne uităm doar la mărimea brută a acesteia (în termeni de cifră de afaceri, exporturi sau număr de salariați). Iată un motiv pentru care creșterea industriei auto din România până la un nivel superior unor țări ca Italia sau Spania din punct de vedere al numărului de salariați are un impact mult mai mic asupra dezvoltării socioeconomice.

Un alt motiv, mult mai important, ține de tipul activităților industriale din România — mai exact, de tipul produselor fabricate. Știm deja că mașinile asamblate în România au prețuri relativ reduse. Este și cazul industriei de componente, care este specializată în produse cu valoare adăugată scăzută, cum sunt cablajele auto. În 2017, România era de

18. În combinație cu creșterea mai lentă a importurilor decât a exporturilor, scăderea ponderii valorii adăugate în cifra de afaceri ar putea să sugereze fie o integrare locală mai puternică a lanțurilor de producție în amonte, fie o pondere din ce în ce mai importantă a asamblării de produse simple, din componente și materii prime care nu sunt clasificate ca produse auto. A doua ipoteză este mai plauzibilă, mai ales dacă ținem cont de tipurile de produse exportate de România — cablajele, spre exemplu, nu necesită componente complexe.

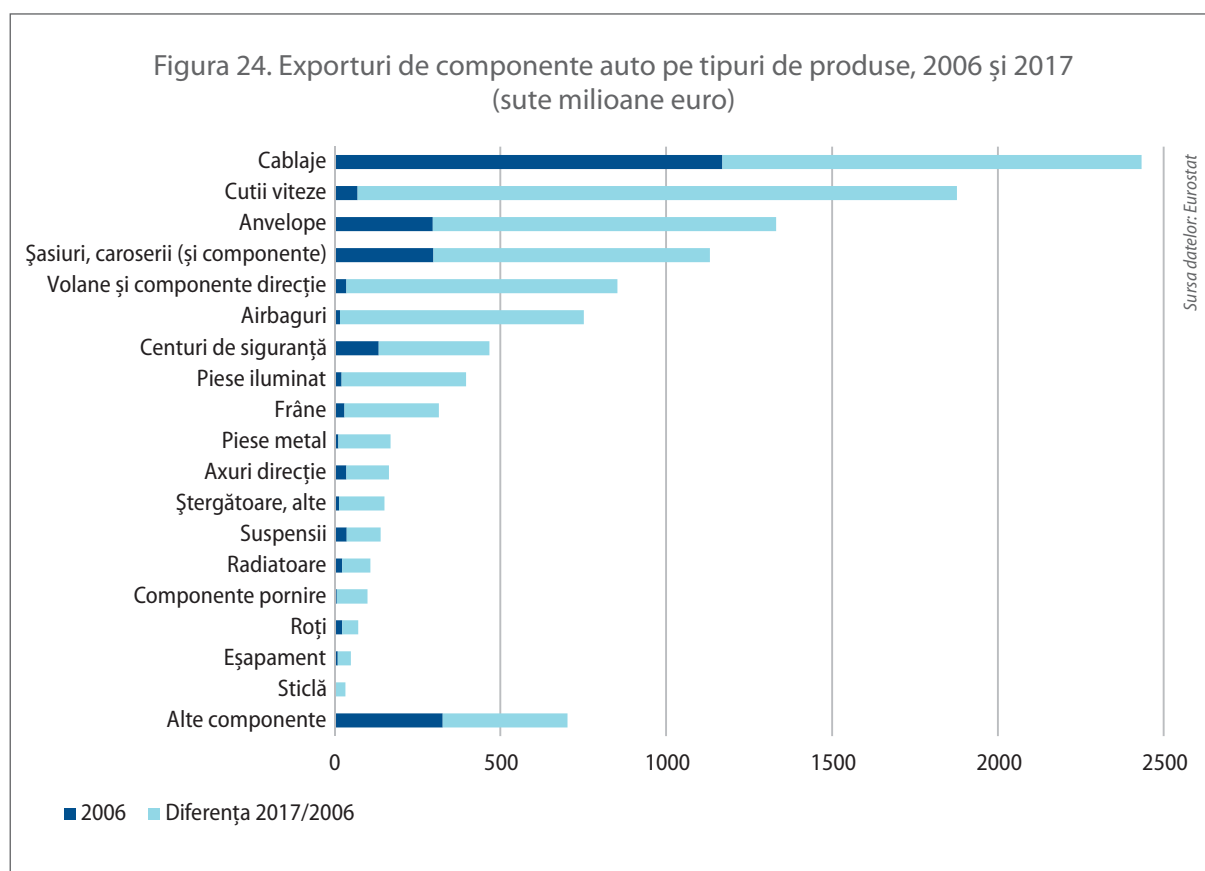
Tabelul 2. Producția vândută de cablaje în Europa

	Valoarea totală a producției în 2017 (miliarde euro)	Creștere față de 2007	Prețul mediu per unitate produsă în 2017
RO	2,56	+89,5%	12,5 €
PL	0,85	+37,0%	11,2 €
SK	0,80	+69,7%	24,1 €
CZ	0,76	-8,7%	19,4 €
DE	0,71	-36,5%	17,2 €
ES	0,49	-2,3%	18,1 €
AT	0,43	-10,1%	7,5 €
FR	0,29	-57,5%	81,2 €
HU	0,20	-54,9%	12,6 €
IT	0,17	-16,3%	12,3 €
PT	0,15	-52,5%	4,9 €
UK	0,11	-52,3%	52,6 €
FI	0,02	-84,1%	43,5 €

Sursa datelor: Eurostat

departe cel mai mare producător european de cablaje, producția totală însumând 2,56 miliarde de euro, față de doar 850 de milioane pentru următoarea clasată, Polonia (tabelul 2). Dintre producătorii mari, în ultimul deceniu România a înregistrat de departe cea mai mare creștere, tendința în țările din vest fiind de scădere accelerată. Valoarea producției de cablaje a României reprezintă astăzi peste 30% din valoarea totală europeană, cantitativ România producând însă aproximativ 35% din totalul unităților produse în Europa. De remarcat și prețul per kilogram al produselor din România (12,5 euro în medie), semnificativ mai mic decât în țările cu producție ridicată de autoturisme din occident (Germania, Spania, Marea Britanie), dar și din Europa Centrală și de Est (Slovacia, Cehia). Altfel spus, nu numai că

Figura 24. Exporturi de componente auto pe tipuri de produse, 2006 și 2017 (sute milioane euro)



Sursa datelor: Eurostat

România este specializată în produse cu grad de complexitate redus, ci chiar și acestea sunt vândute de companiile din România la prețuri mici, lucru care înseamnă valoare adăugată scăzută contabilizată în țară și, automat, productivitate financiară aparentă redusă, salarii și venituri fiscale scăzute etc.

Dată fiind poziția României de lider absolut în producția de cablaje la nivel european, nu e surprinzător că acestea reprezintă peste o cincime din exporturile totale de componente auto ale țării (figura 24). Ce este poate mai interesant este comparația dintre exporturile de cablaje și cele de cutii de viteze, a căror valoare a crescut exponențial în ultimii ani, în cea mai mare parte datorită celor două uzine Daimler din județul Alba. În 2017, exporturile României de cutii de viteze erau cele mai mari din Europa, după Germania și Franța, însă reprezentau doar 8% din exporturile totale ale țărilor UE pentru aceste produse, în comparație cu 57% în cazul Germaniei.¹⁹ Doar trei uzine mari de cutii de viteze (cele două uzine Daimler și Uzina Mecanică de la Mioveni) și aproximativ cinci mii de salariați în total²⁰ realizează exporturi echivalente cu trei sferturi din valoarea totală a exporturilor a zeci de fabrici de cablaje, cu zeci de mii de salariați. Acestea din urmă sunt, deci, regula, și reprezintă pe deplin modul în care industria din România a fost integrată în lanțurile de producție auto europene (și în special germane). În această diviziune a muncii, României îi revine în continuare sarcina de a prelucra, în mare parte manual, produse ieftine, cu valoare adăugată redusă, a căror producție profitabilă în țările din occident este incompatibilă cu politica de prețuri de pe piața auto.

În limitele acestui profil industrial, România s-a dovedit — și se dovedește în continuare — a fi extrem de competitivă. Chestiunea competitivității este crucială pentru economiile de piață dependente din Europa Centrală și de Est, unde capitalul străin domină practic total sectoarele strategice. În ce privește industria auto, doi factori s-au dovedit vitali

pentru atractivitatea acestor țări pentru investiții străine: costuri reduse și proximitatea față de clienții din occident. Cel din urmă factor este extrem de important și explică într-o bună măsură de ce, spre exemplu, Bulgaria nu are o industrie auto în timp ce aceasta este foarte dezvoltată în România și se dezvoltă accelerat în Serbia.

Tabelul 3. Ajutor de stat acordat companiilor auto, 2007-2016

	Ajutor de stat (milioane €)	% din investiții finanțate	Locuri de muncă create (angajamentul companiilor)
Pirelli	91,8	23,7%	2 034
Renault	87,4	30,3%	1 147
Bosch	82,5	34,6%	2 390
Star Assembly (Daimler)			
Delphi	24,8	50%	526
Federal Mogul	16	46,9%	1 819
Continental	14,6	38%	367
Leoni	20	39,6%	527
Rombat	8	41,4%	108
Yazaki	6,8	62,1%	830
Valeo	6,6	41,4%	464
Dräxlmaier	5,2	16,3%	989
TRW (ZF)	4,7	34,9%	1 160
Hendrickson	3,1	48,3%	58
Faurecia	1,6	36,4%	352
TOTAL	410,6	28,8%	13 281

Sursa: Ministerul Finanțelor

Cum am discutat deja, într-o primă fază investițiile au urmărit țări cu potențial de piață mare și cu o oarecare tradiție în producția de autoturisme, ulterior costurile și locația căpătând din ce în ce mai multă importanță. Ca regulă generală pentru industria de componente (pentru respectarea cerințelor impuse de principiul *just in time*), distanța pe șosea trebuie să fie de aproximativ o zi, ceea ce

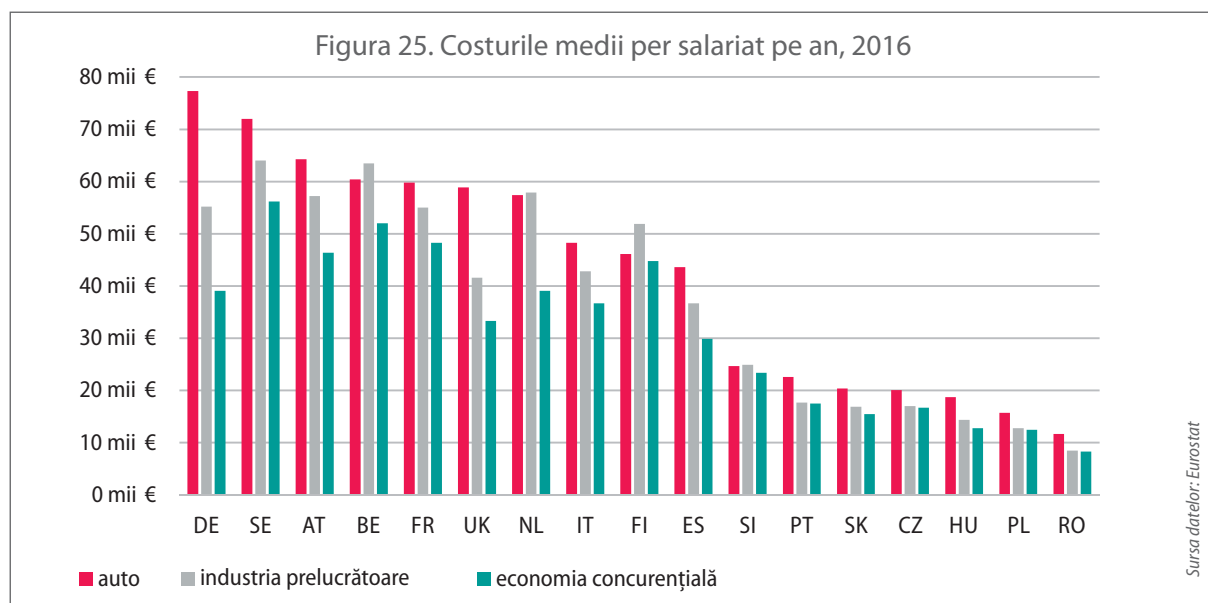
19. Calculele includ exporturile în interiorul și în afara UE.

20. Uzinele Daimler au împreună sub 3000 de salariați, iar Uzina Mecanică Dacia are aproximativ 3800 de salariați, care produc însă și motoare și șasiuri.

face Serbia mai atractivă decât Bulgaria și vestul României mult mai atractiv decât orice altă regiune din țară.

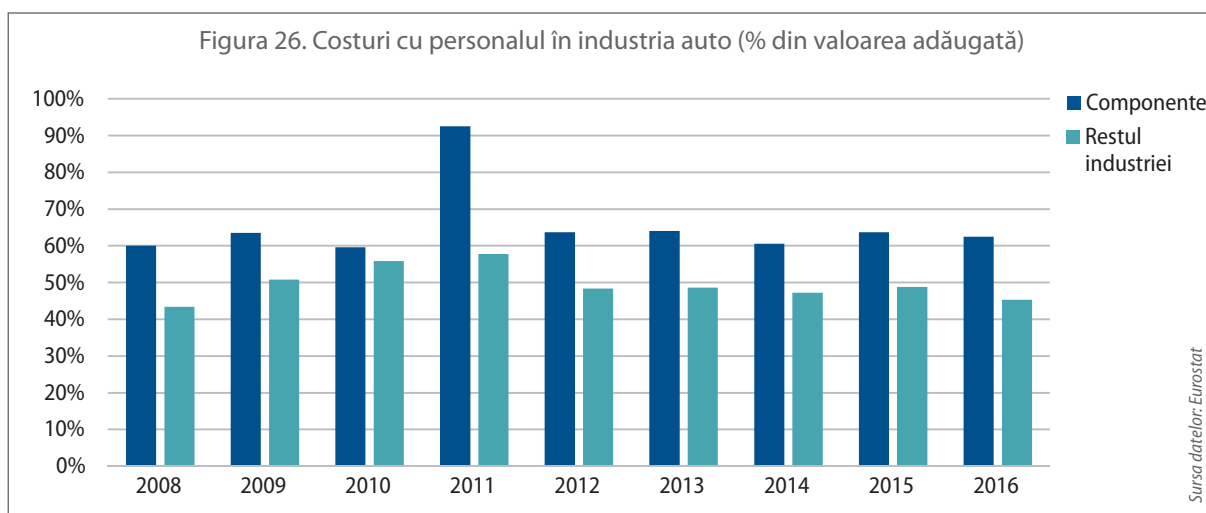
În ce privește costurile, forța de muncă joacă un rol central, însă pentru companii în cele din urmă costul total este ceea ce contează, cost care poate crește odată cu distanța, spre exemplu, sau poate să scadă, în anumite condiții. Guvernele economiilor de piață dependente (România, dar și Ungaria, Slovacia, Cehia sau Polonia) au facilitat în mod semnificativ și direct reducerea costurilor totale ale companiilor auto prin scheme de ajutor de stat care au vizat în special această

industrie. În România, între 2007 și 2016, industria auto a primit 411 milioane de euro prin schemele de ajutor de stat, reprezentând peste jumătate din fondurile totale ale acestor scheme (tabelul 3). În medie, companiile care au primit ajutor de stat și-au finanțat astfel investițiile în proporție de 28,8%. În schimbul acestor fonduri, companiile și-au luat angajamente de creare de locuri de muncă, totalul de 13,3 mii reprezentând peste o cincime din locurile de muncă noi din industria auto între 2008 și 2016. Majoritatea marilor angajatori din industria auto din România au beneficiat de pe urma a cel puțin o schemă de ajutor de stat.



Chiar dacă subvenționarea investițiilor străine de către stat a fost consistentă, în cele din urmă costul redus al forței de muncă a fost și rămâne principalul avantaj competitiv al României când vine vorba de integrarea în lanțurile de producție europene. În ciuda înmulțirii vocilor care atenționează asupra presupusului pericol al creșterilor salariale susținute, dintre țările europene cu industrie auto dezvoltată România are în continuare de departe cele mai mici costuri cu salariații (figura 25), la distanță mare de Polonia (+34% față de România), Ungaria (+60% față de România), Cehia (+72% față de România) sau

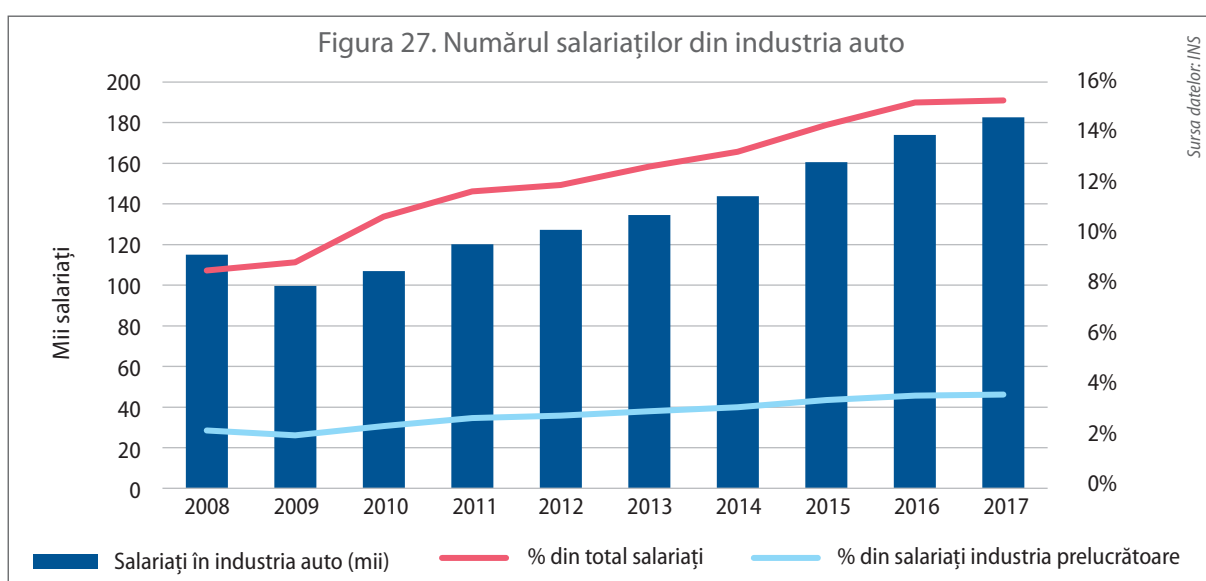
Slovacia (+74% față de România). Diferențele față de țările occidentale sunt fără discuție imense: costul per salariat auto este în medie de 6,6 ori mai mare în Germania și 5,1 mai mare în Franța decât în România. Este interesant de remarcat că raportul dintre costurile cu forța de muncă din industria auto și cele din industria prelucrătoare sau totalul economiei concurențiale este mult mai redus în România decât în practic toate țările din vest, unde munca în industria auto este semnificativ mai scumpă decât per totalul industriei prelucrătoare sau al economiei concurențiale. De remarcat și că, în România,



costul per salariat în industria prelucrătoare este practic egal cu costul per totalul economiei concurențiale — o situație de neimaginat în occident. În orice caz, costurile din România sunt de departe cele mai mici, existând suficient spațiu de manevră pentru creșteri susținute pe termen scurt și chiar mediu, fără a afecta în mod semnificativ competitivitatea României în termeni de costuri reduse.

Această ultimă afirmație este susținută și de faptul că ponderea costurilor cu personalul în valoarea adăugată produsă în industria auto

se menține constantă, sau chiar tinde să scadă în cazul industriei de asamblare (figura 26). Altfel spus, creșterile salariale din ultimii ani au fost complet acoperite de creșterile de productivitate, neschimbând cu nimic distribuția valorii adăugate între muncă și capital în industria auto din România. În ciuda avertismentelor din ce în ce mai multe și din ce în ce mai ferme ale angajatorilor, creșterea costurilor cu personalul nu reprezintă atât o problemă, cât o soluție la problema reală cu care unele companii se confruntă deja și care în viitor se poate acutiza la nivelul întregii industrii. Este vorba de deficitul de forță de



muncă ieftină, determinat de combinația dintre cererea din ce în ce mai mare din partea companiilor străine și oferta din ce în ce mai redusă ca urmare a evoluțiilor demografice și în special a migrației masive pentru muncă în străinătate.

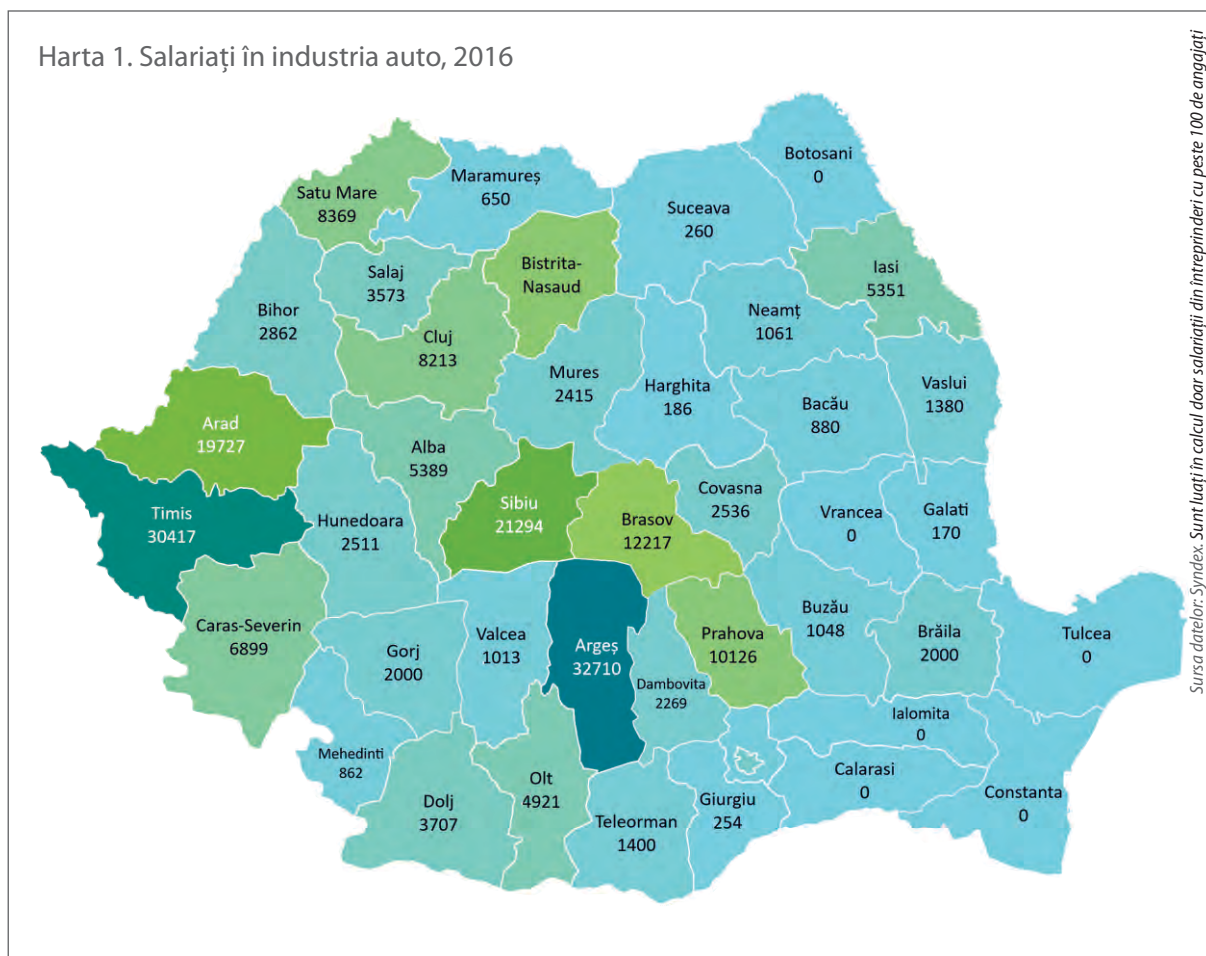
Această problemă este resimțită mai puternic în industria auto decât în alte sectoare ale economiei, din cel puțin două motive. În primul rând, creșterea ocupării a fost mult mai puternică în industria auto decât în alte sectoare ale economiei, și mai ales în restul industriei prelucrătoare. În 2017, numărul total de salariați din industria auto depășise 180 de mii, față de sub 100 de mii în 2009. Industriei auto îi revin astăzi în jur de 3,7% din totalul salariaților din România (față de 2,1% în 2009) și nu mai puțin de 15,3% din totalul salariaților din industria prelucrătoare (față de 8,9% în 2009). Cererea de forță de muncă este mai mare în industria auto decât în alte sectoare, în cea mai mare parte datorită creșterii accelerate a sectorului de componente. În al doilea rând, gradul foarte ridicat de concentrare geografică a industriei auto exacerbează problema deficitului de forță de muncă ieftină, problemă care practic nu există în zone fără industrie puternică. Proximitatea clienților finali face ca investițiile auto să fie concentrate predominant în vestul și centrul țării, patru județe (Arad, Argeș, Sibiu și Timiș) cumulând jumătate din forța de muncă din industria auto din România (harta 1). Problema deficitului de forță de muncă ieftină este deosebit de acută în Banat și în județe ca Brașov și Sibiu, unde ocuparea în industria auto are o pondere impresionantă în totalul ocupării (harta 2). Acestea sunt și zonele în care investițiile s-au concentrat în ultimii ani, fiind vorba de producători de componente care au foarte puține legături cu uzinele de la Craiova sau Mioveni.

Reacția companiilor la deficitului de forță de muncă ieftină a fost dublă. Pe de o parte, implicarea într-o adevărată campanie medicală pentru prevenirea creșterilor salariale, intervențiile angajatorilor în spațiul public fiind la ordinea zilei de la apariția primelor

semne de schimbare a situației pe piața muncii în urmă cu aproximativ doi ani. Sunt incluse aici și amenințările cu relocalizarea activităților din România către periferii încă mai ieftine ca Marocul, Serbia sau chiar Ucraina. Pe de altă parte, exercitarea unei presiuni suplimentare asupra departamentelor de resurse umane pentru a recruta în mod constant un număr foarte mare de persoane cu scopul de a acoperi fluctuația în creștere a forței de muncă, în combinație cu creșteri salariale moderate — creșteri care, după cum am văzut, nu au schimbat în vreun fel status quo-ul la nivel european și la nivelul economiei României. Reacția statului la deficitul de forță de muncă ieftină a fost, de asemenea, una dublă. Pe de o parte, creșterea salariului minim și a salariilor din sectorul bugetar, în speranța că piața va regla apoi în mod automat nivelul salarial în sectorul privat. Pe de altă parte, adoptarea unor măsuri punitive (împotriva așa-zișilor „asistați sociali”, spre exemplu) menite să canalizeze presupusele rezerve de forță de muncă ieftină înspre sectorul privat și să amelioreze măcar temporar situația de pe piața muncii în favoarea angajatorilor — altfel spus, să reducă deficitul de forță de muncă ieftină, fără vreo creștere cu adevărat semnificativă a costurilor salariale.

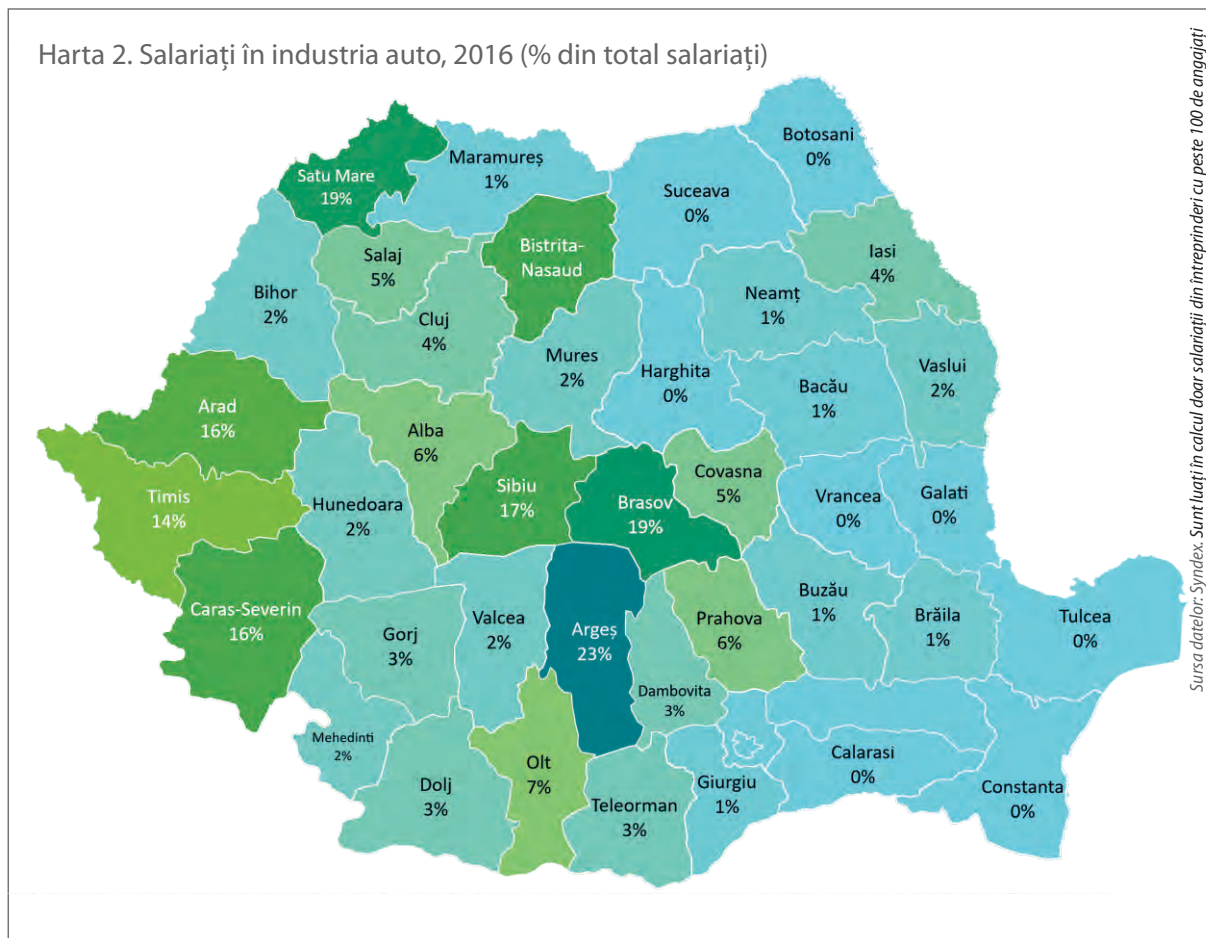
Deficitul de forță de muncă ieftină nu este specific României.²¹ Se poate spune că este un adevărat sindrom al economiilor de piață dependente din Europa Centrală și de Est, pe măsură ce din ce în ce mai mult capital migrează spre est și din ce în ce mai multă forță de muncă migrează spre vest. Cel puțin din perspectiva acestui ultim mecanism, situația României este una extremă, migrația pentru muncă în străinătate fiind la un nivel foarte înalt. Riscurile sunt cu totul altele decât cele despre care se vorbește în mod curent — relocarea capacităților de producție existente și blocarea investițiilor potențiale. În ce privește relocarea capacităților existente,

21. Vezi, spre exemplu, cazul Slovaciei. Petr Pavlínek, „Whose success? The state-foreign capital nexus and the development of the automotive industry in Slovakia”, *European Urban and Regional Studies*, 2016, vol. 23, nr. 4, p. 571-593.



trebuie subliniat că dinamica salarială din România nu are loc într-un context regional de stagnare a salariilor, ci într-un context cât se poate de dinamic, creșterile din România fiind în ton cu evoluțiile din celelalte țări din Europa Centrală și de Est. Mutarea investițiilor în țări încă mai ieftine este un proces extrem de costisitor și, în orice caz, nu constituie decât o soluție pe termen scurt pentru angajatori, valurile de investiții în alte economii periferice producând inevitabil același fenomen al deficitului forței de muncă ieftine. La rândul ei, blocarea investițiilor potențiale nu poate reprezenta o amenințare decât dacă vorbim de investiții în căutare de costuri cu forța de muncă cât mai reduse, reproducând deci cercul vicios în care se pare că deja a intrat

economia României. În ce privește industria auto, trebuie să ne întrebăm și câte investiții în uzine de cablaje mai pot fi atrase, în contextul concentrării deja imense a producției europene de cablaje în România.



Riscurile reale țin mai degrabă de stagnarea în stadiul de relativă subdezvoltare din prezent, prin menținerea profilului industrial actual: activități cu valoare adăugată scăzută, tehnologie joasă și salarii mici. Cum s-a văzut în ultima perioadă, pe termen scurt și poate chiar mediu există suficient spațiu de manevră pentru menținerea acestui profil industrial în contextul unor creșteri salariale moderate. În viitorul nu foarte îndepărtat, însă, alegerea va trebui făcută între menținerea actualului profil industrial și creșterea complexității producției și a gradului de dezvoltare socio-economică; prima opțiune doar va exacerba problemele deja evidente în prezent. Aceasta este o întrebare cheie pentru industria auto din România, în primul rând datorită rolului major pe care aceasta îl joacă pentru economia țării și, în al doilea rând, datorită situației actuale din industria auto globală.

Potențialul unei revoluții tehnologice în industria auto va atinge cu siguranță și industria din România, însă impactul va fi filtrat de modalitatea de integrare în lanțurile de producție europene sau, altfel spus, de profilul industrial periferic schițat în această secțiune. Vehiculele electrice și cele autonome vor avea un impact major asupra piețelor auto din vestul continentului, însă cum se vor schimba lucrurile pe o piață ca cea a României, unde puterea de cumpărare scăzută favorizează în mod covârșitor mașinile ieftine și în special pe cele de ocazie? Ținând cont de presiunea pe care aceste noi tehnologii o vor pune pe prețul autoturismelor, cum vor face față cele două uzine din România, care produc autoturisme la prețuri reduse? Dacă schimbările tehnologice vor avea impactul major preconizat asupra industriei de furnizori auto, ce se poate spune despre industria de furnizori din România, așa

cum este ea specializată în momentul de față? În fine, aceste schimbări reprezintă oportunități sau amenințări pentru rolul industriei auto în dinamica economică și a pieței muncii din România? În mod cert, aceste întrebări nu sunt prioritare în momentul de față pentru actorii din industria locală, primând mai degrabă chestiunile ce țin de costuri și deficitul de forță de muncă ieftină. În timp, însă, ele vor deveni din ce în ce mai importante, iar anumite ipoteze privind evoluțiile viitoare pot fi schițate încă de pe acum. Înainte de a putea discuta impactul potențial al schimbărilor tehnologice globale asupra unei industrii periferice, trebuie să înțelegem despre ce schimbări este vorba.

Tendențe globale: mașini electrice, mașini conectate și autonome, digitalizare

Revenirea industriei auto europene după criza de la sfârșitul deceniului trecut nu a însemnat și întoarcerea la o oarecare stabilitate, ci, dimpotrivă, a fost însoțită de apariția unei multitudini de scenarii mai mult sau mai puțin pesimiste privitoare la viitorul industriei pe termen lung. Se vorbește din ce în ce mai mult despre o eventuală reconfigurare din temelii a întregului ecosistem auto, de la modul în care sunt produse, la modul în care sunt utilizate autoturismele și la locul pe care îl au acestea în viața cotidiană. La originea acestei potențiale revoluții auto stau trei inovații tehnologice esențiale: vehiculele electrice, vehiculele conectate și autonome și digitalizarea întregului lanț valoric al industriei. Este de așteptat ca fiecare dintre acestea să aibă un impact important asupra întreprinderilor, asupra forței de muncă, și, mai general, asupra modului în care funcționează industria auto.

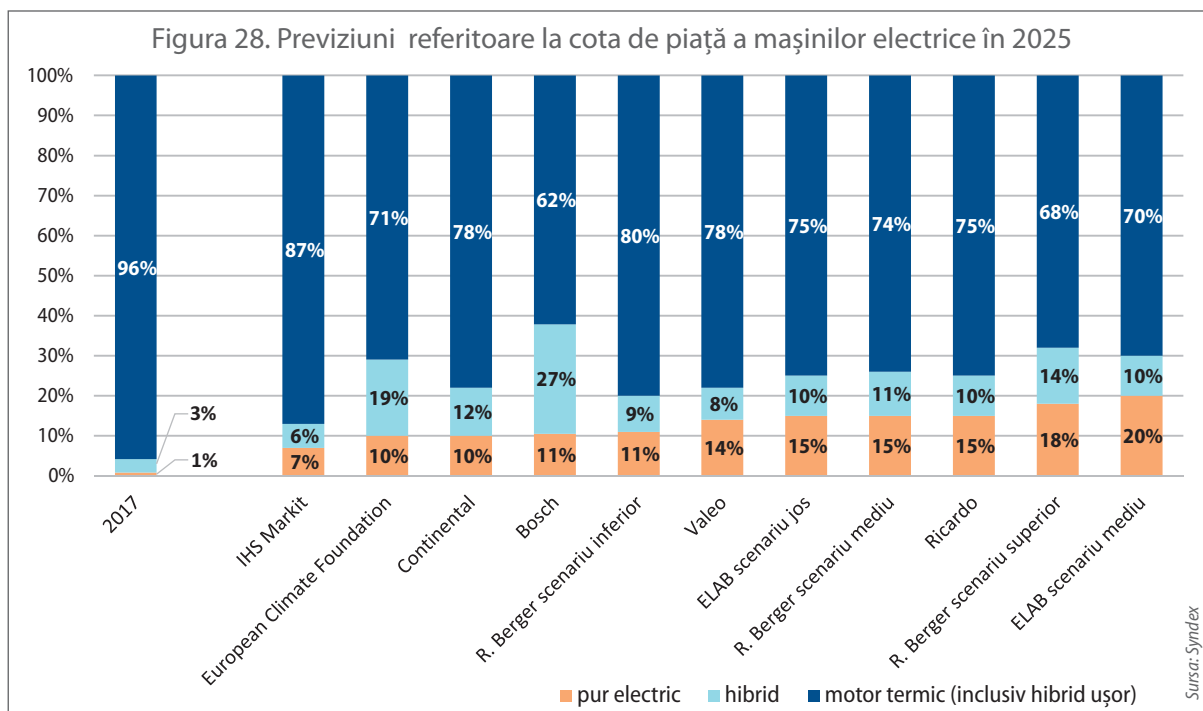
Motorizările electrice

Dat fiind locul industriei auto în economia europeană, Comisia Europeană a subliniat importanța unei tranziții cât mai rapide către „noua eră industrială”²², pentru a păstra avansul tehnologic pe care producătorii

europeni încă îl au pe piețele externe (și în special în China) și pentru a proteja piața europeană de intrarea companiilor străine (din nou, în special a celor chineze) care în prezent investesc masiv în dezvoltarea noilor tehnologii auto. Comisia Europeană estimează că piața globală a automobilelor electrice va ajunge la 339 miliarde de dolari până în 2030, în timp ce piața vehiculelor autonome va ajunge la 273 de miliarde. Cu o profitabilitate deja scăzută în Europa, riscul este considerat major în cazul în care industria europeană nu reușește să capteze cât mai mult din acest potențial tehnologic. În acest context, reglementările de mediu de la nivel european pot fi considerate ca fiind de fapt benefice industriei, forțând producătorii europeni să inoveze și să se adapteze în avans la nevoia de reducere a emisiilor, care va deveni globală în următoarele două decenii. Până în 2050, Comisia Europeană estimează că piața auto din Europa va fi complet electrificată, însemnând că toate vehiculele noi vândute vor fi pur electrice — mașini cu baterie, fără motor termic; la fel în cazul pieței chineze și, în timp, pentru toate celelalte mari piețe la nivel mondial.

Previziunile pentru 2050 par însă mult mai ușor de trasat decât sunt scenariile referitoare la următorul deceniu. Drept dovadă, există o multitudine de estimări destul de diferite ale cotei de piață a mașinilor electrice, mergând de la 7 la 20% pentru autoturismele pur electrice până în 2025 și de la 6 la 27% pentru motorizările hibride (figura 28). Această diversitate se datorează persistenței mai multor necunoscute esențiale în stabilirea modului și ritmului în care va avea loc tranziția către o piață auto electrificată. Este vorba în special de costul bateriilor, care deocamdată nu permite o comercializare în masă viabilă a automobilelor electrice, și de infrastructura de încărcare, care necesită investiții de miliarde de dolari, în mare parte din partea autorităților publice.

22. Comisia Europeană, *GEAR 2030. Final Report* – 2017, p. 8.



Deși toți analiștii subliniază că bateriile se vor ieftini dramatic datorită dezvoltării tehnologiei și că infrastructura de încărcare va deveni din ce în ce mai accesibilă, nu există niciun fel de acord în privința momentului în care acestea vor permite înlocuirea în masă a motoarelor termice. Până atunci, este de așteptat ca motorizările hibrid (care includ atât un motor termic, cât și unul electric) să servească drept catalizator pentru tranziția către motorizările pur electrice. Pe lângă creșterea motorizărilor hibride, declinul motorizării diesel — care domina piața până curând și care până la șirul recent de scandaluri a fost văzut ca răspunsul european la problema sustenabilității de mediu — este o altă certitudine.

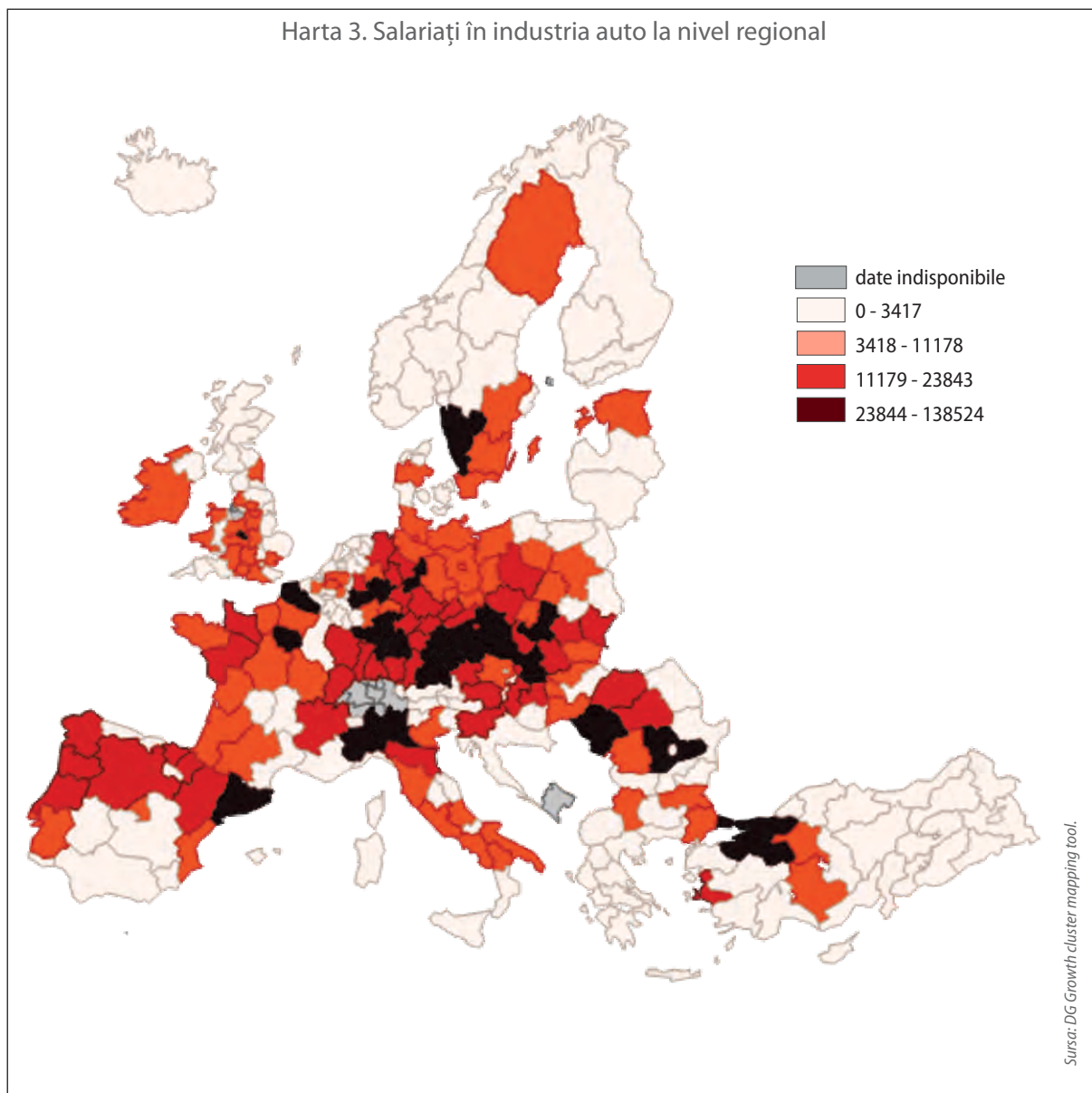
Când vine vorba de producție, incertitudinile sunt chiar mai mari decât cele referitoare la piață. Este adevărat că electrificarea va afecta doar o parte a industriei, cea care ține de sistemele de propulsie (motoare și transmisii), însă pentru aceasta transformarea pare că va fi radicală. Cea mai vizibilă schimbare va consta în dispariția efectivă a motorului cu combustie internă și a cutiei de viteze și înlocuirea acestora cu un sistem format dintr-o baterie și

un motor electric cel mai probabil cu transmisie inclusă. Din moment ce de regulă producția de motoare și cutii de viteze nu este externalizată, impactul asupra constructorilor de autoturisme va fi major. Același lucru se va întâmpla cu întregul lanț de aprovizionare pentru motoare și transmisii. În primul rând, este foarte probabil că producătorii de baterii vor deveni cei mai importanți furnizori auto — în unele cazuri peste 40% din valoarea totală a unei mașini pur electrice este în prezent atribuită producătorului de baterii.²³ Trebuie ținut cont și de faptul că producătorii de baterii sunt actori noi în industria auto, nici constructorii, nici furnizorii tradiționali neavând capacități tehnice proprii necesare pentru producția acestor componente. În al doilea rând, o serie întregă de componente astăzi considerate esențiale în lanțul de producție al motorizării termice — rezervorul și pompa de carburant, sistemul de eșapament, ambreiajul, sistemul de control al emisiilor, filtrele de aer sau ulei, precum și cele

23. Este cazul Chevrolet Bolt, pentru care LG produce 56% din conținutul total al mașinii, 42% reprezentând doar bateria. Vezi UBS. UBS Evidence lab electric car teardown – Disruption ahead?, 2017.

care intră în motorul termic (valvele, arborele cotit, arborele cu came etc.) — nu vor mai fi deloc necesare, în timp ce unele complet noi

— convertoare, invertoare, module de distribuție, module de încărcare, module de răcire — le vor lua locul.



Cum am menționat deja, ținând cont de impactul acestei tranziții asupra celei mai tehnologizate părți a industriei auto europene, una dintre temerile majore ține de pierderea competitivității industriei europene în fața Chinei, lucru care se pare că deja s-a întâmplat în domeniul producției de baterii. O altă temere importantă se referă la impactul

asupra ocupării, o parte consistentă din salariații din industria auto fiind în prezent angajați în producția de motoare termice, cutii de viteze și componente. Scenariile pesimiste indică pierderea a sute de mii de locuri de muncă doar în Germania, în special în industria auto, dar și în industriile prelucrătoare care furnizează materii prime și componente

pentru sistemele de propulsie tradiționale.²⁴ Impactul ar urma să fie deosebit de vizibil în cele câteva regiuni în care se concentrează cea mai mare parte a salariaților din industria auto europeană, printre care și vestul României (vezi harta 3).²⁵ La rândul lor, scenariile optimiste expun o cu totul altă poveste, conform căreia sute de mii de locuri de muncă ar urma să fie create în economia europeană

datorită tranziției spre vehiculele electrice, în special în sectoarele care ar urma să beneficieze indirect de pe urma fondurilor eliberate de colapsul cererii de petrol. Unele dintre aceste scenarii subliniază că ocuparea în industria auto europeană ar putea să crească cu până la 8% dacă nivelul exporturilor se menține și Europa va reuși să-și creeze o industrie de baterii.²⁶

Tabelul 4. Impactul creșterii cotei de piață a vehiculelor electrice asupra ocupării în 2030, pe sector și în funcție de gradul de reducere a emisiilor de CO₂

Sectorul de activitate	Situația actuală	Ținta de reducere a emisiilor de CO ₂					
		20%	30%	40%	20%	30%	40%
		autoturisme / 25% vehicule comerciale			autoturisme / 25% vehicule comerciale		
Locuri de muncă (mii)	Schimbare (mii)			Schimbare (%)			
Rafinarea petrolului	151	0	-1	-1	-0,2%	-0,3%	-0,5%
Industria auto	2 454	0	-3	-12	0,0%	-0,1%	-0,5%
Cauciuc și mase plastice	1 776	+5	+5	+7	+0,3%	+0,3%	+0,4%
Metale	4 288	+5	+5	+5	+0,1%	+0,1%	+0,1%
Echipamente electrice	2 451	+5	+7	+12	+0,2%	+0,3%	+0,5%
Electricitate, gaz, apă etc.	2 852	+2	+2	+5	+0,1%	+0,1%	+0,2%
Alte sectoare	200 427	+3	+3	+69	0,0%	0,0%	0,0%
TOTAL	230 209	+20	+18	+86	+0,01%	+0,01%	+0,04%

Sursa: Comisia Europeană, *Impact assessment accompanying the document Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council setting emission performance standards for new passenger cars and for new light commercial vehicles as part of the Union's integrated approach to reduce CO₂ emissions from light duty vehicles and amending Regulation (EC) No 715/2007 (recast), 2017, p.95.*

Ignorând parcă toate aceste previziuni mai mult sau mai puțin extreme, estimările oficiale ale Comisiei Europene sunt cât se poate de modeste, schimbarea în ce privește ocuparea fiind per total cu totul neglijabilă până în 2030 — dar, în orice caz, pozitivă: de la +0,01 la +0,04%, în funcție de ținta de reducere a emisiilor de dioxid de carbon ale vehiculelor rutiere (tabelul 4). Același lucru se poate spune și despre industria auto, unde o scădere a ocupării de cel mult 0,5% până în 2030 pare a fi o amenințare cu totul și cu totul minoră în comparație cu problemele ciclice

tipice acestei industrii.

Însă aceste scenarii pur cantitative pot fi înșelătoare. Desigur, nivelul prezent al ocupării din industria auto se poate menține de-a lungul tranziției către vehiculele electrice, însă conținutul este foarte probabil că se va schimba substanțial. Ingineria mecanică va ceda din ce în ce mai mult teren ingineriei electrice și electronice, precum și expertizei în electrochimie necesare în producția de baterii. Între timp, avansul motorizărilor hibride va necesita investiții atât în tehnologiile electrice,

24. Green Car Congress, „ifo Institute study projects ban on combustion engines in 2030 would affect 600K jobs in German manufacturing”, 2017, disponibil online la adresa: <https://www.greencarcongress.com/2017/07/ifo-institute-study-projects-ban-on-combustion-engines-in-2030-would-affect-600k-jobs-in-german-manu.html>.

25. FTI Intelligence, *Impact of electrically chargeable vehicles on jobs and*

growth in the EU. Particular focus on the EU automotive manufacturing and value chain, 2018.

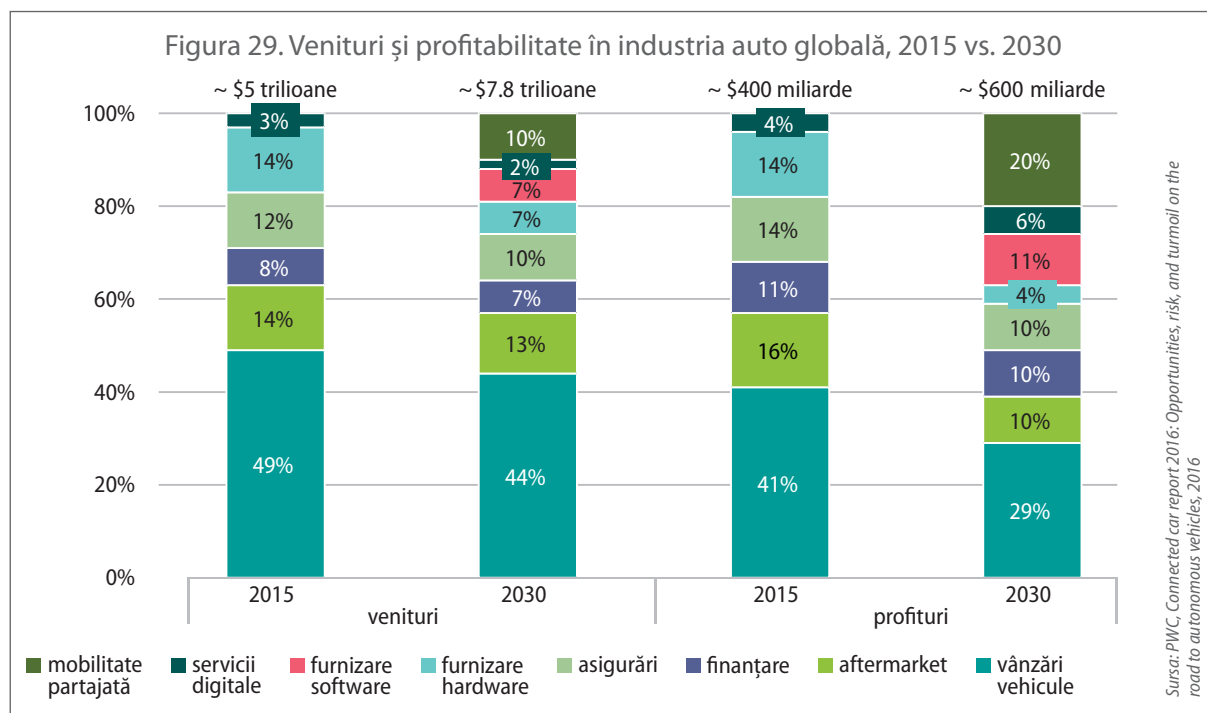
26. Transport & Environment. 2017. How will electric vehicle transition impact EU jobs? disponibil online la adresa: <https://www.transportenvironment.org/publications/how-will-electric-vehicle-transition-impact-eu-jobs>.

cât și în cele termice, crescând de fapt gradul de complexitate al operațiunilor de concepere și producție a motoarelor. Este de așteptat ca pe termen scurt și mediu ocuparea în cercetare și dezvoltare să capete o importanță din ce în ce mai mare în totalul ocupării auto datorită nevoii de dezvoltare a tehnologiilor electrice, dar și a celei de perfecționare a motoarelor termice, care se vor menține într-un fel sau altul pe piață pentru mulți ani de acum încolo. Indiferent dacă bateriile vor ajunge sau nu să fie produse în masă în Europa, șansele ca producătorii auto și furnizorii lor tradiționali să devină producători de baterii sunt foarte reduse.

Mașinile conectate și autonome

Chiar și în scenariile cu cel mai puternic impact al electrificării vehiculelor, fundamentele industriei auto rămân aceleași, lucru care nu este deloc valabil pentru scenariile privitoare la impactul vehiculelor conectate și autonome. În ce privește conectivitatea în sine — capacitatea vehiculelor de a comunica cu mediul înconjurător, între ele, precum și cu

utilizatorii sau alte obiecte — tranziția este deja în mare parte realizată, un studiu PWC arătând că în 2017 peste 89% din automobilele noi erau conectate, până în 2022 urmând să se ajungă la 100%.²⁷ Desigur, tehnologiile vor evolua de la cele actuale — infotainment, GPS, asistență pentru parcare — până la interfețe om-mașină din ce în ce mai complexe sau display-uri cu realitate augmentată. Totodată, ele se vor generaliza, trecând de la inovații rezervate gamelor premium la părți integrante ale pachetelor standard din mașinile de clasă A, B sau C. Generalizarea mașinilor conectate va genera din ce în ce mai multe date privitoare la vehicule și mai ales la utilizatori, date care pot fi utilizate în scop industrial și comercial de către producători, furnizori sau terți. Toate aceste inovații au extins deja granițele lanțului valoric al industriei auto înspre software și gestiunea datelor, activități pe care atât constructorii, cât și furnizorii tradiționali par să prefere să le dezvolte intern, într-o bună măsură pentru a limita posibilitatea intrării pe piață a unor competitori extrem de potenți cum sunt giganții IT.



27. PWC, The 2017 Strategy& digital auto report, 2017, p. 8, disponibil online la adresa: <https://www.strategyand.pwc.com/reports/fast-and-furious>.

Conectivitatea va reconfigura lanțul valoric al industriei auto, introducând surse de venituri (software, servicii digitale, mobilitate partajată) mult mai dinamice decât cele tradiționale (vânzarea de vehicule, after-market, finanțare și asigurări) și mult mai profitabile, lucru foarte important dată fiind profitabilitatea redusă de pe piața europeană. Conform anumitor estimări, în 2030 aceste noi activități vor cumula aproximativ 20% din totalul veniturilor și aproape 40% din totalul profiturilor din industria auto (figura 29). În consecință, se vorbește foarte mult despre alunecarea industriei către furnizarea de servicii, situație în care producția și vânzarea de autoturisme — activitatea principală de astăzi a companiilor auto — ar deveni una auxiliară. Fără îndoială, niciun actor din industrie nu își va permite să ignore aceste schimbări sau să le lase în seama competitorilor.

Schimbarea poate fi însă mult mai semnificativă, în special datorită mașinilor autonome, care reprezintă apogeul tehnologic în domeniul conectivității auto. Chiar dacă mașinile cu adevărat autonome nu vor ajunge pe străzi mai repede de zece ani, asistența pentru șoferi și autonomia parțială sunt deja realități pentru modelele premium și vor fi integrate în timp în pachetele standard ale mașinilor din gamele inferioare de preț. Riscul cel mai mare pentru industria auto îl reprezintă proliferarea mobilității partajate autonome și înlocuirea în timp a standardului mașinii cu șofer uman și aflate în proprietatea individuală a utilizatorilor cu mașini cu șofer digital aflate în proprietatea furnizorilor de servicii de mobilitate partajată. Într-un scenariu în care

toată piața auto ar fi acaparată de asemenea „robotaxiuri”, PWC estimează o scădere a parcului auto până la 14% din nivelul actual și o reducere la jumătate a vânzărilor (și, implicit, a producției).²⁸ Un alt scenariu implică polarizarea extremă a pieței, în care autoturismele cu rol estetic de astăzi ar deveni un produs de nișă premium, în timp ce marea majoritate a pieței ar fi acoperită de vehicule fără trăsături, ieftine, cu rol pur funcțional.²⁹ Într-un asemenea scenariu, modelul de afaceri actual al producătorilor generaliști — de la Dacia la Volkswagen — s-ar dovedi cu totul inadecvat la realitățile pieței.

Vehiculele conectate și autonome fac subiectul celor mai futuriste și extreme scenarii privitoare la viitorul industriei auto. Incertitudinea este însă imensă, stabilirea cu minimă exactitate a gradului de realism a acestora fiind imposibilă. Ce este sigur este că producătorii și furnizorii tradiționali investesc masiv în aceste tehnologii, la concurență cu gigantii IT și cu noii furnizori de servicii de mobilitate, cum ar fi Uber, precum și cu nenumărate start-up-uri. Împreună cu electrificarea motorizărilor, tehnologia mașinilor conectate și autonome a dat un imbold major investițiilor în cercetare și dezvoltare ale companiilor auto, care s-au dublat în Europa între 2010 și 2017 (de la 27 la 54 miliarde de euro anual), consolidând poziția de lider a industriei auto în fața celorlalte sectoare (figura 30). În ultimii trei ani, investițiile în cercetarea și dezvoltarea tehnologiei mașinilor autonome și a mașinilor electrice au ajuns la 180 de miliarde de dolari la nivel global, cea mai mare companie din industria auto, Volkswagen, anunțând investiții de 86 miliarde de dolari până în 2022.³⁰

Riscurile unor asemenea investiții sunt masive, în special din cauza incertitudinilor privitoare la configurația pieței și a industriei în viitor și a posibilității ca producătorii tradiționali să piardă teren în fața noilor-veniți, care pot uneori avea o experiență mult mai îndelungată decât companiile auto în dezvoltarea de hardware și software sau în furnizarea de servicii. În plus, industria auto

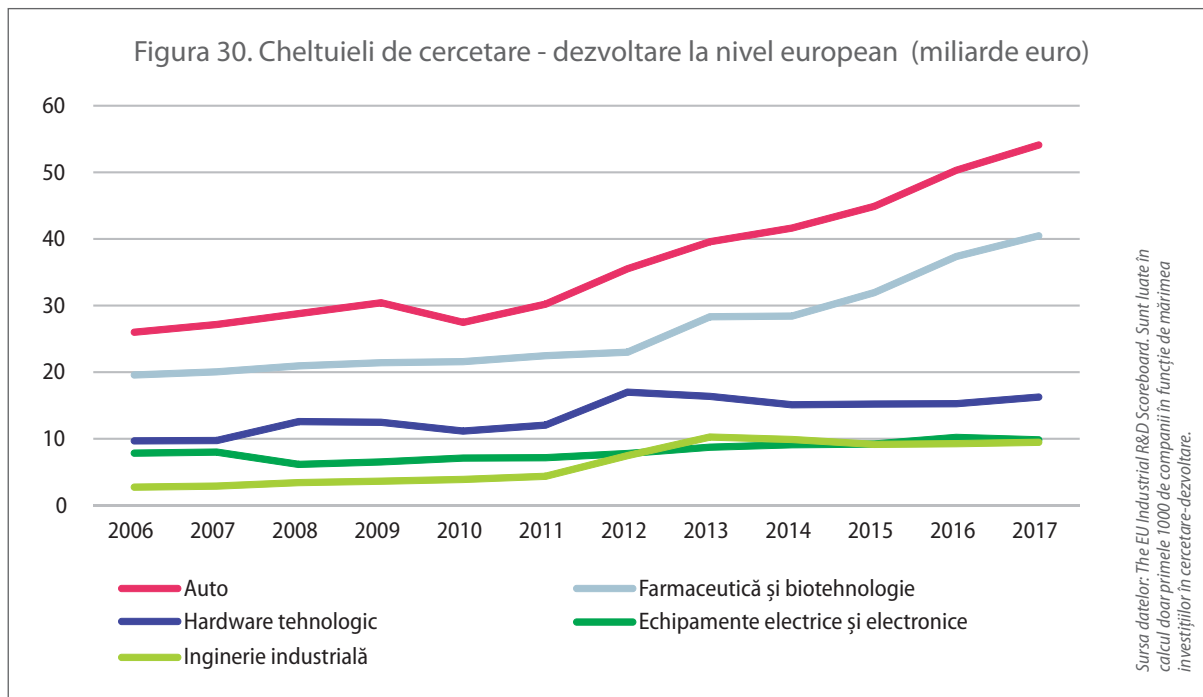
28. Scăderea mai puternică a parcului decât a vânzărilor s-ar datora utilizării mai intensive a vehiculelor și, deci, nevoii de a le înlocui mai rapid. Vezi PWC, Five trends transforming the automotive industry, 2018, disponibil online la adresa: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/automotive/publications/easycy.html>.

29. Roland Berger, Automotive 4.0: a disruption and new reality in the US?, 2015, disponibil online la adresa https://www.rolandberger.com/en/Publications/pub_automotive_4_0.html.

30. Deloitte. The future of mobility. How transportation technology and social trends are creating a new business ecosystem, 2018, disponibil online la adresa: <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/future-of-mobility/transportation-technology.html>.

trebuie să-și mențină un nivel ridicat al investițiilor operaționale, iar sensibilitatea la mișcările ciclice ale economiei poate arunca

rapid în criză companii care investesc miliarde în tehnologii care își vor arăta valoarea cel mai devreme într-un deceniu.



În ce privește ocuparea, pe termen scurt și mediu impactul dezvoltării vehiculelor conectate și autonome este în mod cert pozitiv, investițiile în cercetare și dezvoltare ale constructorilor și furnizorilor auto necesitând personal specializat în dezvoltarea de hardware și mai ales de software. Impactul asupra ocupării în producție nu se va face resimțit decât în situația în care mobilitatea partajată va crește suficient de mult încât să amenințe dominația mobilității individuale — situație care nu poate deveni realitate mai devreme de sfârșitul anilor 2020. Chiar și așa, în cazul în care actorii tradiționali din industria auto vor reuși să se opună noilor-veniți, scenariile existente arată o scădere minoră (-1,8%) a ocupării în industria auto până în 2025, chiar dacă peste 10% din salariați ar fi specialiști IT însărcinați cu noile servicii de

mobilitate (față de 0% în 2015).³¹ La fel ca în cazul mașinilor electrice, stabilitatea cantitativă poate ascunde o schimbare calitativă majoră a ocupării din industria auto în următorul deceniu.

Digitalizarea lanțului de producție

Cea de-a treia tendință tehnologică majoră despre care se spune că ar amenința fundamental modul în care funcționează industria auto este avansul general al digitalizării. Dacă producția în sine nu figurează printre temele importante în dezbaterile despre mașinile electrice sau despre cele conectate și autonome, în cazul digitalizării, procesul de producție joacă rolul principal. În industria auto, tranziția către așa-zisa „Industrie 4.0” (un alt mod de a vorbi despre digitalizare și automatizare), este în plină desfășurare, însă schimbarea nu este nici pe departe la fel de revoluționară cum pot deveni mașinile conectate și autonome și nici măcar cele

31. Deloitte, *The future of the automotive value chain: 2025 and beyond*, 2017, Disponibil online la adresa: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/us-auto-the-future-of-the-automotive-value-chain.pdf>.

electrice. În scenariile cele mai futuriste, digitalizarea ar urma să afecteze total întregul lanț de producție, de la logistică la vânzări, ducând în final la o automatizare cvasitotală, permițând o reducere a pierderilor (timpuri morți, utilizarea ineficientă a capacităților de producție etc.) și o adaptare aproape perfectă la nevoile clienților și la tendințele mereu în schimbare ale pieței. Tehnologiile digitale ar permite coordonarea cât mai exactă a furnizorilor și constructorilor, generarea de date în producție ar permite reducerea defectelor și generalizarea mentenanței predictive a echipamentelor, iar inteligența artificială și noile generații de senzori ar permite dezvoltarea unor roboți capabili să înlocuiască o bună parte din munca manuală a salariaților. În industria auto, aceste idei nu sunt deloc noi, stând de fapt la baza paradigmei producției flexibile (*just in time, lean*), dominantă pentru această industrie încă din anii 1980.

Chestiunea forței de muncă este centrală pentru digitalizare, susținătorii „fabricilor digitale” subliniind că acestea rezolvă problema istorică a utilizării intensive a forței de muncă, asociată cu sistemele de producție scumpe și „inflexibile”.³² Reducerea ponderii costurilor salariale în totalul cheltuielilor este unul dintre scopurile principale ale digitalizării, contribuind la o scădere totală a costurilor cu până la 20%. Conform estimărilor Roland Berger, „uzinele digitale” ar putea înregistra scăderi cu 10-20% a costurilor de producție, cu 10-20% a costurilor logistice, cu 30-50% a stocurilor, cu 10-20% a costurilor legate de calitate, cu 60-70% a costurilor legate de complexitate și cu 10-20% a costurilor cu mentenanța.³³ Indiferent cât de substanțială ar putea fi în realitate reducerea costurilor datorată digitalizării, investițiile necesare pentru a realiza asemenea obiective sunt de ordinul miliardelor de euro, punând și mai multă presiune pe actorii din industrie. Astfel, potrivit celor mai radicale scenarii, muncitorul în fabrica digitală din viitor nu va

mai fi productiv decât indirect; altfel spus, muncitorul nu va mai lucra cu mâinile și cu sculele mecanice sau electrice, sarcinile tradiționale de asamblare, ajustare sau rectificare fiind înlocuite cu cele de supraveghere a roboților — și nu direct, ci prin intermediul tabletelor sau laptopurilor. Spre deosebire de celelalte două schimbări tehnologice majore, digitalizarea nu poate decât să scadă nivelul ocupării din industria auto, însă la fel ca mașinile electrice și cele conectate și autonome, ea va tinde să transforme conținutul muncii industriale, necesitând noi competențe și eliminându-le într-o bună măsură pe cele vechi.

Perspective periferice: impactul asupra industriei auto din România

Mașini electrice: o tranziție întârziată, însă deja aflată în desfășurare

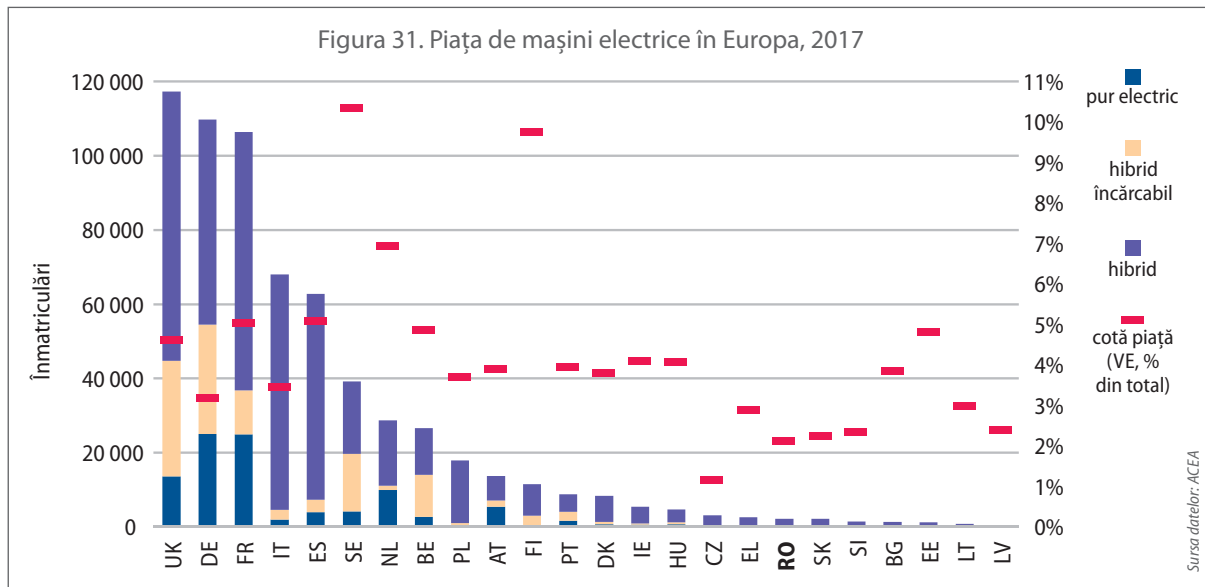
Efervescența de scenarii privitoare la viitorul industriei auto nu lasă prea mult loc unei înțelegeri a impactului diferențiat pe care îl vor avea aceste schimbări de la regiune la regiune sau chiar de la țară la țară, în funcție de poziția pe care o au piețele și industriile acestora în ecosistemul auto global. Dimpotrivă, se vorbește predominant despre schimbări epocale, omogene și uniforme, lucru care pare cu atât mai relevant în cazul Europei, unde există reglementări comune țărilor UE și unde piețele și industriile naționale sunt puternic interconectate. Dacă în anumite situații izolate se subliniază, spre exemplu, eventualele decalaje ale creșterii pieței mașinilor electrice în țările în curs de dezvoltare, există foarte puțin interes pentru modul în care aceste transformări vor afecta periferia europeană. Chiar dacă pe termen lung situația se poate uniformiza — adevărindu-se, spre exemplu, previziunile Comisiei Europene pentru o piață a mașinilor noi complet electrificată până în 2050 — este foarte probabil că tranziția va arăta foarte diferit în est față de vest, ținând cont de dinamica divergentă a piețelor și de integrarea diferențiată în lanțurile de producție de la nivel european. La fel ca în

32. Roland Berger, *Digital factories: the time to capitalize on digital factories is now*, 2016, p.3, disponibil online la adresa: https://www.rolandberger.com/en/Publications/pub_digital_factories.html.

33. Ibid, p. 7.

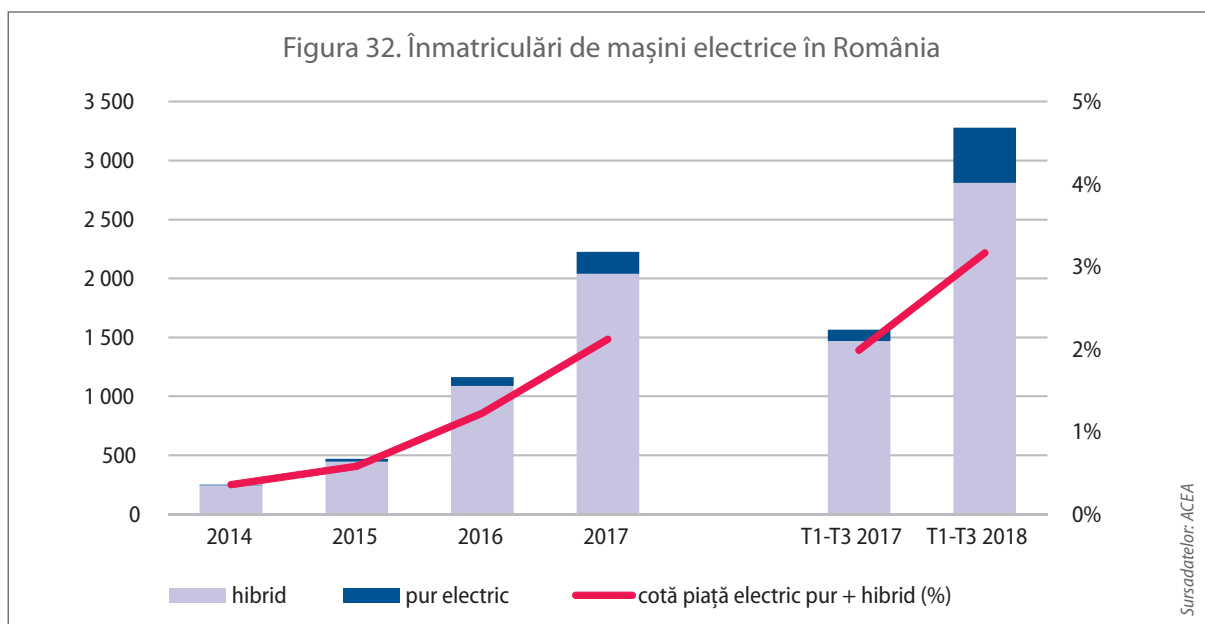
cazul secțiunilor anterioare, putem discuta eventuale transformări referitoare la România

pornind de la impactul asupra pieței, a structurii industriale și a ocupării.



Dată fiind slăbiciunea generală a pieței auto din România, nu e de mirare că pe piața europeană a mașinilor electrice România practic nu contează (figura 31), înmatriculările de vehicule electrice (pur electric și hibrid încărcabil) din România reprezentând în 2017 doar 0,2% din totalul european (față de 0,7% pentru toate autoturismele noi). Chiar dacă

procentual evoluția poate părea spectaculoasă (creșterea înmatriculărilor de mașini pur electrice a crescut de aproape patru ori în România în primele trimestre din 2018 față de aceeași perioadă a anului precedent, înregistrând cea mai mare creștere din Europa — figura 32), cota de piață a mașinilor electrice este printre cele mai reduse: 2,1%,



față de 4,3% media europeană pentru total mașini electrice (pur electric și hibrid încărcabil); 0,2%, față de 0,6% media europeană pentru mașini pur electrice. Doar 468 de mașini pur electrice au fost înmatriculate în România în primele nouă luni ale lui 2018, față de 867 în Ungaria și aproape 25 de mii în Germania. Situația stă ceva mai bine în ce privește motorizările hibride (încărcabile și neîncărcabile), însă nu cu mult: 2812 înmatriculări în România în primele trei trimestre ale lui 2018, față de 4144 în Ungaria și aproape 72 de mii în Germania.

Desigur, piața românească de vehicule electrice este minoră în perspectivă europeană și pentru că întreaga piață este mult sub majoritatea celorlalte piețe naționale de pe continent. Obstacolele sunt aceleași ca peste tot — prețul și disponibilitatea infrastructurii de încărcare —, având totuși un impact mai puternic în România decât în țările din vestul UE. Prețul încă foarte ridicat al mașinilor electrice reprezintă o problemă mult mai mare într-o țară în care puterea de cumpărare este foarte scăzută.

Venind în întâmpinarea acestei probleme, guvernul a adoptat măsuri generoase de stimulare a vânzărilor de mașini electrice, acestea beneficiind prin programul „Rabla Plus” de subvenții de 45 de mii de lei la achiziționarea unei mașini noi pur electrice și 20 de mii de lei la achiziționarea unei mașini hibride. Aproximativ un sfert din vânzările de mașini electrice din 2017 (540 de autovehicule dintr-un total de 2227) au fost susținute prin acest program, față de doar 4% în 2016 (45 de vehicule dintr-un total de 1163), când stimulentele erau de doar 20 de mii de lei pentru o mașină pur electrică și 5 mii de lei pentru un autovehicul hibrid. Dacă adăugăm faptul că vehiculele electrice sunt scutite de taxe, în România există în momentul de față cel mai favorabil pachet de stimulente pentru achiziționarea de mașini electrice.³⁴ Cu toate acestea, cererea rămâne scăzută, explicația stând și în prețul în continuare foarte mare al mașinilor electrice, chiar și cu subvenția acordată de stat — spre exemplu, prețul unui

Tabelul 5. Infrastructura de încărcare pentru mașini electrice în Europa, 2018

	puncte de reîncărcare			poziții de încărcare per 100 km de drum
	total	putere normală (≤ 22 kW)	putere înaltă (> 22 kW)	
NL	36962	36010	952	26,7
DE	26162	22314	3848	11,4
FR	24770	22507	2263	2,3
UK	18158	14160	3998	4,3
NO	11535	9000	2535	12,2
SE	5833	3026	2807	2,7
ES	5111	4312	799	0,8
AT	4128	3429	699	3,3
IT	3436	2829	607	1,3
DK	2616	2124	492	3,5
BE	1858	1493	365	1,2
PT	1578	1322	256	11
IE	1046	837	209	1,1
FI	973	706	267	1,2
CZ	769	573	196	0,6
LU	744	734	10	25,8
PL	682	470	212	0,2
HU	580	500	80	0,3
SI	535	385	150	1,4
HR	510	422	88	1,9
SK	505	347	158	0,9
EE	390	193	197	0,7
LV	296	73	223	0,4
LT	151	69	82	0,2
RO	117	95	22	0,1
BG	108	63	45	0,5
MT	97	97	0	4,1
EL	50	40	10	0,04
CY	36	36	0	0,4
UE	149736	128166	21570	3

Sursă: European Alternative Fuels Observatory, The European Union Road Federation

34. Pentru comparația măsurilor adoptate în țările UE, vezi ACEA, „Overview: tax incentives for electric vehicles in the EU”, 2018, disponibil online la adresa: <https://www.acea.be/publications/article/overview-of-incentives-for-buying-electric-vehicles>.

BMW i3, care cu o cotă de piață de 20% este cel mai popular model electric pe piața din România, poate depăși 40 de mii de euro.

În general, se presupune că această problemă a prețurilor mari va fi rezolvată de la sine, odată ce costurile de producție, și în special costurile bateriilor, vor scădea suficient încât prețul final al mașinilor electrice să fie comparabil cu cel al mașinilor cu motor termic. Însă chiar și când acest punct de cotitură va fi atins în țările occidentale, în România costurile vor continua să fie relativ mari, situația actuală, în care mașinile de ocazie sunt preferate mașinilor noi din considerente de preț, rămânând neschimbată. Mai mult, din moment ce electrificarea va scădea valoarea la revânzare a mașinilor cu motor termic pe piețele occidentale, ne putem aștepta chiar la o creștere a pieței de mașini de ocazie în România, mașinilor electrice fiindu-le rezervată doar partea superioară a pieței de mașini noi. Piața de mașini electrice din România nu se va putea dezvolta în ritmul prezis pentru piețele occidentale fără restrângerea semnificativă a vânzărilor de mașini de ocazie, lucru care nu poate fi realizat decât fie prin restricții, fie prin creșterea puterii de cumpărare a populației. Restricțiile eficiente ar fi însă extrem de nepopulare, dovadă stând controversesele din ultimul deceniu privitoare la taxa auto.

Pe lângă costurile ridicate, și infrastructura reprezintă o limită mai puternică în România decât în majoritatea celorlalte țări europene. Conform Observatorului European pentru Combustibili Alternativi, în 2018 în România existau doar 117 puncte de reîncărcare

accesibile public, media pe suta de kilometri de drum fiind după Grecia cea mai scăzută din Europa (tabelul 5). După cum este subliniat în strategia guvernamentală privind combustibilii alternativi, cea mai mare parte a infrastructurii instalate până în prezent „se datorează mediului privat”.³⁵ Pentru a respecta normativele europene, guvernul și-a asumat prin această strategie un obiectiv de 19,5 mii de puncte de reîncărcare accesibile public până în 2025, din care aproximativ 2250 ar trebui să fie finanțate direct de Administrația Fondului de Mediu, 1260 ar trebui finanțate de bugetele autorităților locale și restul de actori privați (companii din comerțul mare, dezvoltatori imobiliari, asociații de proprietari, comercianți de combustibili fosili), aceștia din urmă beneficiind de diverse măsuri de „încurajare” care ar urma să fie adoptate de autorități. Deși pare ambițios,³⁶ chiar și în situația în care obiectivele ar urma să fie atinse în totalitate, România va avea în 2025 mai puține puncte de reîncărcare accesibile public la suta de kilometri de drum decât avea Olanda în 2017 (22,9, față de 26,7). În plus, dacă România își propune 19,5 mii de puncte de reîncărcare în opt ani, în Olanda numărul acestora a crescut cu 21 mii în doar trei ani (2015-2017).³⁷ În asemenea condiții, este de așteptat ca piața mașinilor electrice să evolueze mult mai încet în România și să fie restricționată la zonele unde se vor concentra investițiile în infrastructură (marile aglomerări urbane și conexiunile rutiere cele mai importante).

Evoluția producției de autoturisme nu poate fi aceeași cu a pieței, cel puțin dacă ținem cont de faptul că doar o mică parte din mașinile asamblate în România sunt vândute pe piața autohtonă, majoritatea mergând la export, pe piețele occidentale. Ne putem aștepta, așadar, ca producția de mașini electrice din România să crească pe măsură ce cota de piață a acestora crește în străinătate, indiferent cât de întârziată este tranziția pe piața din România. Situația nu este însă atât de simplă, tocmai pentru că în România se produc mașini ieftine, care nu reprezintă o prioritate când vine vorba de electrificare și care în orice caz

35. Vezi Anexa la Hotărârea Guvernului nr. 87/2018 pentru aprobarea Strategiei privind Cadrul național de politică pentru dezvoltarea pieței în ceea ce privește combustibilii alternativi în sectorul transporturilor și pentru instalarea infrastructurii relevante în România și înființarea Consiliului interministerial de coordonare pentru dezvoltarea pieței pentru combustibili alternativi, publicată în Monitorul Oficial 225bis din 13 martie 2018.

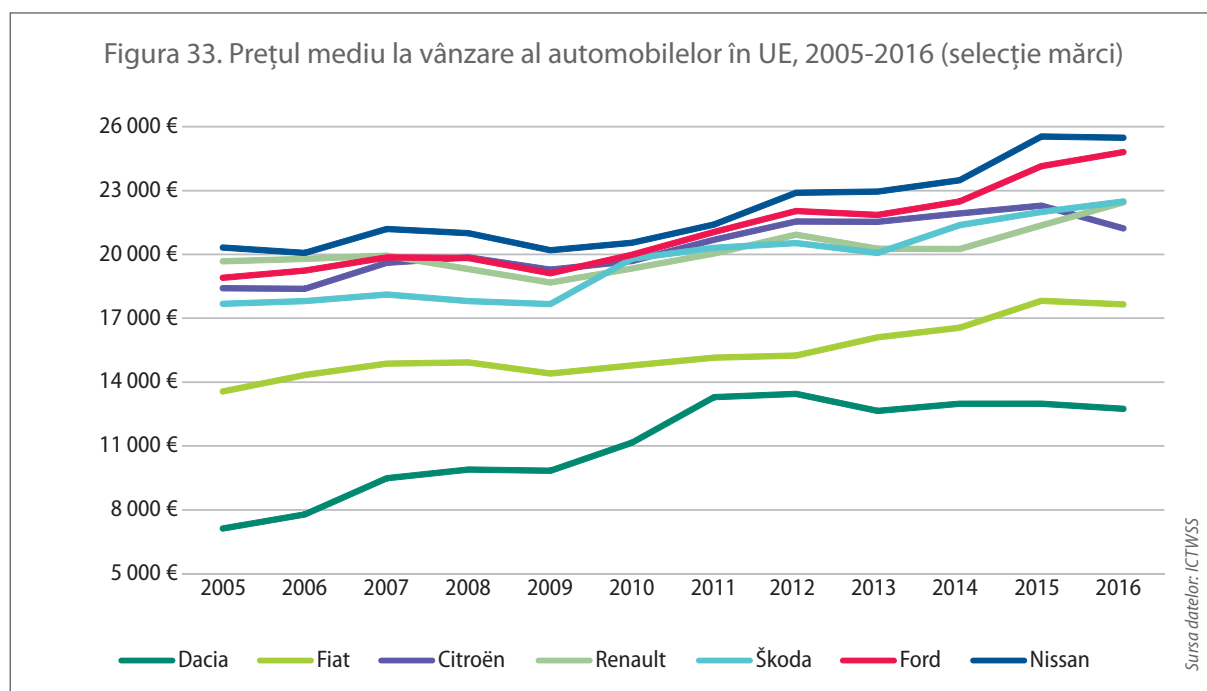
36. Versiunile anterioare ale documentului menționau obiective mult mai modeste — doar 1000 de stații de încărcare până în 2020.

37. Vezi *Electric transport in the Netherlands. Highlights 2017*, p. 42, disponibil online la adresa: <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2018/04/Highlights%20EV%202017%20English.pdf>.

vor fi electrificate doar odată ce costurile cu noua tehnologie vor scădea suficient de mult încât să permită un nivel acceptabil de profitabilitate în absența stimulentei guvernamentale.

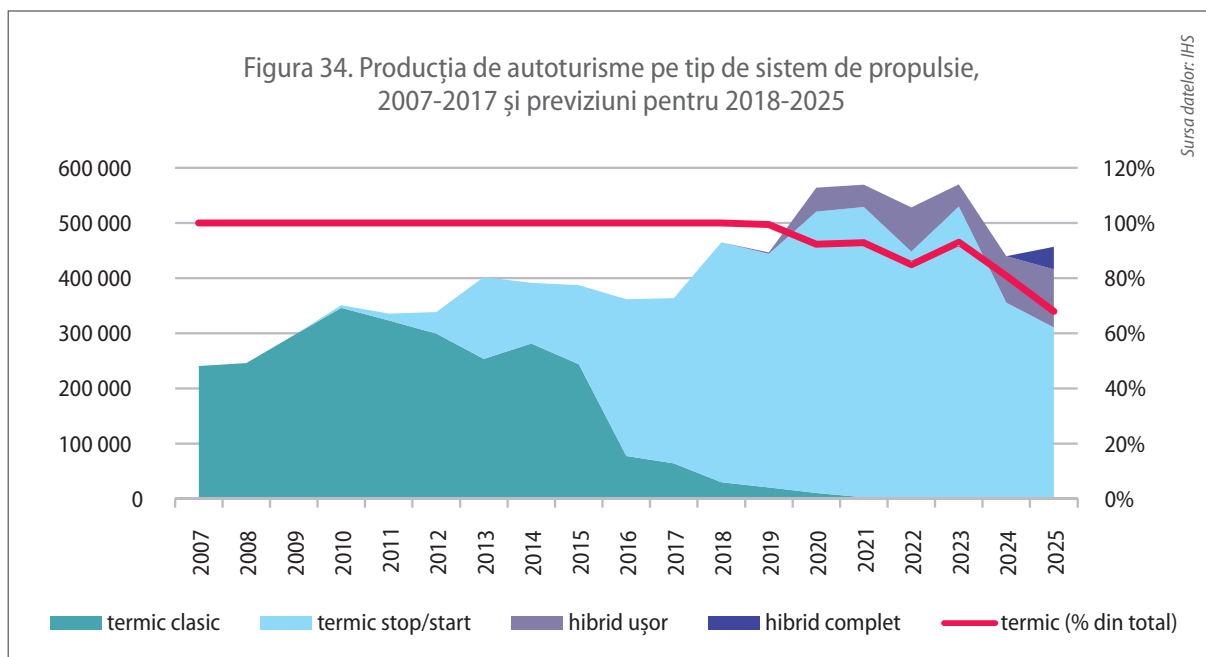
Chiar dacă în momentul de față se presupune că un asemenea nivel va fi atins până la jumătatea anilor 2020, cel puțin în cazul Dacia tranziția s-ar putea să fie mai lungă, din moment ce costurile bateriilor ar trebui să scadă mult mai mult pentru a menține prețul considerabil mai scăzut al mărcii Dacia față de toți concurenții europeni (figura 33). Într-adevăr, este foarte posibil ca primele modele Dacia electrificate să continue să preia elemente de inginerie și componente de la modelele Renault mai vechi, ceea ce ar însemna că modelele Dacia vor fi electrificate la câțiva ani după modelele standard Renault. Pe de altă parte, strategia Renault include dezvoltarea rapidă a unui model electrificat ieftin pentru piața din China, care ar putea

apoi servi drept bază pentru electrificarea modelelor Dacia. Obiectivele trasate de conducerea Renault până în 2022 sunt foarte ambițioase: 20 de modele electrice, dintre care 8 pur electrice; 60% din gama europeană va fi electrificată, „la cel mai bun cost”; și oferirea de opțiuni electrice pentru toate segmentele cheie ale pieței.³⁸ Chiar dacă vânzările modelelor din gama „Global Access,” din care face parte Dacia, sunt estimate să crească de la 1,2 milioane în 2016 la 2 milioane în 2022, strategia companiei este rezervată în ce privește oportunitatea introducerii unor variante electrice pentru această gamă, iar oficialii companiei din România au indicat că o asemenea posibilitate nu este încă deschisă din motive de cost.³⁹ La rândul său, Ford a anunțat investiții masive de 11 miliarde de dolari pentru lansarea a 24 de modele hibride și 16 modele pur electrice până în 2022, inclusiv modele SUV și crossover posibil similare cu cele produse la Craiova.



38. Vezi prezentarea strategiei *Drive the future* pentru perioada 2017-2022, disponibilă online la adresa: http://event2.media.renault.com/061017/conferenceps/externe/player_e_n_vod3.html

39. Vezi interviul cu Yves Caracatzanis de la începutul acestui an, disponibil online la adresa: https://adevarul.ro/locale/pitesti/interviu-yvescaracatzanis-director-general-dacia-daca-nu-mentinem-competitivitatea-uzineide-mioveni-punem-mare-pericol-viitorul-1_5a7eae30df52022f7562e0b6/index.html



Detaliile disponibile public referitoare la aceste planuri sunt extrem de puține, ceea ce înseamnă că orice tentativă de a identifica cu precizie când vor începe uzinele din România să producă în masă mașini electrice este pur speculativă. Din nou, cel mai probabil acest lucru se va întâmpla mai târziu decât în cazul uzinelor Renault și Ford din vestul Europei, cererea externă pentru modelele echipate cu motoare termice produse la Mioveni și Craiova menținându-se până la intrarea în vigoare a măsurilor radicale de restricționare a vânzărilor autoturismelor cu motoare termice.⁴⁰ Într-adevăr, conform previziunilor IHS, România nu va începe să producă mașini hibride complete decât în 2025, la uzina de la Mioveni. Tranziția a început însă deja, lucru vizibil în eliminarea treptată a motorizărilor termice clasice și înlocuirea acestora cu motorizările termice stop/start, proces care este aproape finalizat în prezent.⁴¹ IHS estimează începutul producției de mașini cu motorizare hibridă ușoară din 2020 la Craiova și din 2023 la Mioveni.⁴² În total, ponderea autoturismelor hibride (ușor plus complet) în totalul producției celor două fabrici este estimată că va ajunge la aproximativ 32% în 2025. Așadar, chiar dacă electrificarea va mai întârzia în cazul

producției de autoturisme din România, tranziția este deja în desfășurare. Un alt indicator pertinent al acestei tendințe este declinul motorizărilor diesel, care este de așteptat să aibă loc începând cu anul 2018 și în România, când IHS estimează o pondere de 44% a autoturismelor cu motor diesel în totalul producției, față de 50% în 2017. Până în 2025, previziunile IHS indică o scădere a motorizărilor diesel la doar 6% din totalul producției celor două uzine. La fel cum se întâmplă astăzi peste tot în Europa, motorizările pe benzină vor avea cel mai mult de câștigat pe termen scurt, chiar dacă declinul accelerat al tehnologiei diesel reprezintă un catalizator major al tranziției către vehiculele electrice.

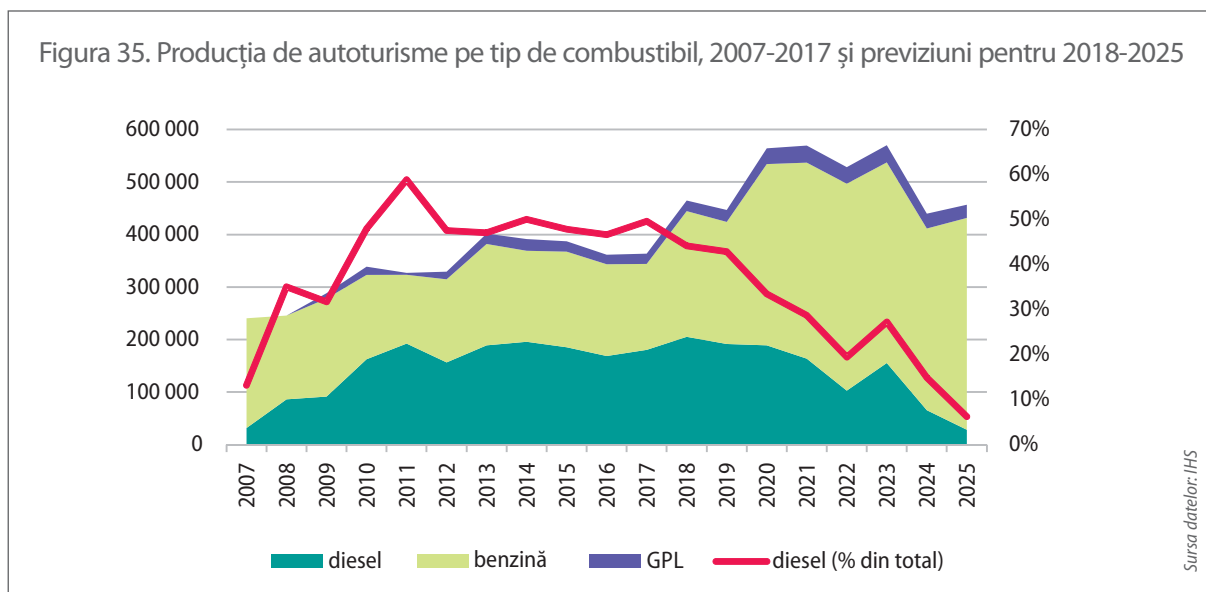
Ipoteza cea mai plauzibilă este deci că, pe termen scurt și mediu, cele două uzine de autoturisme din România nu vor fi afectate negativ de electrificare, ba chiar vor cunoaște

40. Interzicerea circulației mașinilor cu motoare termice a fost anunțată de unele orașe europene, precum Parisul, însă nu mai devreme de 2030.

41. Tehnologia stop/start oprește automat motorul când vehiculul staționează și îl repornește instantaneu atunci când este nevoie.

42. Motorizările hibrid ușoare includ un motor electric care suplimentează motorul termic, fără însă ca mașina să poată funcționa numai pe baza motorului electric, așa cum se întâmplă în cazul motorizărilor hibride complete.

Figura 35. Producția de autoturisme pe tip de combustibil, 2007-2017 și previziuni pentru 2018-2025



Sursa datelor: IHS

o intensificare a activității odată cu începerea producției de vehicule hibrid, semnificativ mai complexe decât cele cu motor termic clasic. Pe termen lung, însă, activitatea de asamblare a motoarelor și a cutiilor de viteze se va reduce din ce în ce mai mult, pierderile directe de locuri de muncă fiind din perspectiva situației actuale de aproximativ zece mii.⁴³ Vorbim desigur de o transformare care s-ar putea să dureze și trei decenii, însă pierderea pentru industria auto din România ar fi semnificativă, din moment ce motoarele și cutiile de viteze sunt printre componentele cele mai valoroase produse la nivel local și joacă un rol vital în comerțul exterior cu bunuri auto. Și în acest caz putem avea de-a face cu o intensificare a activității pe termen scurt și mai ales mediu, pe măsură ce componentele motorizărilor termice devin produse generice din ce în ce mai sensibile la variațiile de cost existând posibilitatea ca producția de motoare și componente să se mute și mai mult de la vest către est pentru a beneficia de costurile reduse cu forța de muncă și de utilizarea capacităților de producție mai noi și mai eficiente. Acest lucru este valabil pentru toate componentele din lanțul valoric al motorizărilor termice.

În ce privește majoritatea furnizorilor existenți în România în momentul de față, electricarea motorizărilor nu ar trebui să aibă un impact

major. România este un producător important de cablaje, inclusiv de cablaje pentru motoarele termice, însă tranziția la mașinile electrice nu presupune o reducere a conținutului de cablaje sau o simplificare a acestuia, așa cum se întâmplă cu componentele mecanice ale motorului. Dimpotrivă, împreună cu tranziția la mașinile conectate și autonome, conținutul de cablaje poate să crească substanțial. La fel, producția de anvelope, caroserii, volane, elemente de siguranță (centuri, airbaguri), componente de iluminat ș.a. (vezi figura 24) nu ar trebui să fie afectată nici negativ, nici pozitiv de înlocuirea propulsiei termice cu cea electrică. Dintre furnizorii auto importanți prezenți în România, UBS estimează că doar Schaeffler, Faurecia și Delphi sunt relativ vulnerabili, în timp ce alții precum Lear, Autoliv, sau Hella nu vor avea probleme datorită schimbărilor tehnologice.⁴⁴

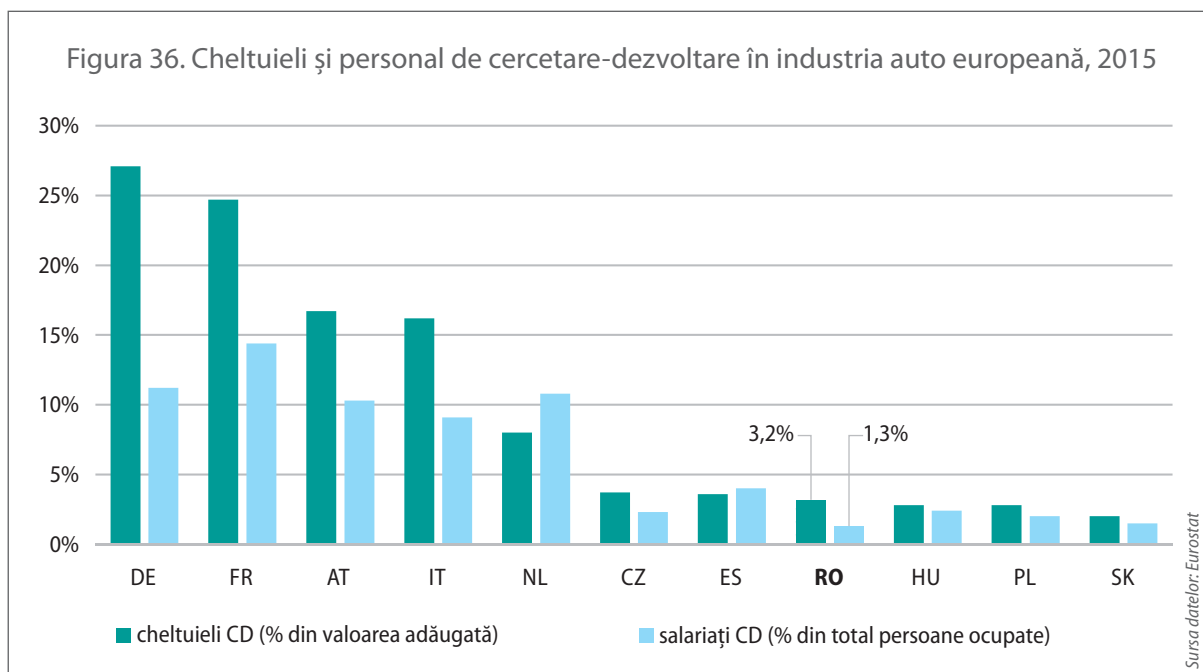
43. Surse din industrie subliniază că producția motorului electric (fără baterie) necesită cu 80% sau chiar 90% mai puțină forță de muncă decât în cazul motoarelor termice. Vezi FTI Intelligence, *Impact of electrically chargeable vehicles on jobs and growth in the EU. Particular focus on the EU automotive manufacturing and value chain*, 2018, p. 11.

44. UBS. *UBS Evidence lab electric car teardown – Disruption ahead?*, 2017, p. 53. Schaeffler are activități de producție și cercetare-dezvoltare la Brașov (4400 de salariați în medie în 2017), producând printre altele și componente pentru cutii de viteze și motoare termice. Activitățile vulnerabile ale Faurecia (sistemele de control al emisiilor) au o prezență minoră în România față de cele care nu vor avea de suferit de pe urma schimbărilor tehnologice (scaune, sisteme de interior și exterior). Divizia diesel a Delphi angajează în jur de 2000 de salariați la Iași, fabrica beneficiind recent de pe urma relocalizării din Marea Britanie a unei părți a activității grupului.

Mașini conectate și autonome: (dez)avantajul costurilor reduse

O privire mai detaliată arată chiar un potențial important de creștere a activității unor furnizori ca urmare a noilor tendințe tehnologice. Cel mai important furnizor și cea mai mare companie auto din România din punct de vedere al numărului de salariați, Continental, estimează o creștere semnificativă ca urmare a dezvoltării motorizărilor electrice, a conectivității și a mașinilor autonome, piața corespunzătoare acestora deschisă furnizorilor urmând să crească cu 30% pe an până în 2025, în timp ce piața produselor tradiționale ar urma să crească cu doar 1% pe an.⁴⁵ În 2025, Continental estimează că noile tehnologii vor avea o pondere de 15% dintr-o piață de peste 1,25 trilioane de euro, față de sub 3% astăzi. Compania deja se adaptează la noile tendințe, obiectivul fiind ca senzorii, electronicele și software-ul să reprezinte 70% din portofoliu până în 2025. Conținutul Continental dintr-o

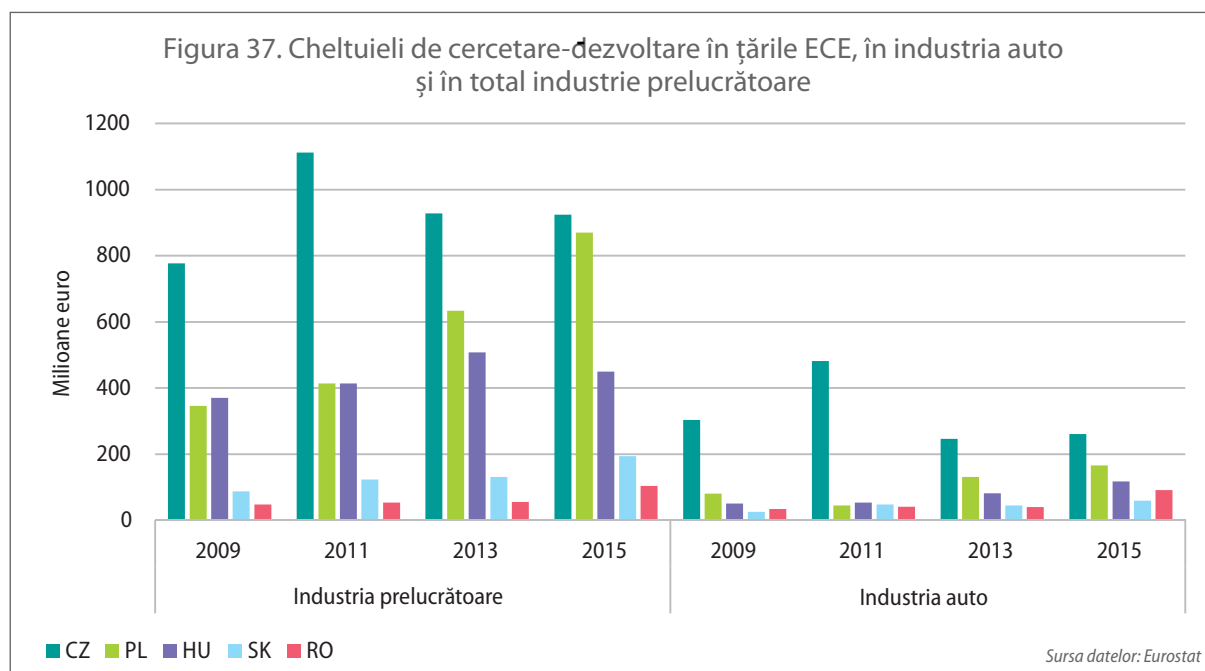
mașină pur electrică este de patru ori mai mare decât într-o mașină cu motor termic pe benzină, sistemele de gestiune a motorului (injectoare, ECU, pompe), sistemele de eșapament, sau turbocompressoarele fiind înlocuite de sisteme electronice de gestionare a energiei electrice, sisteme de încărcare, sisteme de gestionare a bateriei, convertoare și componente de răcire. În ce privește mașinile autonome, acestea necesită o serie întreagă de camere, sisteme radar și LIDAR și senzori ultrasonici. Pentru a-și atinge aceste obiective și a reacționa în timp util la transformarea pieței, grupul Continental și-a mărit cheltuielile de capital de la 1 miliard de euro în 2012 la aproximativ 1,8 miliarde în 2017, prognozele fiind de creștere și pentru 2018. Totodată, cheltuielile cu cercetarea și dezvoltarea au crescut de la 1,5 miliarde de euro în 2012 la aproximativ 2,7 miliarde în 2017, continuând să crească cel puțin până în 2019. Creșterea spectaculoasă a cheltuielilor de cercetare-dezvoltare din industria auto europeană (figura 33) este deci foarte vizibilă în strategiile companiilor.



45. Continental, „CES 2018 — Driving the future of Mobility. Strategy Presentation”, 2018.

Prin definiție, o economie dependentă ca cea a României nu ar putea avea o activitate de cercetare-dezvoltare foarte intensă, investițiile fiind concentrate în producție. Compararea la nivel european pare să confirme această ipoteză, companiile din industria auto din România canalizând relativ puține resurse spre activitățile de cercetare-dezvoltare: per ansamblu, doar 3,2% din valoarea adăugată și 1,3% din salariați, față de 27,1% din valoarea adăugată și 11,2% din salariați în Germania (calculare pentru anul 2015 — figura 36). Din acest punct de vedere, contrastul dintre țările ECE și cele din vest este evident, însă există diferențe marcante și între economiile dependente din Europa Centrală și de Est (figura 37). Cu doar 103 milioane euro investiții în cercetare-dezvoltare în industria prelucrătoare în 2015, România este foarte departe

de toate celelalte țări ECE, Cehia având cheltuieli de 9 ori mai mari, Polonia de 8,4 ori mai mari, Ungaria de 4,4 ori mai mari și Slovacia de 1,9 ori mai mari. Situația este ceva mai favorabilă României dacă ne uităm strict la industria auto, unde cheltuielile au crescut vizibil între 2013 și 2015, de la 40 la 91 de milioane de euro, depășind Slovacia, însă rămânând destul de mult în urma Cehiei (cheltuieli de 2,9 ori mai mari), Poloniei (de 1,8 ori mai mari) și Ungariei (de 1,3 ori mai mari). De remarcat și că cheltuielile de cercetare-dezvoltare ale industriei auto din România reprezintă o parte foarte mare a cheltuielilor de cercetare-dezvoltare ale întregii industrii prelucrătoare. Din acest punct de vedere dominația industriei auto este mult mai clară în România decât în toate celelalte țări ECE cu industrii auto importante.

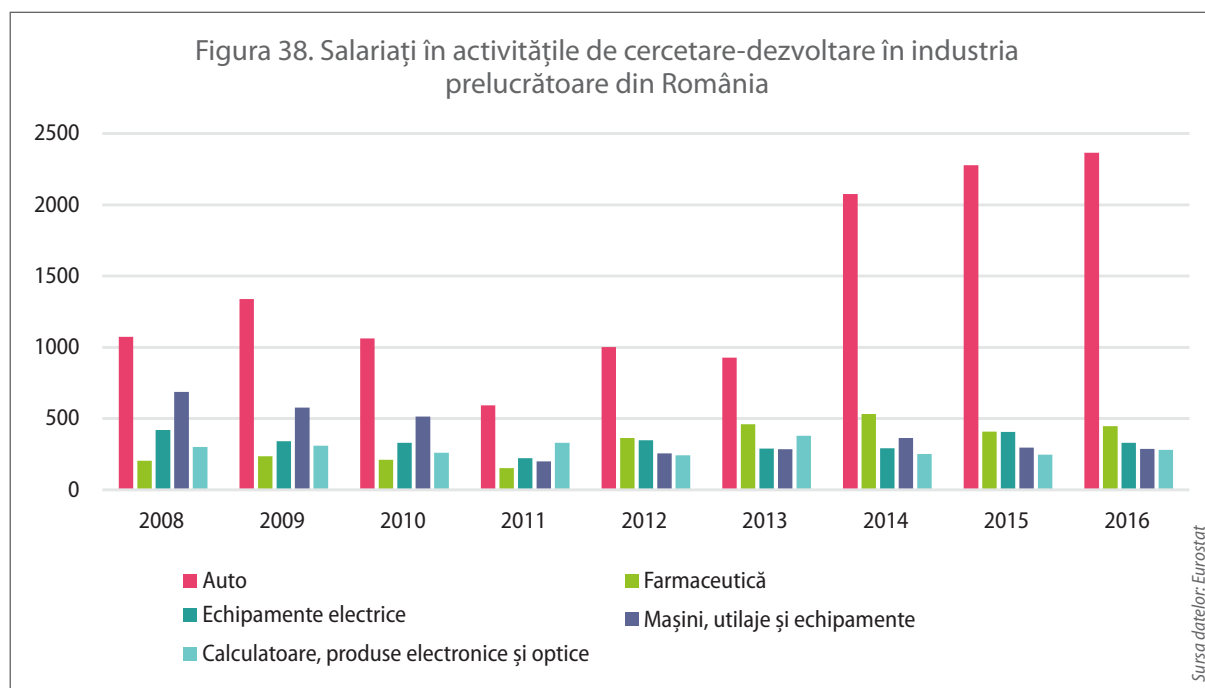


Conform datelor INS, în 2016 cheltuielile de cercetare-dezvoltare din industria auto din România reprezentau 67% din totalul cheltuielilor de cercetare-dezvoltare din industria prelucrătoare și 25% din totalul pe economie, față de 26% și, respectiv, 12% în 2008. O creștere similară a avut loc și în ce privește ocuparea: 52% din salariații din

activitățile de cercetare-dezvoltare din industria prelucrătoare și 22% din totalul pe economie lucrau în industria auto în 2016, față de 21% și, respectiv, 9% în 2008. Creșterea este spectaculoasă, mai ales din perspectiva stagnării și chiar scăderii activităților de cercetare-dezvoltare în majoritatea celorlalte ramuri importante ale industriei prelucrătoare

(figura 38). Într-adevăr, pe lângă divizia de inginerie a Renault (Renault Technologie Roumanie, cu peste 2000 de salariați în total), numeroși furnizori au deja sau au anunțat planuri de investiții în operațiuni de cercetare-dezvoltare importante în România: Continental (patru locații, circa 6000 de

salariați), Autoliv (trei locații, circa 1000 de salariați), Hella (două locații, circa 800 de salariați), Bosch (o locație, circa 300 de salariați). De asemenea, multe companii auto (Kromberg & Schubert, Schaeffler, TRW ș.a.) au realizat investiții de cercetare-dezvoltare mici, cu sub două sute de salariați.



După cum se poate observa, o bună parte a acestor activități nu apar însă în datele oficiale ale INS, fiind clasificate fie sub umbrela activităților de producție, fie ca activități de cercetare-dezvoltare în alte ramuri. De cele mai multe ori este cazul activităților pure de inginerie, și în special de inginerie software și hardware dedicată mașinilor conectate și autonome. Dezvoltarea sistemelor avansate de asistență șoferi (ADAS), spre exemplu, este un obiectiv important pentru activitățile de cercetare-dezvoltare din România ale unor companii precum Continental, Autoliv sau Porsche. Cum am discutat în secțiunea anterioară, tehnologia mașinilor conectate și autonome a împins constructorii și furnizorii auto dincolo de granițele tradiționale ale industriei, înspre dezvoltarea de hardware și software specifică sectorului IT. În plus,

digitalizarea a dat un impuls important furnizorilor de soluții de automatizare și optimizare a proceselor logistice și industriale, aceste activități cunoscând în prezent o creștere vizibilă și în România. Astfel, deși este greu de estimat cu exactitate, o parte importantă a dezvoltării sectorului IT din ultimii ani se datorează efervescenței investiționale din industria auto europeană. Este de așteptat ca această dezvoltare să continue, din moment ce necesarul de investiții în cercetare-dezvoltare al industriei auto se va menține la un nivel foarte ridicat și ținând cont și în acest caz de costurile reduse cu forța de muncă din România. Toate acestea nu schimbă însă peisajul de ansamblu, diferențele față de țările vestice rămânând în continuare imense.

La fel ca în cazul producției de autoturisme și componente, care este predominant destinată exportului, tehnologiile dezvoltate în România nu vor fi disponibile prea curând pentru autoturismele produse în România. Cum am discutat deja în detaliu, electrificarea va avea un decalaj mai mult sau mai puțin important față de producția din vestul Europei, la fel întâmplându-se și cu tehnologia mașinilor conectate și autonome, chiar dacă și o marcă eminentamente low-cost cum este Dacia le oferă deja clienților opțiuni elementare de conectivitate. În ce privește piața de servicii de mobilitate, dezvoltarea este de asemenea lentă, chiar dacă start-up-urile locale (Clever Tech, Star Taxi App) se bucură de succes în marile orașe și în ciuda intrării pe piață a unor companii străine precum Uber, Taxify sau BlaBlaCar. Lăsând la o parte declarațiile unora dintre acestea, piața de servicii de mobilitate din România rămâne relativ restrânsă, în special din punct de vedere geografic.⁴⁶ Cu excepția Daimler, care în 2017 a achiziționat Clever Tech, marii constructori europeni nu și-au făcut încă intrarea pe piața din România ca furnizori de servicii de mobilitate, pentru moment neexistând niciun anunț în acest sens. Cum o arată conflictul dintre Primăria Municipiului București și cele două companii locale care oferă aplicații de taxi, autoritățile locale nu ar fi neapărat deschise la perspectiva dezvoltării unei piețe de servicii de mobilitate.

Digitalizarea producției: „uzina viitorului” și forța de muncă ieftină

În privința celei de-a treia mari schimbări tehnologice — digitalizarea în producție — costul este de asemenea important și va întârzia orice transformare majoră anunțată de scenariile discutate în secțiunea anterioară. De această dată, este vorba mai degrabă de raportul dintre costul de cele mai multe ori foarte ridicat al investițiilor necesare pentru automatizare și costul prin comparație încă foarte redus al forței de muncă din România. Pentru industria auto din România, această asimetrie este structurală, fiind foarte vizibilă în cazul multor companii importante, cum este Automobile Dacia. Deși în vestul Europei ideea

de fabrică total automatizată pare futuristă, dar nu complet implauzibilă, planurile pentru viitorul uzinei de la Mioveni vizează un grad de automatizare de doar 20%, de la sub 10% în urmă cu trei ani.⁴⁷ Desigur, anumite schimbări care nu costă mult vor fi implementate — dacă nu au fost deja — însă este greu de crezut că uzina de la Mioveni va deveni prea curând o „uzină a viitorului” așa cum și-o imaginează oficialii Grupului Renault.⁴⁸ Automatizarea este întotdeauna pusă în balanță cu costul forței de muncă, iar din acest punct de vedere, România, cu costuri salariale relativ foarte reduse și în mare parte cu investiții noi, avansate din punct de vedere organizatoric, nu poate fi o prioritate decât în situații excepționale.

Un alt motiv pentru care digitalizarea în producție este dificilă în viitorul apropiat în România ține chiar de specializarea în anumite tipuri de produse. În cazul cablajelor, spre exemplu, procesele de fabricație sunt foarte dificil, dacă nu chiar imposibil de automatizat în momentul de față, acesta fiind și motivul principal pentru care fabricarea acestora nu este viabilă din punct de vedere financiar în țări cu costuri ridicate cu forța de muncă. Soluția automatizării nu poate avea decât un potențial limitat în cazul uzinelor de cablaje, mult mai probabilă fiind relocalizarea în țări cu costuri chiar mai mici cu forța de muncă (cum ar fi Serbia).

46. În primăvara acestui an, reprezentanții Uber declarau că au ajuns la un număr de un milion de utilizatori. Vezi „Americani de la Uber au ajuns la 1 milion de utilizatori în România”, Ziarul financiar, 24 mai 2018, disponibil online la adresa: <https://www.zf.ro/business-hi-tech/americani-de-la-uber-au-ajuns-la-1-milion-de-utilizatori-in-romania-17228712>.

47. Bogdan Alecu, „Robotizarea de la Dacia”, Business Magazin, 29 decembrie 2015, disponibil online la adresa: <https://www.businessmagazin.ro/analize/transporturi/robotizarea-de-la-dacia-14929207>. Trebuie ținut cont de faptul că per total industria auto este printre cele mai automatizate sectoare economice. De remarcat și că creșterea progresivă a gradului de automatizare nu a dus la scăderea numărului de salariați.

48. Despre dotarea cu tablete a șefilor de echipă și despre ce înseamnă „uzina viitorului” în viziunea Renault, vezi <https://group.renault.com/en/news/blog-renault/digital-technology-makes-decision-making-easier-at-plants/>. Și operatorii din logistică au fost dotați cu tablete, făcându-se de asemenea demersuri pentru facilitarea mentenanței predictive. Vezi „How industry uses Big Data to fine-tune manufacturing, logistics”, AutoNews Europe, 22 August 2018, disponibil online la adresa: <http://europe.autonews.com/article/20180822/COPY/308249994>.

Așadar, dincolo de anumite schimbări mai mult sau mai puțin incrementale, în momentul de față digitalizarea pe scară largă a operațiunilor industriale din România ale constructorilor și furnizorilor auto este o posibilitate mai degrabă pur teoretică. În schimb, „uzina viitorului” din România va continua să folosească din abundență forța de muncă ieftină, atât timp cât aceasta va mai fi disponibilă.

Concluzii

Deși pare să-și fi revenit complet după criza de la sfârșitul deceniului trecut, industria auto europeană arată astăzi cu totul altfel decât acum zece ani. Cele două tendințe majore — polarizarea pieței, agravată de austeritate și de creșterea inegalităților, și reconfigurarea geografică a lanțurilor de producție, ca urmare a canalizării investițiilor către țările cu costuri salariale reduse — s-au resimțit puternic și în România, care are astăzi o piață minoră și o industrie din ce în ce mai puternică. Devenită între timp cea mai importantă ramură industrială a țării, industria auto din România produce astăzi predominant pentru export și este controlată aproape total de capitalul străin. Pentru a beneficia de costurile reduse cu forța de muncă din România, constructorii și furnizorii auto au investit în procese cu conținut ridicat de muncă manuală și cu nivel scăzut de complexitate și tehnologizare. Integrată din ce în ce mai profund în lanțurile de producție auto europene, România servește în principal ca platformă de asamblare a unor produse concepute în și pentru statele din vest, actorii industriali și autoritățile din România fiind în mare parte lipsiți de control asupra funcționării operațiunilor industriale. Acestea sunt trăsături tipice pentru economiile de piață dependente care s-au conturat în ultimele decenii în Europa Centrală și de Est; nu este vorba deci doar de România, ci și de Cehia, Polonia, Slovacia sau Ungaria. La fel de tipic este și deficitul de forță de muncă ieftină cu care se confruntă toate aceste țări, acesta fiind o slăbiciune inevitabilă a dezvoltării dependente la periferia Uniunii Europene.

Un alt motiv pentru care evoluția pozitivă a industriei auto europene stârnește mai puțin entuziasm decât în alte perioade de creștere ciclică constă într-o triplă amenințare a schimbărilor tehnologice. Electrificarea motorizărilor, conectivitatea și tehnologia autonomă, precum și digitalizarea de-a lungul lanțului de producție par că vor duce în viitorul nu foarte îndepărtat la transformări fundamentale ale modului în care funcționează întreg ecosistemul auto — deci nu doar industria propriu-zisă, ci și piața și relația dintre utilizatori și autoturism. Riscul adevărării unor asemenea scenarii a împins deja constructorii și furnizorii să investească masiv în aceste tehnologii, pentru a-și menține măcar poziția actuală de pe piața europeană și de pe piețele externe. Toate acestea cu concursul autorităților europene, care apreciază că industria auto e pe cale să intre într-o nouă eră datorită reglementărilor de mediu și a avansului tehnologic. Chiar dacă pe termen lung există un oarecare consens că schimbarea radicală este inevitabilă, incertitudinea este foarte mare când vine vorba de ritmul și modul în care va avea loc această tranziție. Temerile referitoare la sustenabilitatea economică a industriei se răsfrâng în mod evident și asupra ocupării, iar aici scenariile pesimiste, cu milioane de locuri de muncă pierdute pe teritoriul UE, se confruntă cu cele optimiste, cu beneficii foarte mari pentru piața muncii în ansamblul ei și posibil chiar și pentru ocuparea directă în industria auto.

Dacă vrem să înțelegem impactul pe care îl vor avea transformările tehnologice asupra industriei auto într-o țară periferică cum este România, caracterul abstract al diverselor scenarii futuriste despre industria globală reprezintă mai degrabă un obstacol. O analiză a situației actuale arată că cel mai probabil tranziția tehnologică va fi decalată în România, cu impact potențial pozitiv asupra activității economice și asupra ocupării, cel puțin pe termen scurt și mediu. Cumva ironic, tocmai poziția periferică a industriei auto din România în lanțurile de producție europene o vor proteja temporar de aceste transformări, care vor lovi în primul rând producția de motoare și

cutii de viteze — operațiuni complexe din punct de vedere tehnologic, care au o amprentă relativ redusă în România. Mai general, poziția de dependență a economiei României nu poate permite în viitorul apropiat dezvoltarea unei piețe solide pentru mașinile electrice sau tehnologii avansate de conectivitate și autonomie, puterea de cumpărare redusă a populației neputând face față prea curând prețurilor mai mari ale acestor produse. Nici digitalizarea lanțului de producție nu va avea loc în ritmul descris de scenariile privitoare la „uzinele viitorului”, din moment ce scăderea conținutului de muncă manuală în procesele de producție nu are de ce să fie o prioritate într-o țară cu costuri salariale foarte reduse. Desigur, schimbările există deja, însă sunt relativ minore: câteva sute de mașini electrice vândute în fiecare an, apariția în marile orașe a câtorva furnizori de servicii de mobilitate, sau dotarea cu tablete a anumitor lucrători indirect productivi. Mult mai importantă pare tendința ca România să devină o locație în care se dezvoltă aceste noi tehnologii, efervescența activității de cercetare-dezvoltare din industria auto euro-peană fiind vizibilă și în România, inclusiv în creșterea sectorului IT. Această evoluție nu marchează însă depășirea paradigmei asamblării cu costuri salariale reduse, ci, dimpotrivă, doar consolidează statutul de dependență al industriei auto din România.

Costurile salariale reduse sunt așadar în continuare considerate ca principal avantaj competitiv în atragerea de investiții auto. Creșterile salariale din ultima perioadă nu au adus decât o reducere minoră a decalajelor salariale în continuare imense între România și țările occidentale. Sustenabilitatea șubredă a modului în care s-a dezvoltat industria auto din România este deja vizibilă, cel mai clar simptom fiind deficitul de forță de muncă ieftină. În lipsa unei crize economice majore, această problemă va continua să se acutizeze, mai ales dacă ținem cont că nici companiile, nici guvernul nu par să-și dorească o abordare directă a cauzelor reale. Astfel, ne putem aștepta ca în viitor cercul vicios din

prezent să facă dezvoltarea industrială neviabilă din perspectiva prin-cipiilor actuale ale complexității și costurilor reduse — moment în care asigurarea unui nivel acceptabil al profitabilității activităților de asamblare manuală chiar va deveni incompatibilă cu o evoluție a salariilor suficientă pentru asigurarea necesarului de forță de muncă. Deși se vorbește foarte mult despre un asemenea scenariu, perspectiva unui blocaj real este încă destul de îndepărtată. Pe de altă parte, după cum am văzut, costurile reduse cu forța de muncă reprezintă un obstacol semnificativ și cu implicații imediate pentru dezvoltarea unei piețe pentru mașinile electrice sau pentru cele conectate și autonome, precum și pentru avansul tehnologic al producției de automobile și componente din România. Din perspectiva oportunităților puse astăzi pe masă de evoluțiile tehnologice din industria auto, România nu poate beneficia prea mult și într-un mod sustenabil decât prin depășirea paradigmei *low-cost*.

Despre autor

Ștefan Guga, consultant în cadrul Syndex România, doctor în sociologie și antropologie socială (Central European University, Budapesta).

Impressum

Friedrich-Ebert-Stiftung România
Str. Emanoil Porumbaru | nr. 21 | apartament 3 | Sector 1 |
București | România

Responsabil: Stephan Meuser,
Reprezentant Friedrich-Ebert-Stiftung România

www.fes.ro

Opiniile exprimate de autori nu reflectă cu necesitate
poziția Fundației Friedrich Ebert.