

Bancile din România se vor confrunta cu provocari fundamentale, pe fondul unei perioade de incertitudini economice (raport)

Multe banci din România s-ar putea confrunta cu provocari importante în cazul unei perioade de incertitudine, în care rentabilitatea capitalului propriu la nivel european ar putea scadea sub 6%, potrivit unui studiu realizat de o companie de consultanta în management.

În ciuda cresterii puternice a marjelor, mai mult de jumătate dintre bancile din întreaga lume continua sa aiba probleme de profitabilitate si o rentabilitate care se situeaza sub costul respectiv al capitalului, potrivit celei de-a 12-a editii a studiului *McKinsey Global Annual Banking Review*.

Acesta este si cazul multor banci din România, care s-ar putea confrunta cu provocari importante în cazul unei perioade viitoare marcate de incertitudine, în care rentabilitatea capitalului propriu la nivel european ar putea scadea sub 6%, conform raportului.

În acest context, bancile din România vor fi fortate sa apeleze la masuri axate pe rezilienta si sa își regândeasca în mod fundamental modelul de business. Majoritatea urmeaza, în continuare, modelul de banca universala dar care, în prezent, genereaza un ROE (return on equity) adecvat de peste 12% doar pentru primele cinci banci din sistemul bancar românesc.

Pe termen scurt, este necesar ca bancile sa se pregateasca de o perioada care necesita adoptarea unor masuri axate pe rezilienta (financiara, digitala & tehnologica si organizationala). În acest fel, jucatorii locali se vor putea situa într-o pozitie suficient de puternica pe viitor, atenuând impactul economic.

Pe termen lung, acestea trebuie sa investeasca în prioritati strategice care pot îmbunatati cu adevarat modelul de business si revitaliza profitabilitatea.

"Desi oportunitatile sunt vaste, de la a concura eficient în zona de online banking pâna la a finanta proiecte sustenabile sau a oferi servicii aditionale care creeaza o implicare activa a clientilor, efortul poate fi unul semnificativ. La nivel local, peste 85% dintre jucatori trebuie sa faca aceste investitii si, totodata, sa se concentreze pe viabilitatea modelului lor de afaceri care se lupta sa genereze un ROE peste costul capitalului propriu. În acest sens, ramâne de vazut câte banci românesti vor reusi sa se reinventeze si sa adopte un model de business care sa asigure un avantaj competitiv pe viitor", se mentioneaza în raport.

Conform documentului, bancile românesti s-au confruntat cu dificultati în a atinge un ROE mai mare decât costul capitalului propriu chiar si în anii recenti de crestere.

Bancile din întreaga lume si-au revenit la nivel accelerat dupa pandemie, cu o medie de crestere ROE de 12% în 2021. În România, bancile au înregistrat venituri de 130 miliarde de euro în acelasi an, în crestere cu 12,5% fata de 2020, iar profitabilitatea a atins un nivel record, cu un ROE de 13,5% în 2021, depasind media Europei Centrale si de Est cu 4,4%.

Propulsat de o crestere puternica a ratelor dobânzilor, ROE în T3 2022 a fost de 16,6% comparativ cu 13,6% în aceeasi perioada a anului trecut, potrivit Bancii Nationale a României.

Cu toate acestea, mai mult de jumătate dintre bancile din lume continua sa aiba un ROE care se situeaza sub costul capitalului (9-11% medie globala), iar cresterile recente ale marjelor au oferit randamente peste costul capitalului pentru doar 35% dintre banci. Acesta este si cazul multor jucatori din România, care au avut dificultati

în a atinge un ROE mai mare decât costul capitalului propriu chiar și în anii recenti de creștere.

Privind în perspectiva, impulsul dat profitabilității de marjele mari recente s-ar putea dovedi temporar, iar diferențele dintre bănci se vor adânci și mai mult.

În timp ce majoritatea băncilor la nivel global se vor confrunta cu o încetinire a creșterii pe termen lung, cele europene s-ar putea confrunta cu o perspectivă mai îngrijorătoare: în cazul unei perioade de încetinire economică, ROE ar putea scădea sub 6%, conform estimărilor din raportul McKinsey & Company. Având în vedere un cost global al capitalului propriu cuprins între 9-11%, acest lucru prezintă provocări fundamentale pentru jucătorii locali.

"Impactul poate fi semnificativ pentru sectorul bancar românesc, unde ~65% din venituri sunt generate de dobânzi, comparativ cu media europeană de ~55%, iar primii zece jucători în domeniu (din 34) reprezintă ~86% din activele pieței", se menționează în raport.

În plus, majoritatea urmează, în continuare, modelul de bancă universală dar care, în prezent, generează un ROE adecvat de peste 12% doar pentru primele cinci bănci din sistemul bancar românesc.

"Principala întrebare este ce se va întâmpla cu băncile locale atunci când se vor confrunta cu o încetinire a creșterii și costuri din ce în ce mai mari. Pentru a se putea situa într-o poziție suficient de puternică pe viitor, băncile românești ar trebui ca pe termen scurt să adopte o poziție defensivă (aplicând măsuri axate pe reziliență), iar pe termen lung una ofensivă (prin accelerarea investițiilor în oportunități care să le îmbunătățească modelul de business)", a explicat Ovidiu Tisler, Associate Partner McKinsey & Company București.

Dintre cele patru tipuri de acțiuni de reziliență identificate în raportul McKinsey și pe care băncile le pot pune în aplicare - financiară, operațională, digitală & tehnologică și organizațională - prima și ultimele două sunt foarte relevante pentru sectorul bancar românesc.

În ceea ce privește acțiunile pentru reziliența financiară, băncile prezente în România trebuie să își asigure o structură a venitului net cu o expunere mai mică la ratele dobânzilor.

De asemenea, ar trebui să vizeze o rată C/I (cost-to-income) sub 40%, o țintă ambicioasă în comparație cu procentul C/I de aproximativ 54% atins de băncile românești în 2021, subliniază sursa citată.

Referitor la acțiuni pentru reziliența digitală & tehnologică, băncile ar trebui să continue să își construiască o bază digitală solidă și să se concentreze pe cererea tot mai mare a clienților pentru servicii digitale.

În 2021, România a înregistrat a doua cea mai mare pondere a clienților (27%) care începuseră recent să utilizeze servicii bancare digitale (față de 20% în Europa Centrală și de Est), creșterea fiind determinată în special de activitatea pe dispozitive mobile, conform studiului "Digital Sentiment Survey" realizat de McKinsey.

Pe termen scurt, băncile din România ar trebui să faciliteze tranziția către mai multe servicii și produse digitale, concentrându-se, de exemplu, pe produsele avansate (credite, asigurări non-viață) unde sucursalele rămân principalul canal de vânzări.

În ceea ce privește acțiuni pentru reziliența organizațională, băncile care vor avea cele mai bune rezultate vor fi cele care reacționează rapid, care încearcă să fie agile în operațiunile de zi cu zi cât și în luarea deciziilor, precum și cele care investesc în atragerea talentului potrivit, pregătirea și păstrarea angajaților.

Pe termen lung, băncile vor trebui să își schimbe strategia pentru a-și consolida baza de creștere. Investițiile în

furnizarea de servicii și produse care se diferențiază vor fi esențiale pentru a crea modele de afaceri mai bune care să revitalizeze profitabilitatea.

Printre oportunitățile de viitor se numără finanțarea sustenabilă care se află în pragul unei "noi ere", pe măsura ce băncile finanțează nu doar energia verde, ci și o gamă mult mai largă de proiecte în toate sectoarele industriale. Acest lucru creează oportunități remarcabile, inclusiv pentru sectorul bancar românesc, în care doar una dintre cele 34 de bănci este activă în domeniul emisiunilor de obligațiuni sustenabile (green bonds).

Cu toate acestea, efortul va fi unul semnificativ întrucât la nivel local peste 85% dintre jucători trebuie să facă aceste investiții și, totodată, să se concentreze pe viabilitatea modelului lor de afaceri care se luptă să genereze un ROE peste costul capitalului propriu.

Contextul actual oferă băncilor românești oportunitatea de a alege între a continua cu modelul de bancă universală sau a adopta o strategie axată pe segmente sau produse specifice (ex. servirea exclusivă a segmentului digital prin credite online sau a IMM-urilor prin capital de lucru). Rămâne de văzut câte bănci românești vor reuși să se reinventeze și să adopte un model de business care să asigure un avantaj competitiv pe viitor.

"În contextul în care condițiile de piață sunt foarte dinamice, nevoia de digitalizare generează investiții greu de susținut, iar lupta pentru atragerea angajaților de calibrul se intensifică și mai mult, rămâne de văzut în ce măsură băncile din afara top zece vor putea pune bazele unei creșteri pe termen lung. Cert este că menținerea modelului de bancă universală pe care majoritatea îl urmează este inadecvat pentru asigurarea profitabilității și clădirea unei baze solide de creștere. Este momentul ca băncile să își regândească strategia", a adăugat Ovidiu Tisler.