

Fals răsărit pentru Japonia

Industria auto și electronicele au scos din recesiune economia niponă, însă furtuna este departe de a se fi încheiat. De modul în care își va reveni cererea internă depinde însuși viitorul celor două industrii.

De Diana-Florina Cosmin



Un proverb japonez spune să te ridici de opt ori, dacă ai căzut de șapte. Acest sfat și l-au însușit pe deplin producătorii japonezi de automobile și de electronice, ale căror exporturi pe vreme de criză au reușit să scoată Japonia din cea mai profundă recesiune de după cel de-al Doilea Război Mondial. Pentru „Țara Soarelui-Răsare”, creșterea cu 3,7% nu poate fi considerată, cel puțin deocamdată, un nou „răsărit” pentru economie. Mai degra-

bă, actualul trend ascendent reprezintă o rază de soare timidă, care a scos Japonia la lumină, alături de Germania, Franța sau China, țări care își anunțaseră anterior ieșirea din recesiune.

SALVARE DIN AFARĂ. Într-un comunicat oficial din iunie 2009, Banca centrală a Japoniei vorbea despre situația economică a țării cu un optimism înăbușit: „După o perioadă de deteriorări substanțiale, economia japoneză începe, încet-încet, să nu

se mai înrăutățească”. O stagnare economică ar fi fost un scenariu aproape optimist, în condițiile în care, în cel de-al doilea trimestru din 2009, al doilea producător auto japonez ca importanță, Honda, înregistrase o scădere cu 88% a profitului, iar cel de-al treilea, Nissan, cu 86%. Salvarea a venit, în ultimă instanță, din partea Chinei. Tentativele guvernului de la Beijing de stimulare a consumului, prin scutiri de impozite și subvenții la cumpărarea de mașini, au condus la o creștere cu 5% a vânzărilor în luna martie 2009, până la recordul de 1,11 milioane de autoturisme. De această creștere au beneficiat și primele trei companii de pe piața auto japoneză – Toyota, Honda și Nissan – care, împreună cu jucătorii din industria electronicelor, au condus la o creștere cu 6,3% a exporturilor japoneze, față de trimestrul trecut.

FĂRĂ GLORIE. Cel puțin deocamdată, nu există motive temeinice care să-i facă pe japonezi să sară în sus de bucurie. Explicația este simplă: mult-mediatizata ieșire din recesiune are ca principal fundament exporturile, nefiind susținută corespunzător de cererea la nivel intern, care rămâne modestă. În plus, rata șomajului a ajuns la un alarmant procent de 5,4%, cel mai ridicat din ultimii șase ani. Principalii afectați sunt chiar producătorii auto, care vor concedia, până la sfârșitul anului, peste 20.000 de angajați. Numai Nissan a anunțat că va disponibiliza, în 2009, 8,5% din forța sa de muncă.

Nici investitorii de pe piața de capital nu s-au lăsat ușor impresionați de revenirea economiei japoneze. Cel mai important indice bursier japonez, Nikkei 225, și-a pierdut 3,1% din valoare într-o singură zi, chiar pe 17 august, marcând cea mai abruptă scădere din ultimele cinci luni. Guvernatorul Băncii Japoniei, Masaaki Shirakawa, se arată precaut privind sustenabilitatea creșterii economice pe baza exporturilor. Acesta consideră că revenirea economică s-ar putea dovedi o tendință fragilă, iar garanțiile că cererea externă pentru produsele japoneze se va menține la un nivel constant sunt ca și inexistente. Un lucru este cert: Japonia este capabilă să se ridice de încă opt ori, vorba proverbului. Rămâne de văzut dacă va fi nevoie, din nou, să o facă. **F**