

12/11/09 - Leasingul își închide porțile datornicilor



Firmele de leasing s-au confruntat cu o creștere impresionantă a clienților cu restanțe în ultimul an, din cauza lipsei de lichidități care afectează marea majoritate a companiilor de producție publicitară. Dacă până acum nu existau date oficiale cu privire la ponderea restanțelor în această piață, lucrurile se vor schimba începând cu 1 ianuarie 2010, când firmele de leasing vor raporta clienții cu restanțe la Centrala Riscurilor Bancare (CRB) a BNR în speranța de a reduce numărul rîu-platnicilor. CRB conține mai multe baze de date, dintre care cele mai importante sunt cele despre creditele restante și despre creditele obținute de către persoanele fizice și juridice. Dar, spre deosebire de Biroul de Credit, unde sunt raportate toate creditele populației, la CRB sunt înregistrate doar împrumuturile mai mari de 20.000 de lei. Prin consultarea bazei de date CRB, firmele de leasing vor avea posibilitatea de a urmări datoriile clienților lor și comportamentul de plată al acestora, iar clienții cu întârzieri vor figura în această bază de date pentru o perioadă de 7 ani.

Astfel, se preconizează că numărul persoanelor acceptate pentru achizițiile în leasing va scădea anul viitor, odată cu aplicarea noilor norme BNR, clienții fiind obligați să menționeze în declarațiile lor dacă au datorii mari la alte bănci sau dacă sunt semnatarii altor contracte de leasing.

În timp ce această situație pare complet favorabilă pentru bănci și societățile de leasing, nu același lucru se poate spune despre firmele de producție publicitară, care sunt obligate să achiziționeze echipamentele de imprimare digitală de format mare în leasing, din cauza prețurilor ridicate ale acestora. Dacă acestea au deja credite în derulare, se vor împrumuta mai greu de la companiile de leasing. Segmentul local al leasingului este deja puternic înfrânat de gradul înalt de fiscalitate și taxarea notarială, iar această nouă normă impusă de BNR nu face altceva decât să sporească reținerile companiilor de producție publicitară în privința acestui aspect.

O alternativă pentru creditele bancare sau leasingurile contractate de către companiile de producție

publicitar? ar fi sistemele de finan?are oferite de produc?tori ?i distribuitori, dar, din p?cate, pe pia?a româneasc? se practic? mai degrab? sistemele de buy-back care s? sprijine finan?area pe care o acord? b?ncile sau firmele de leasing.