



Bolero

TOPIC



Black Friday

Wat betekent de shoppinghoogdag voor beursgenoteerde bedrijven?

27 november 2019

RESEARCH: TOM SIMONTS, KBC SENIOR FINANCIAL ECONOMIST



In de TOPIC gaat **Bolero** dieper in op een specifiek onderwerp zoals een beursintroductie, de olieprijs, maar we kunnen ook een specifieke beurs of aandeel onder de loep nemen.

De “commerce” was altijd al goed in het uitvinden van **koopjesdagen**, maar met de onstuitbare opmars van **e-commerce** doen ook Singles’ Day, Prime Day, Black Friday en Cyber Monday hun intrede in onze contreien. De uiteindelijke winnaar van de prijzenoorlog is de consument, niet de distributeur. Maar **ook beleggers kunnen een graantje meepikken van de koopgekte**.

In dit dossier zoomt Senior Financial Economist Tom Simonts in op de nieuwste shoppinghoogdagen in e-commerceland en wat ze precies betekenen voor de bedrijven in de sector. Afsluiten doen we met een overzicht van **Europese retailbedrijven** die op dit fenomeen inspelen.

Over Singles' Day, Prime Day, Black Friday en Cyber Monday

De "commerce" was altijd al goed in het uitvinden van **koopjesdagen**. Naast de klassieke solden, Valentijns promoties en koopjeszondagen allerhande bracht de opkomst van **e-commerce** ook evenementen zoals **Singles' Day** (van **Alibaba**), **Prime Day** (van **Amazon**) en **Cyber Monday**. Het zijn hoogdagen voor de handelaars, volgend op **Black Friday** (29 november 2019), tenminste als de consument naar de juiste winkel en/of website gelokt kan worden. Deze shoppingdagen hebben een **bijzonder grote impact**: wie de klant niet kan bekoren, riskeert zijn eindejaarspiek te missen. Geschat wordt dat ongeveer **een derde van de jaaromzet** van kleinhandelaars **in het vierde kwartaal** gerealiseerd wordt. Maar wie de klant écht wil bekoren, moet veel kortingen geven. De uiteindelijke winnaar is de consument, niet de distributeur.

Waar komt het fenomeen Black Friday vandaan?

De dag na **Thanksgiving** hebben de meeste Amerikanen vrijaf en dan trekken ze massaal naar de winkels. Die zien bijgevolg "zwart van het volk". Een andere verklaring is dat, dankzij de stevige omzet die op die dag wordt gedraaid, de meeste winkeliers voor het eerst op winst komen te staan. Nog een andere theorie is dat daags na Thanksgiving de verkeersdrukke zo erg is dat de politie van Philadelphia het had over "Black Friday".

Ook Europa maakt sinds enkele jaren kennis met het fenomeen, al wordt het dan wel vooral "Cyber Friday". Onder meer **Amazon.com** maakt al sinds enkele dagen en weken zijn Europese klanten warm voor de opening van de "Black Friday Deals Store". Andere retailers blijven niet achter, want ook op **Bol.com** en **Mediamarkt** worden de kortingen in de verf gezet. Zelfs het prestigieuze **Harrods** in Londen hield lange tijd de soldenboot af, maar ondertussen zijn ze ook daar gezwicht voor de Amerikaanse eindejaarsgekte. Alles voor de klant...

Black Friday

Thanksgiving en Black Friday zijn in de VS nog steeds de **drukste winkeldagen voor de klassieke winkels**: in 2019 werd in totaal **717 miljard dollar** uitgegeven, vlot 4,3% meer dan in 2018. Maar het succes van de klassieke winkels op Black Friday is tanend. In 2018 nam het aantal winkelbezoekers met een stevige 9% af ten opzichte van 2017, nadat dat cijfer in 2017 al 4% onder het niveau van 2016 lag.

Niet onlogisch, want het is druk. Héél druk. In het topjaar 2016 bezochten liefst 137 miljoen mensen de winkels tijdens het vierdaagse Black Friday weekend, bijna

30% meer dan de 102 miljoen shoppers in 2015. Logisch dus dat veel kopers **online** op zoek gingen naar koopjes, geholpen door winkels die hun beste deals op de websites adverteerden. In 2018 lag de onlineverkoop van woensdag tot en met Black Friday 26,4% hoger dan in 2017, terwijl de onlineverkoop in 2017 al steeg met 1%.

Cyber Monday

Online winkels beleefden traditioneel hun "Black Friday" op "Cyber Monday". Het initiatief werd in 2005 opgestart om klanten extra aan te zetten tot het online bestellen van hun boodschappen. Maar dat duwtje in de rug is ondertussen al lang overbodig. **Vorig jaar stegen de onlineverkopen in de VS op Thanksgiving én op "Black Friday" met 18% op jaarbasis.**

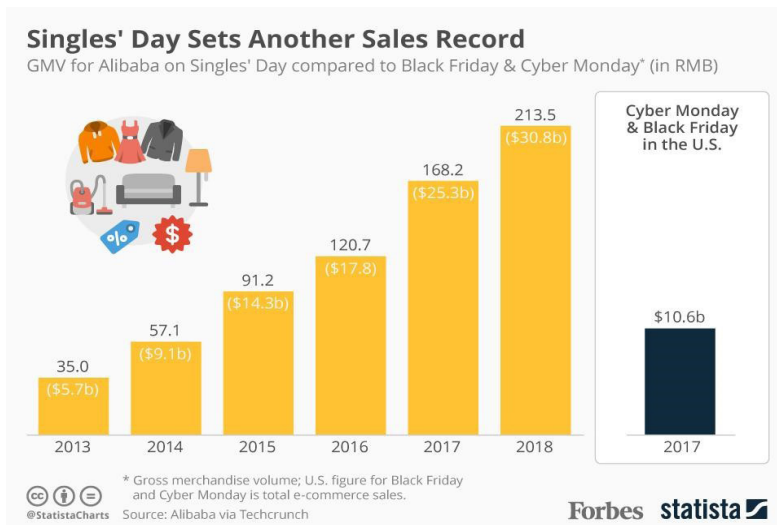
Er vloeien per klant flinke sommen naar online shopping op Black Friday en Cyber Monday en de hele periode tussenin. Uit een rapport van McKinsey blijkt dat 16% van de Amerikanen meer dan 1.000 dollar wil spenderen tussen Black Friday en Cyber Monday en dat is 7% meer dan een jaar eerder. 22% wil op Black Friday meer dan 500 dollar online uitgeven.

De inspanningen om de **koopgekte over een langere periode te spreiden**, lijken te werken. Onderzoek door PWC leerde volgens Forbes dat slechts 35% van de klanten die van plan zijn om in het Thanksgiving-weekend te winkelen, dat ook op Black Friday zullen doen. Een jaar eerder was dat 51% en in 2015 59%. Dat heel wat winkels ook op Thanksgiving zelf open zijn, heeft ook wat van de glans van Black Friday weggenomen.

Prime Day en Singles' Day

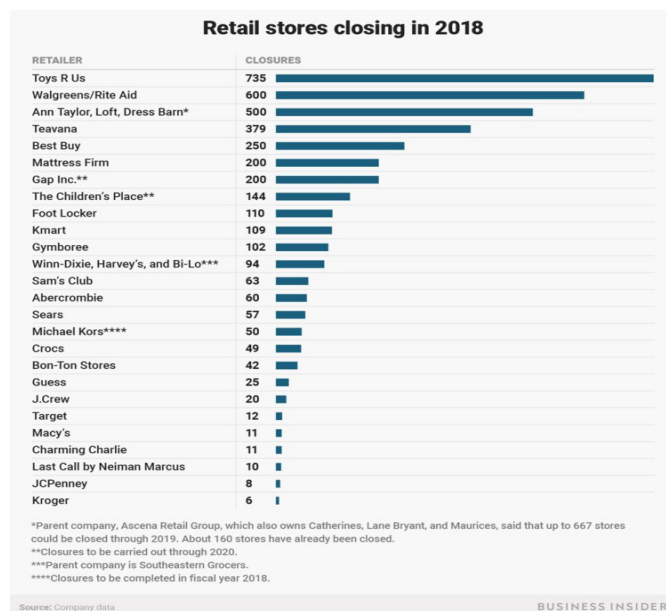
Black Friday en Cyber Monday krijgen zelf ook steeds meer **concurrentie**. Zo heeft **Amazon** met **Prime Day** zijn eigen feestdag op 11 juli. Op die dag zijn er 100 miljoen klanten actief, die in 36 uur samen 175 miljoen items kochten op Amazon.com. Waarnemers schatten de **omzet** op Prime Day in 2019 op **6,1 miljard dollar**, tegenover 4,1 miljard dollar in 2018.

De **Singles' Day** van het Chinese **Alibaba** is al helemaal impressionant. Vrijgezellen (al is de doelgroep al véél ruimer geworden) hebben blijkbaar een grote nood aan spulletjes. Op 11 november 2019 spendeerden ze zo'n **36 miljard dollar**, tegenover 31 miljard dollar in 2018.



Kwelduivels en boosdoeners

Tegenover het succes van deze online shoppingdagen, staat een triest feit. De Amerikaanse **winkelcentra lopen leeg** en de winkels in de hoofdstraten moeten massaal de deuren sluiten. Amazon.com wordt vaak als de grootste boosdoener voor die sluitingen aangeduid, maar de sector moet ook de hand in eigen boezem steken.



Jaren van ongebreidelde winkelopeningen hebben voor een **oververzadiging** van het aanbod gezorgd. Maar vandaag is de klant meer dan tevreden met een bezoek aan een internetwinkel en dus is de neergang bijzonder snel. Daarbovenop komt dat klassieke winkels meer en meer concurrentie krijgen van **discount stores**.

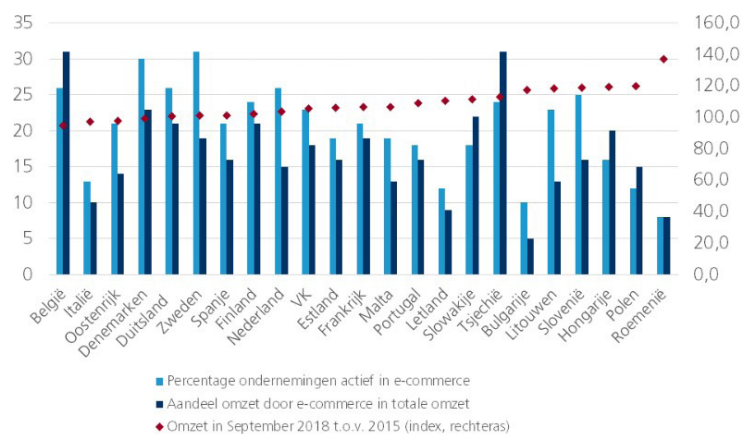
Black Friday in België

Comeos, de vertegenwoordiger van de Belgische handel en diensten, bevestigt dat **Black Friday de belangrijkste dag in de eindejaarskoopjesperiode** is en almaar aan populariteit blijft winnen. Betaalspecialist Ingenico berekende dat het aantal Belgische transacties op Black Friday in 2018 met 11% toenam op jaarbasis, en dat ook in 2019 weer records gebroken zullen worden. Sectorgenoot Wordline noteerde dan weer **65% meer e-commerce transacties** op Black Friday in vergelijking met een doordeweekse vrijdag.

Maar onlineverkoop op de digitale hoogdagen zijn geen zegen voor de distributeur, al is daar het laatste woord nog niet over gezegd. Wie geen (forse) kortingen aanbiedt, riskeert de klanten te missen en kan dus ook geen extra verkoopsomzet realiseren door onder meer impulsaankopen.

KBC Hoofdeconoom Jan Van Hove stelt in een opiniestuk dat de **kleinhandel onder druk blijft staan omwille van e-commerce**, maar er toch steeds in slaagt om jaarlijks een **bescheiden omzetgroei** te realiseren. Bemoedigend is dat de Belgische winkels stilaan opklimmen in de waardeketen. Ze halen nu al een flink deel van hun omzet uit e-commerce en surfen dus meer op het succes van Cyber Monday, Prime Day en Singles' Day.

Digitale performantie van de Belgische kleinhandel



Bron: KBC Economics gebaseerd op OESO

Black Friday op de beurs

Heel wat marktspelers, analisten en strategen zien Black Friday en Cyber Monday als een **"belangrijke leidende indicator"**: sterke verkopen doen het beste verhopend voor de totale eindejaarsverkoop. Een succesvol "Black Friday"-weekend geeft eveneens een **inzicht in het consumentenvertrouwen**, klinkt het.

De te kloppen **groeiverwachting** is volgens de National Retail Federation een groei in de VS van 3,8% tot 4,2% en een totaal bedrag van 727,9 tot 730,7 miljard dollar.

Goldman Sachs becijferde dat ongeveer een derde van de jaaromzet van kleinhandelaars in het vierde kwartaal gerealiseerd wordt. Black Friday zorgt daarom voor **hogere verhandelde volumes in aandelen van retailers**. Over de voorbije drie jaar bewoog de sector tussen november tot december drie tot vier keer forser dan in de overige 9 maanden van het jaar.

Europese retailbedrijven

Op basis van de databanken maakte Senior Financial Economist Tom Simonts een overzicht van Europese retailbedrijven. Die spelen allemaal op een of andere manier in op de shoppinghoogdagen, al zullen ze daarvan lang niet allemaal in dezelfde mate profiteren.

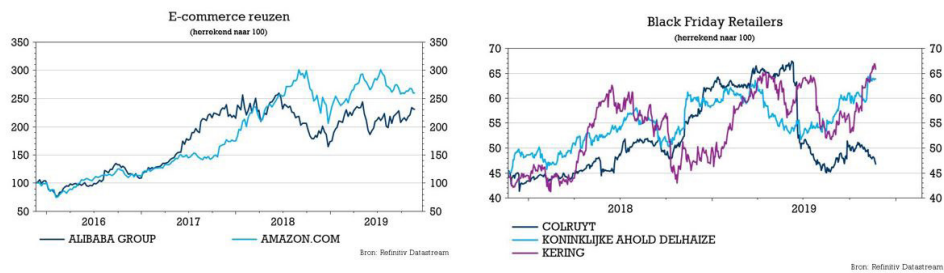
Uit het overzicht blijkt dat vooral **Carrefour** en de **Britse spelers** volgens analisten “**ondergewaardeerd**” zijn, maar ook dat bedrijven met stabiele hoge marges, zoals **Colruyt**, **Kesko** en **Casino Guichard**, de liefde van de belegger hebben gewonnen.

	Land	Munt	Koers	Koersdoel (IBES)	% opwaarts potentieel
CARREFOUR	FRANCE	€	15,33	19,09	24,53%
TESCO	UNITED KINGDOM	£	232,6	274,31	17,93%
INCHCAPE	UNITED KINGDOM	£	638,5	728	14,02%
MORRISON(WM)SPMKTS.	UNITED KINGDOM	£	198,25	226	14,00%
SAINSBURY J	UNITED KINGDOM	£	211,9	233,25	10,08%
DUFREY 'R'	SWITZERLAND	SF	95,82	102,92	7,41%
JERONIMO MARTINS	PORTUGAL	€	14,685	15,58	6,09%
MARKS & SPENCER GROUP	UNITED KINGDOM	£	186	196,47	5,63%
KINGFISHER	UNITED KINGDOM	£	194	204,5	5,41%
KERING	FRANCE	€	549,3999	575,04	4,67%
DISTRIBUIDORA INTNAC.DE ALIMENTACION	SPAIN	€	0,1357	0,14	3,17%
OCADO GROUP	UNITED KINGDOM	£	1156,5	1183,5	2,33%
KONINKLIJKE AHOLD DELHAIZE	NETHERLANDS	€	24,085	22,75	-5,54%
HENNES & MAURITZ B	SWEDEN	SK	179,86	166,04	-7,68%
NEXT	UNITED KINGDOM	£	6666	6106,719	-8,39%
ICA GRUPPEN	SWEDEN	SK	420,3	375,71	-10,61%
COLRUYT	BELGIUM	€	47,52	42,46	-10,65%
CASINO GUICHARD-P	FRANCE	€	42,44	37,58	-11,45%
KESKO B	FINLAND	€	63,6	55,41	-12,88%

Bron: Thomson Reuters

Bedrijven die inspelen op “Black Friday”

	Land		Koers	Koersdoel KBC/KBCS	% opwaarts potentieel
AMAZON.COM	Verenigde Staten	Kopen	1734,71	2200	27%
ALIBABA GROUP HOLDING ADR 1:8	China	Kopen	184,86	220	19%
KERING	Frankrijk	Kopen	549,3999	580	4,67%
KONINKLIJKE AHOLD DELHAIZE	Nederland	Kopen	24,085	26	-5,54%
COLRUYT	België	Afbouwen	47,52	45	-10,65%



Conclusie

Het succes van Black Friday (en de daaropvolgende dagen) is van **cruciaal belang** voor kleinhandelaars, die ongeveer een derde van de jaaromzet in het vierde kwartaal realiseren. Maar of ze ook wat overhouden aan die extra omzet is maar zeer de vraag, omdat de klant gelokt moet worden met (forse) **kortingen** én omdat diezelfde klant geen eindeloos rekbaar budget heeft. Niet meedoen betekent vooral de boot en de omzet missen. **De grote winnaar van deze trend is de bijgevolg de consument, en niet de distributeur.**

Beleggers kunnen wel een graantje meepikken van de koopgekte: een reusachtige hoeveelheid producten wordt online besteld, waardoor de commissie-inkomsten van de e-commercespelers wel degelijk aangedikt worden.

Spelers zoals **Alibaba, Amazon, bol.com (Ahold Delhaize), Zalando** en de klassieke spelers met een goed uitgebouwd **internetplatform** kunnen daarom goed garen spinnen uit de kooplust van de consument. En die consument heeft meer besteedbaar inkomen dan vorig jaar, met dank aan een hogere werkgelegenheid en een stijging van de gemiddelde reële lonen.

Disclaimer

Bolero is het execution-only beleggingsplatform van KBC Bank NV en staat los van alle andere beleggingsdiensten die geleverd kunnen worden door KBC Bank NV.

Copyright © KBC Bank NV/Bolero. Alle rechten voorbehouden. Deze informatie mag op geen enkele manier gepubliceerd, herschreven of heruitgegeven worden in eender welke vorm. De intellectuele eigendomsrechten op deze publicatie komen toe aan hetzij KBC Bank NV, hetzij aan met hen verbonden entiteiten of aan derden. U moet zich onthouden van elke inbreuk daarop. Behoudens de uitdrukkelijke voorafgaande en schriftelijke toestemming van de auteur of zijn rechthebbenden, is elke overdracht, verkoop, verspreiding of reproductie, ongeacht de vorm of de middelen, van de publicatie verboden.

Dit is een publicatie van KBC Bank N.V. (Bolero). De bevoegde controleautoriteit voor deze activiteit is de Autoriteit voor Financiële Diensten en Markten (FSMA).

Deze publicatie valt niet onder de noemer 'onderzoek op beleggingsgebied' zoals bedoeld in het koninklijk besluit van 3 juni 2007 tot bepaling van nadere regels tot omzetting van de richtlijn betreffende markten voor financiële instrumenten. Het zijn publicitaire mededelingen, zodat de wettelijke voorschriften ter bevordering van de onafhankelijkheid van onderzoek op beleggingsgebieden niet van toepassing zijn. Bolero garandeert geenszins dat enige van de behandelde financiële instrumenten voor u geschikt is. Bolero geeft hiermee geen specifiek en persoonlijk beleggingsadvies. U draagt bijgevolg de volledige verantwoordelijkheid voor het gebruik dat u maakt van deze publicatie.

De fondsbeheerders van KBC AM kunnen vóór de verspreiding van deze aanbevelingen handelen in het financieel instrument. De verloning van de medewerkers of aangestelden die voor KBC Securities werkzaam zijn en die bij het opstellen van de aanbevelingen betrokken waren, is niet gekoppeld aan zakenbanktransacties van KBC Securities. De rendementen van de in deze publicatie besproken financiële instrumenten, financiële indices of andere activa zijn rendementen behaald in het verleden en vormen als zodanig geen betrouwbare indicator voor toekomstige rendementen. Er wordt niet gewaarborgd dat de voorgestelde scenario's, risico's en prognoses de marktverwachtingen weerspiegelen of dat ze in de realiteit zullen uitkomen. De prognoses zijn louter indicatief. De gegevens in deze publicatie zijn algemeen, louter informatief en aan veranderingen onderhevig.

Als de resultaten van de besproken financiële activa uitgedrukt zijn in een andere valuta dan EUR, kan het rendement door valutaschommelingen hoger of lager uitvallen. Ze geven de analyse weer van de auteur op de daarin vermelde datum. Hoewel de informatie gebaseerd is op volgens de auteur betrouwbare bronnen, kan Bolero niet garanderen dat de informatie accuraat, volledig en up to date is; de informatie kan onvolledig zijn of ingekort. De auteur kan zich beroepen op andere publicaties binnen KBC Groep (vb. van KBC AM of Market Research) of van derde partijen. KBC Bank NV kan nooit aansprakelijk gesteld worden voor de eventuele onjuistheid of onvolledigheid van bepaalde gegevens in deze publicaties. De disclaimers vervat in de publicaties van KBC AM of andere publicaties naar dewelke wordt verwezen, zijn hier eveneens van toepassing.

Niets in deze publicatie mag gereproduceerd worden zonder de voorafgaande uitdrukkelijke en schriftelijke toestemming van KBC Bank NV (center Bolero). Deze publicatie is onderworpen aan het Belgisch recht en aan de uitsluitende rechtsmacht van de Belgische rechtbanken. Voor een aantal essentiële elementen van de beleggingsaanbevelingen (waaronder de belangenconflictenregeling) kunt u de "Algemene richtlijnen m.b.t. de beleggingsaanbevelingen van KBC Asset Management" op www.kbcam.be/aandelen en de "Disclosures" op www.kbcsecurities.com/disclosures raadplegen. Met betrekking tot voormelde aanbevelingen wordt verwezen naar www.kbcsecurities.be/disclosures voor specifieke informatie inzake belangenconflicten.

Beleggen in aandelen houdt substantiële risico's en onzekerheden in. Beleggers moeten in staat zijn om het economische risico van een belegging te dragen en het belegde kapitaal geheel of gedeeltelijk te verliezen.