

De Retail branche in turbulente tijden!?

Internet als alternatief kanaal

Dirk Mulder

Sectormanager Handel ING

Dirk.Mulder@ing.nl

06-11380971

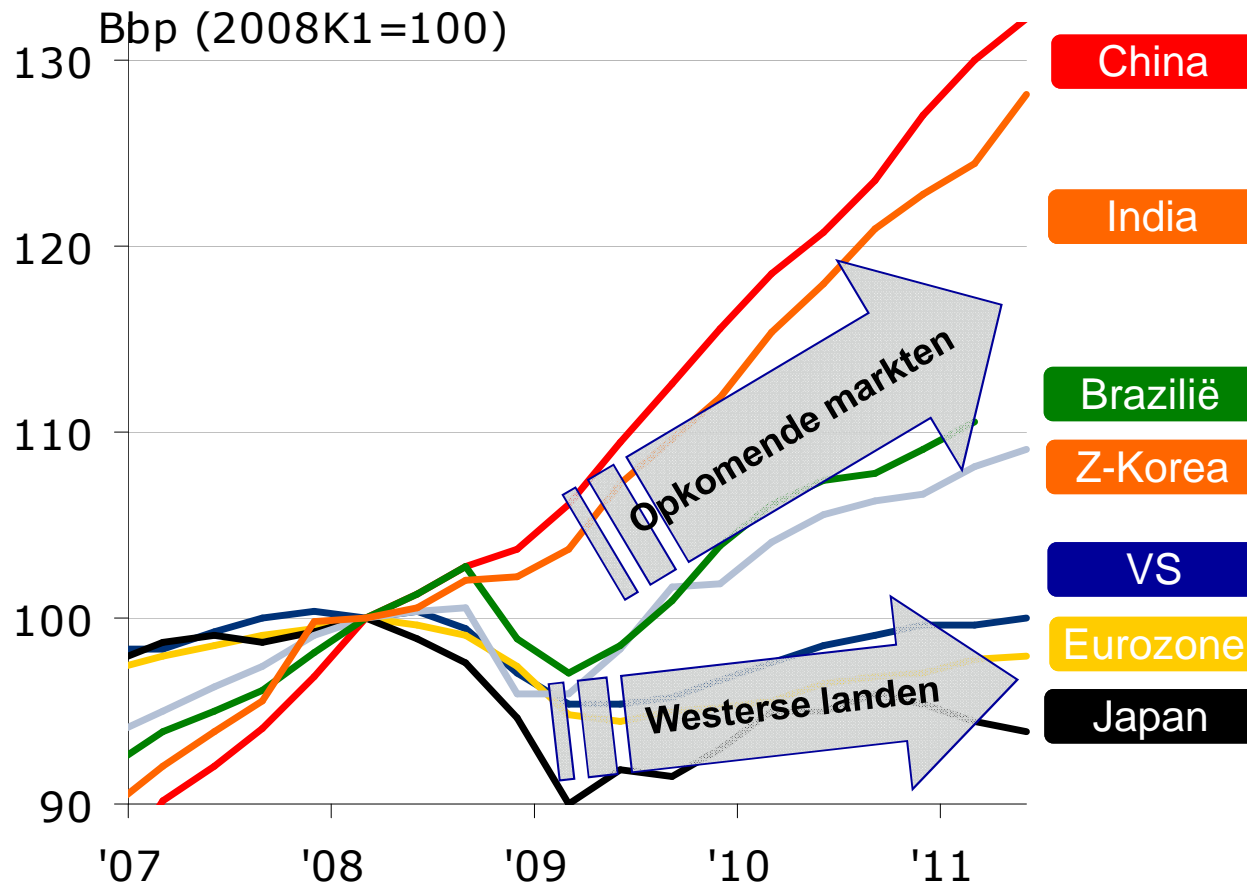


Hilversum, 3 oktober 2011



Wereldeconomie draait op twee snelheden

Economisch zwaartepunt verschuift

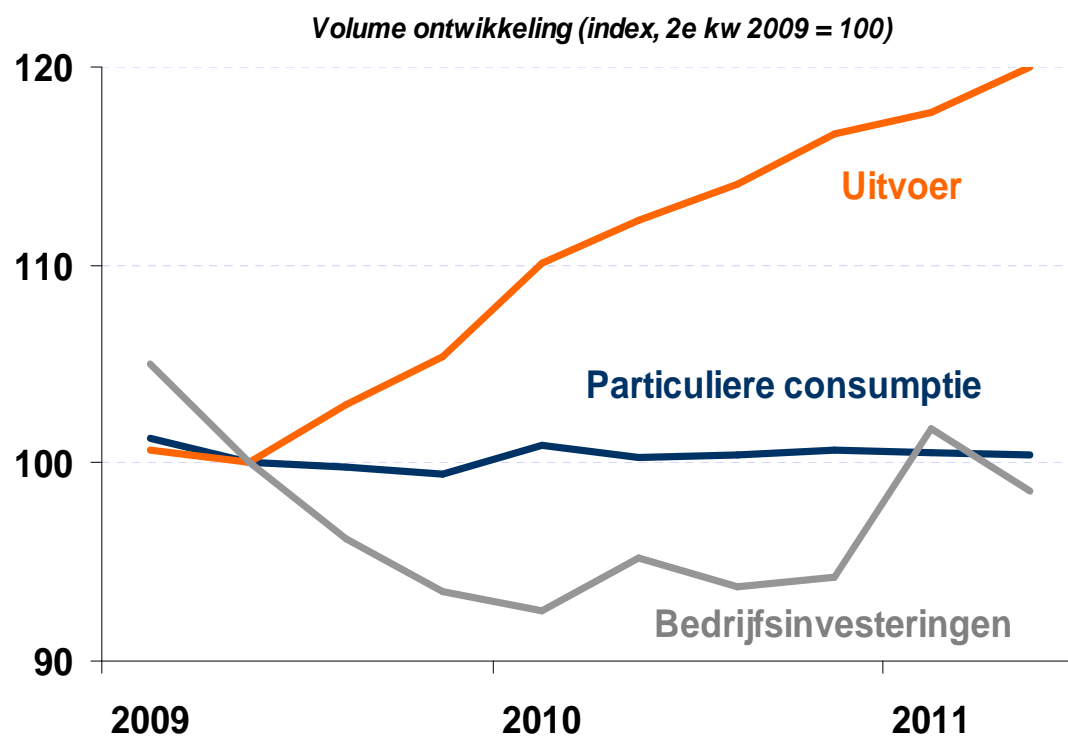


Bron: EcoWin



Nederlandse economie herstelt op één been

Buitenlandse vraag flink hersteld, binnenlandse vraag blijft zwak

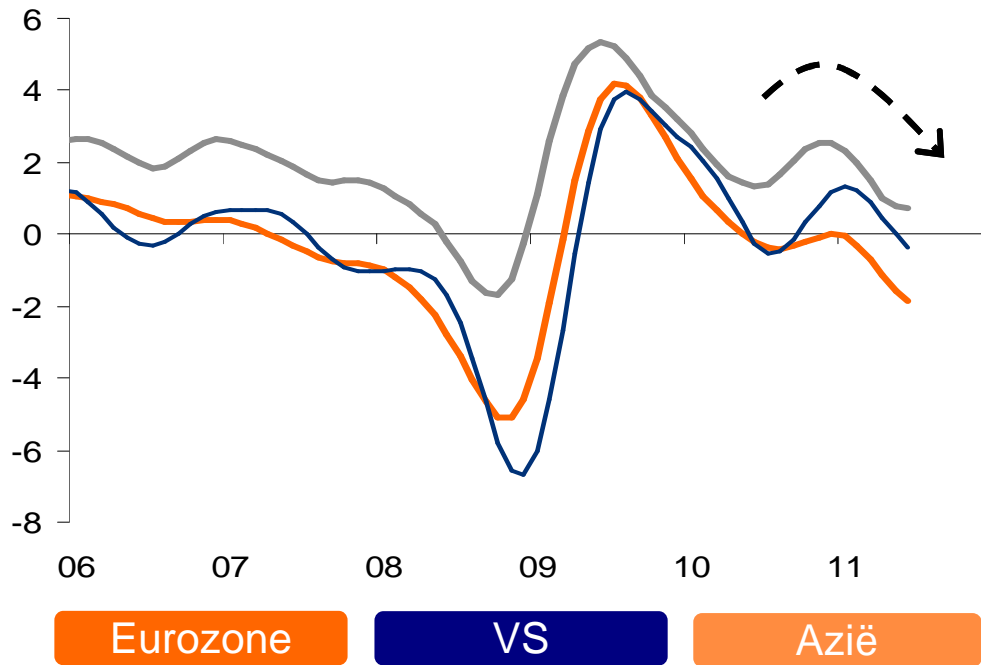


Bron: CBS, ING bewerkingen

Herstel begint wereldwijd te haperen

Opnieuw vrees voor een dubbele dip

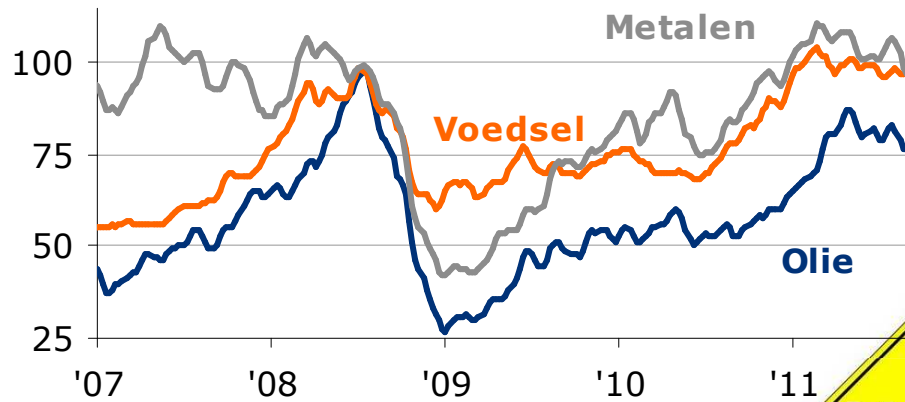
Voorlopende conjunctuurindicator OESO
(3-maandsmutatie in %)



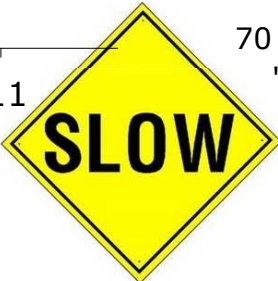
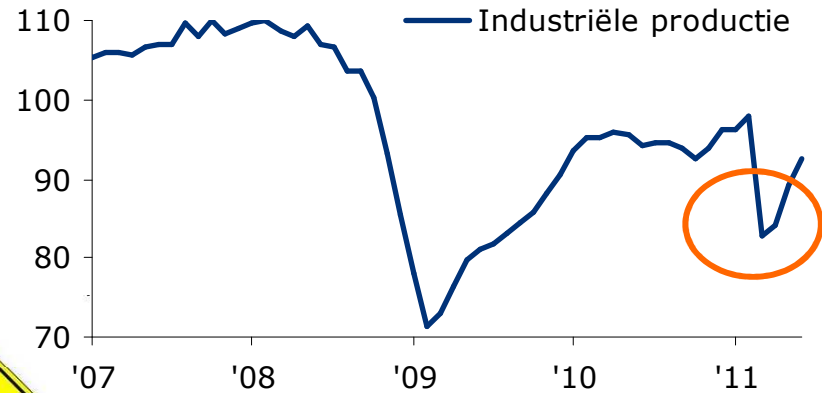
Bron: EcoWin

Groeivertraging door vier factoren

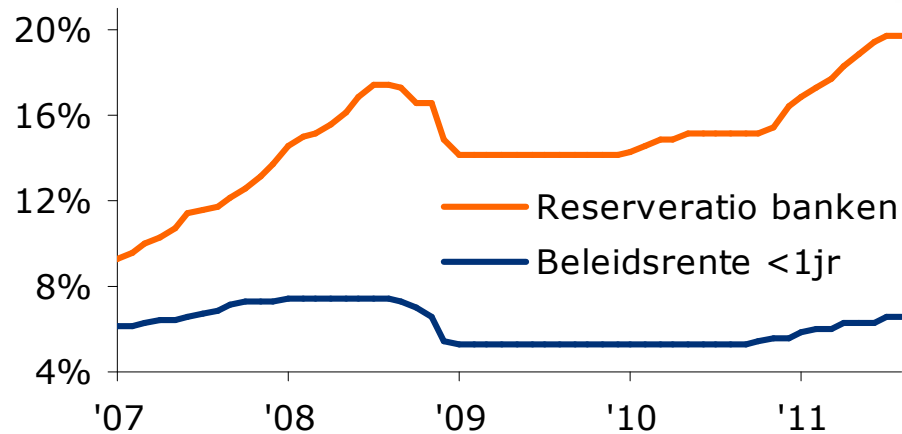
Doorwerking hogere grondstofprijzen



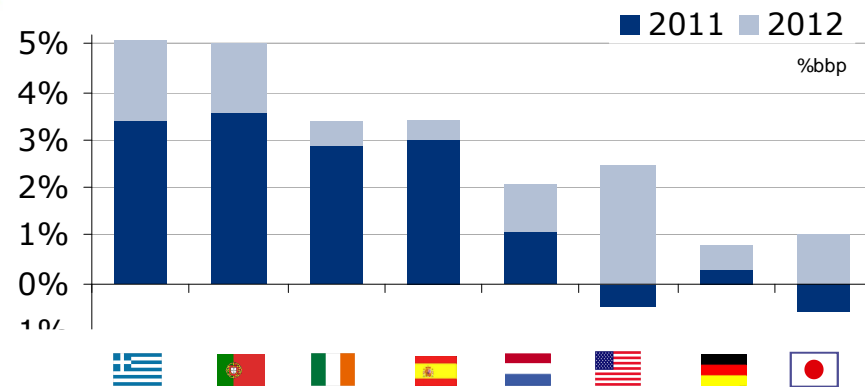
Aardbeving Japan



China trapt op de rem

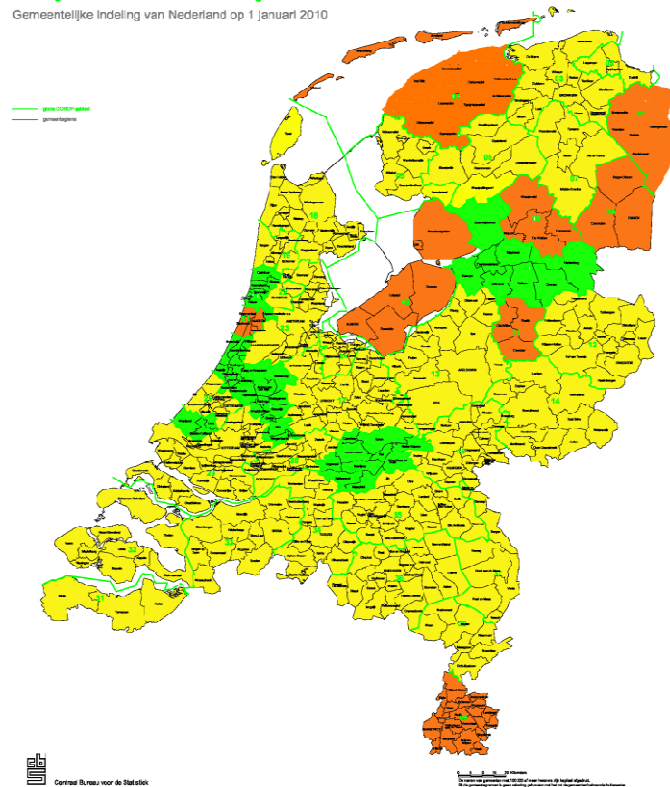


Bezuinigingen

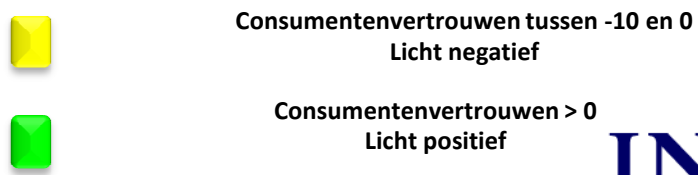
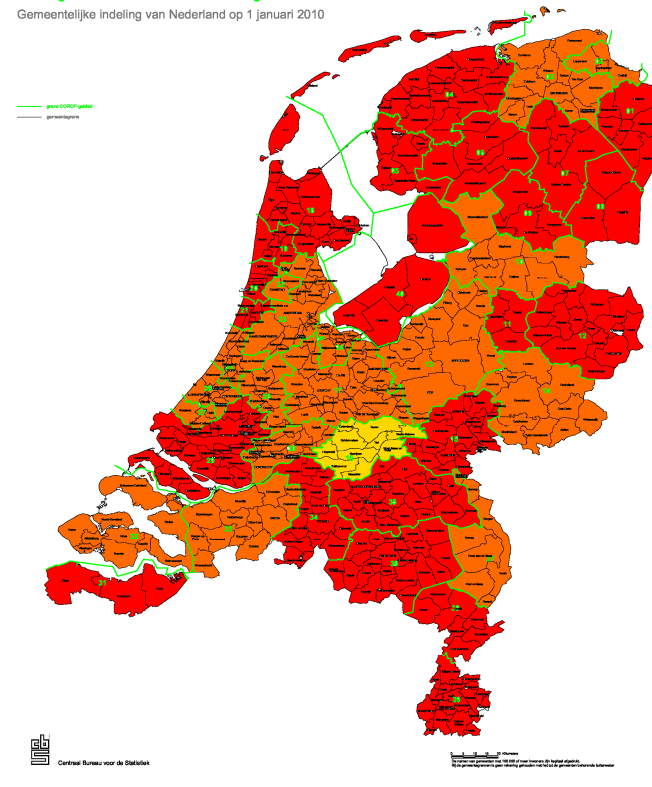


Ontwikkeling consumenten vertrouwen per regio van februari – augustus 2011

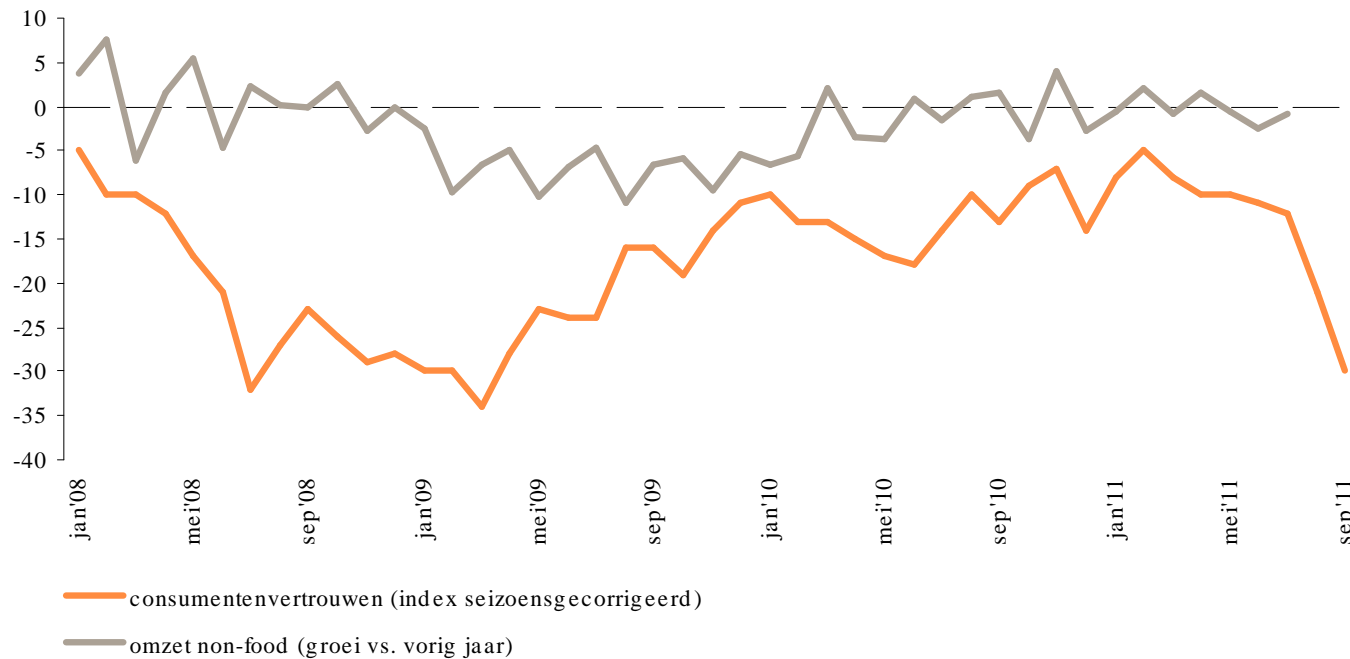
Indeling van Nederland in 40 COROP-gebieden
Gemeentelijke Indeling van Nederland op 1 januari 2010



Indeling van Nederland in 40 COROP-gebieden
Gemeentelijke Indeling van Nederland op 1 januari 2010

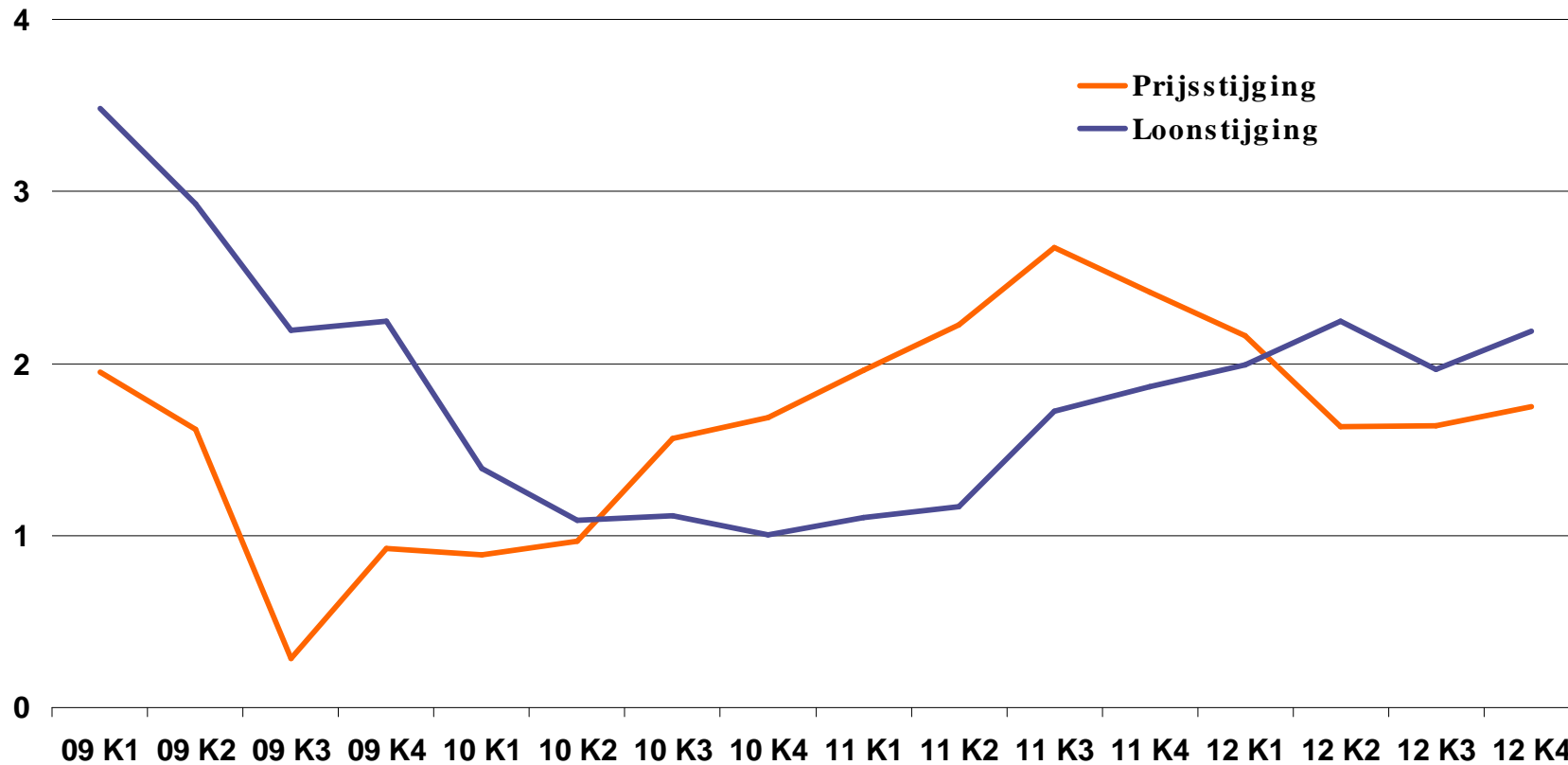


Consumentenvertrouwen versus omzetgroei non-food detailhandel



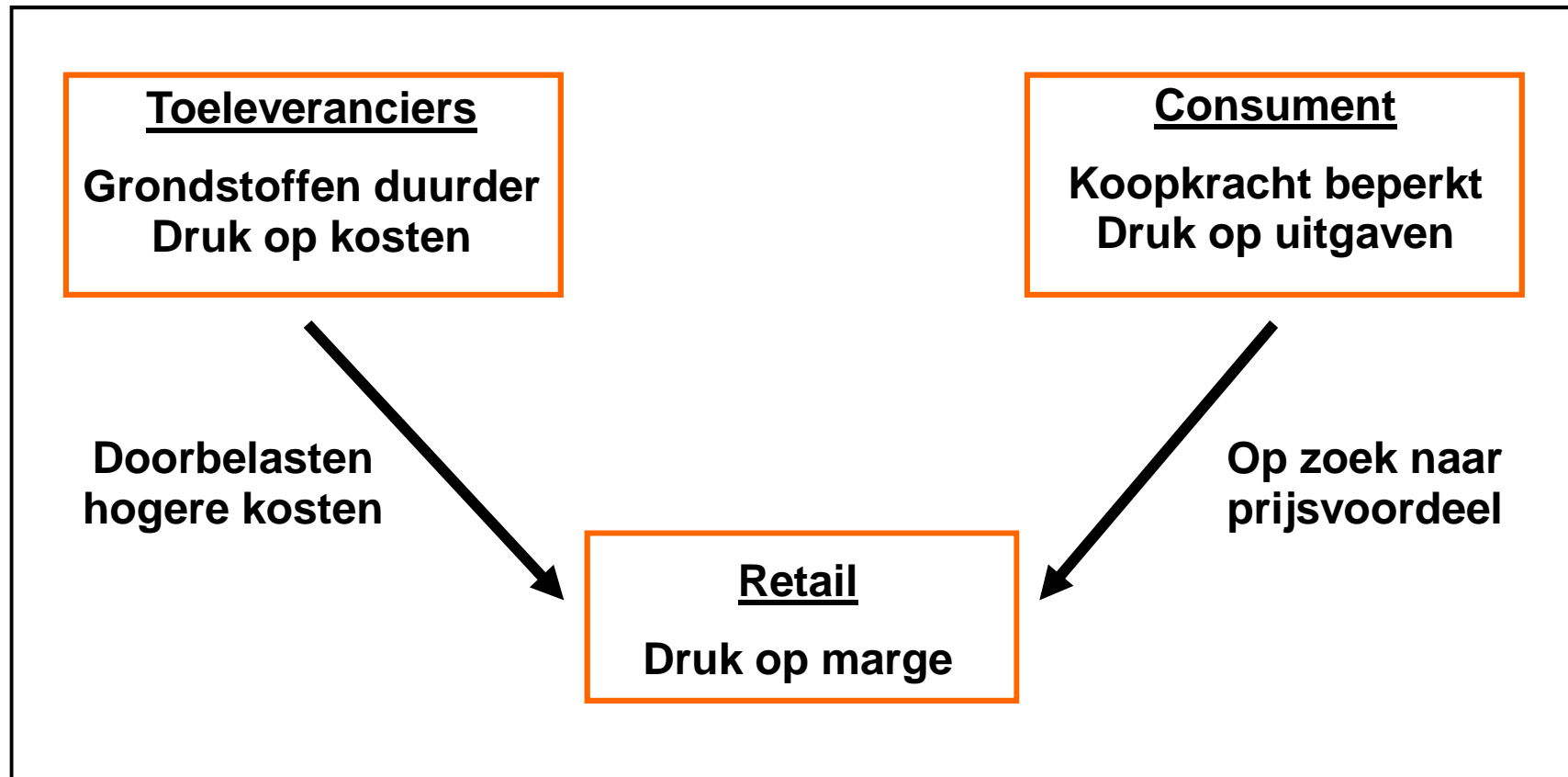
Koopkrachtverlies onvermijdelijk

Prijsstijging overschaduwde loonstijging



Druk op marge

Retailer in spanningsveld



Raming detailhandel

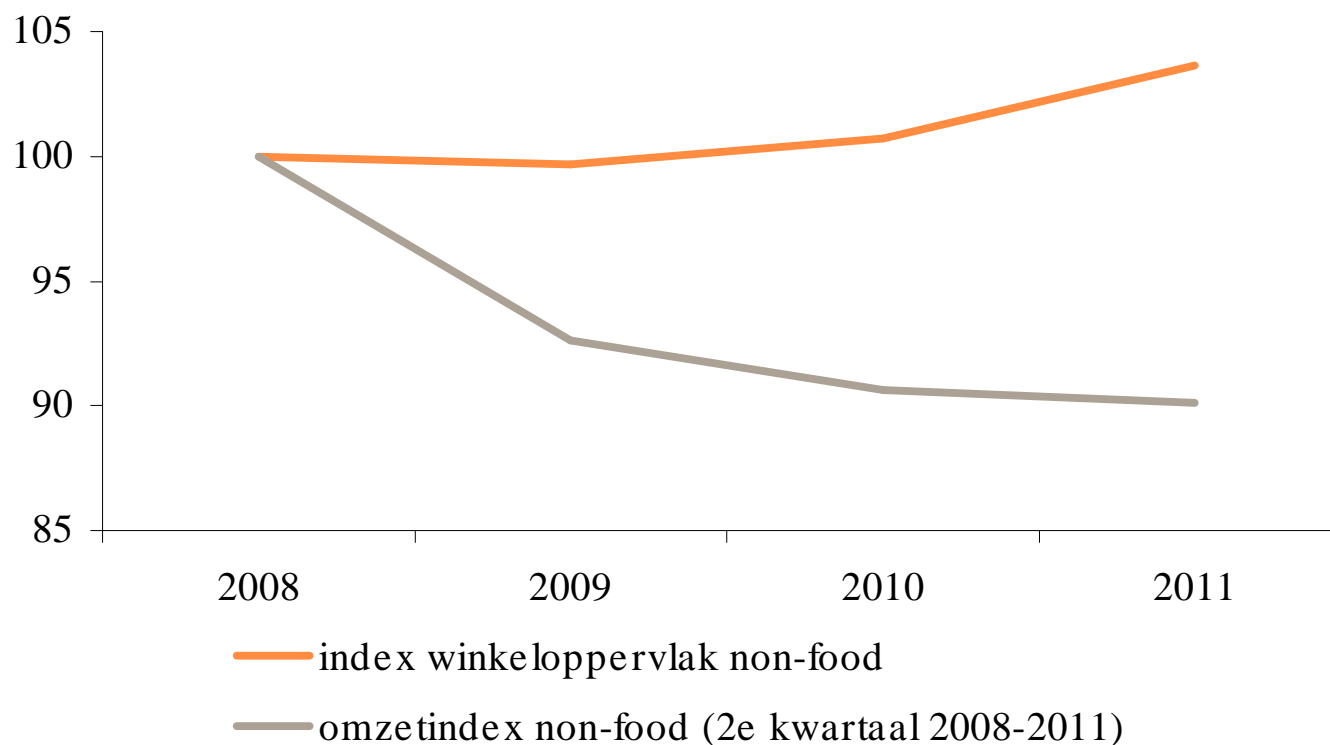
| | Omzet 2011 (mld. €) | 2011 | 2012 |
|--|------------------------|--------------|-------------|
| Detailhandel totaal* | 80,2 | 0,0% | 0,4% |
| Food | 36,5 | 0,8% | 0,6% |
| <i>Supermarkten</i> | 31,9 | 1,5% | 1,0% |
| <i>Foodspeciaalzaken</i> | 4,6 | -3,5% | -2,0% |
| Non-food | 43,7 | -0,6% | 0,2% |
| <i>Kleding</i> | 9,5 | -1,5% | 0,5% |
| <i>Schoenen</i> | 2,0 | 1,5% | -0,5% |
| <i>Woninginrichting</i> | 7,6 | 0,0% | 0,5% |
| <i>Doe-het-zelf</i> | 4,5 | 0,0% | 0,5% |
| <i>Elektronica / bruin- en witgoed</i> | 5,1 | -2,0% | -0,5% |
| <i>Persoonlijke verzorging**</i> | 4,2 | 0,5% | -0,5% |

- **Wisselvallige resultaten, nulgroei in 1e kwartaal**
- **Lichte stijging volume, maar prijzen onder druk**
- **Stijgende kosten doen ergste vermoeden voor marge**
- **Concurrentiedruk blijft zeer hoog, nog verder gevoed door e-commerce**

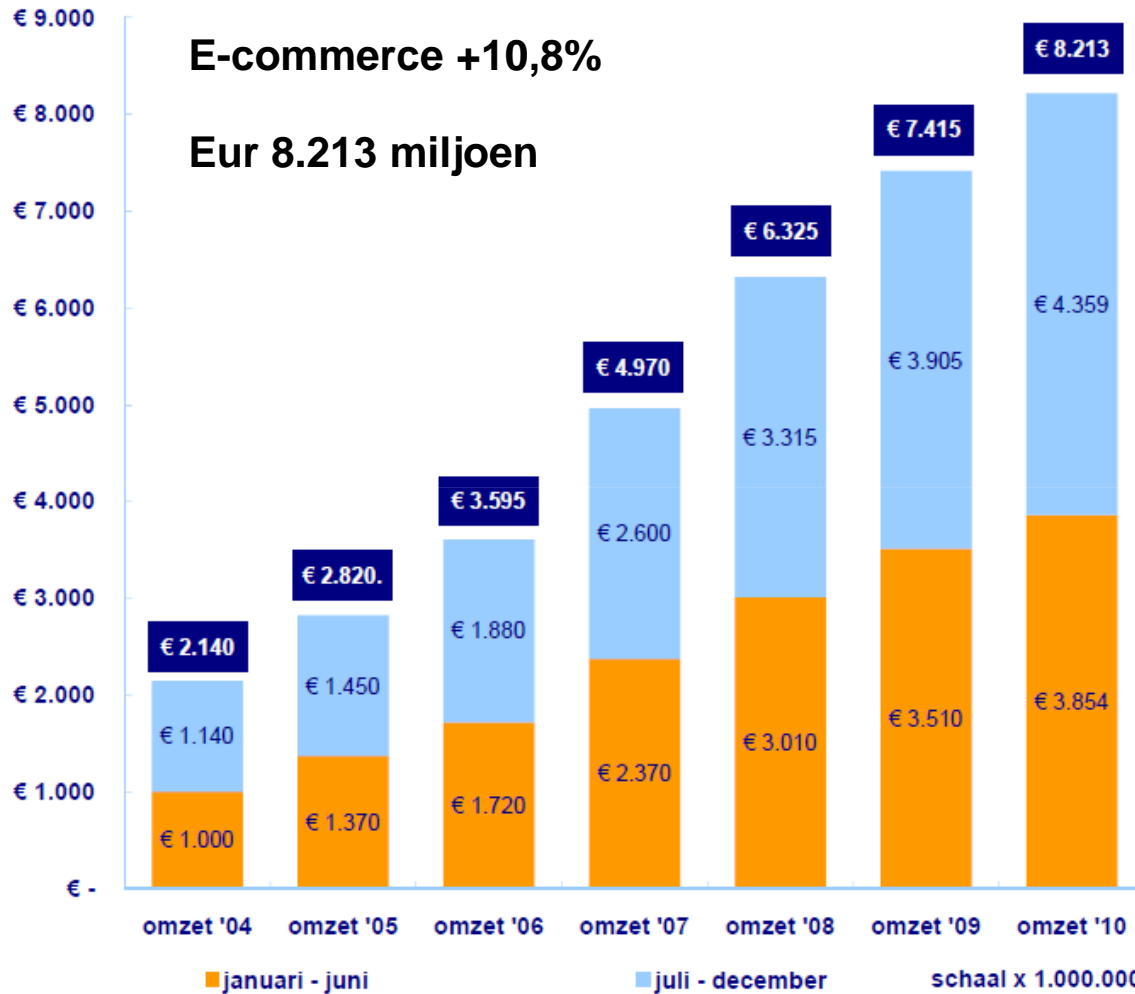


Ontwikkeling omzet en winkelvloeroppervlak

Sanering winkels onvermijdelijk



Non-Food: groei e-commerce



Kleding +19%
Eur 555 mln

Cons. Electr. +13,3%
Eur 485 mln

Witgoed en huish. +23%
Eur 245 mln

Boek +11%
Eur 240 mln

Levensmid/pers verz +15%
Eur 215 mln



Visie ING op ontwikkelingen e-commerce

- Nu gaat circa 5% van retail omzet via internet; verwachting is dat dit gaat groeien naar circa 30%;
- Toekomst e-commerce landschap:
 - 3-5 tal grote (europese spelers)
 - aantal grote merkbedrijven (zowel leveranciers als retailers)
 - nichespelers
- Aantal m2 wvo gaat drastisch naar beneden: A-locaties nemen aan belang toe; C en in mindere mate B locaties krijgen het lastig;
- Huidige retailer gaat over op multi channel strategie; internet als communicatie met consument, niet altijd ook verkoop

Online aandeel

