

Retail doet een stapje terug

Samenvattend mag met recht worden gesteld, dat (Food) Retail danig in beweging is. Door een zwakkere economische ontwikkeling en een gebrekkige bestedingsontwikkeling zijn de vooruitzichten in de sector gematigd te noemen. ER Capital heeft een neutrale weging in deze sector met een sectorweging van 7,5%. Deze weging wordt met drie favorieten ingevuld:

Ahold: lees hier onze analyse

Yum! Brands: lees hier onze analyse

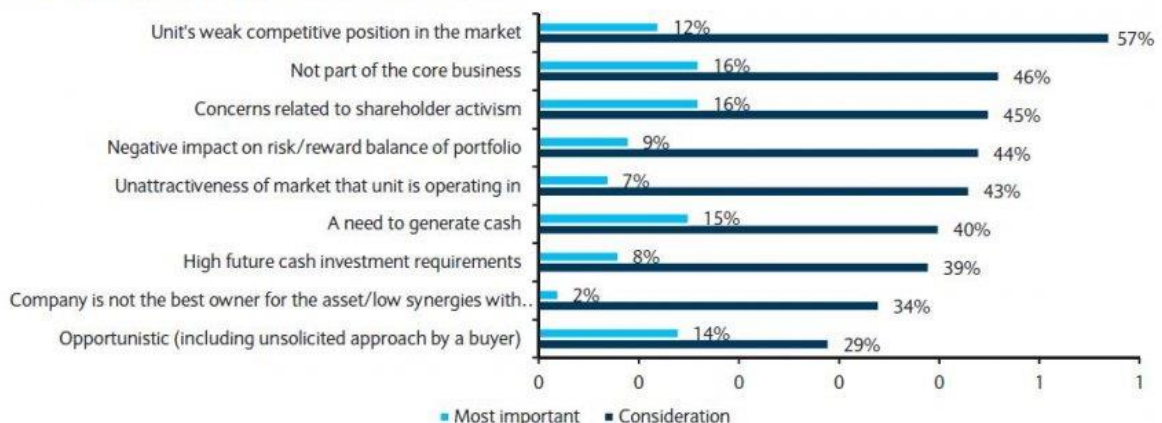
Walmart: lees hier onze analyse

Retail

De financiële crisis heeft de retailsector niet onberoerd gelaten. Dat kan ook niet anders, omdat in nagenoeg alle Westerse landen de koopkracht van de consument onder druk is gekomen. De hoge werkloosheid, de aanhoudende angst voor baan zekerheid en het overheidsbeleid zijn hier debet aan.

Het wegebben van de koopkracht heeft gevolgen gehad voor de strategie van veel bedrijven, ook in de food retail. Na jaren van expansie heeft dit segment van de retailsector pas op de plaats gemaakt en hebben ze een kritische blik geworpen op hun portfolio. Het afstoten van onderdelen om zo de kwaliteit van de portfolio te verbeteren is nu vast onderdeel van het beleid geworden. De motieven voor de desinvesteringen zullen variëren (zie grafiek). De verkoop van bedrijfsonderdelen en het vrijkomen van middelen stelt bedrijven niet alleen in staat schulden af te bouwen en de balans te versterken. Het maakt het ook mogelijk om een toekomst georiënteerd en gefocust beleid te voeren met gerichte expansie om de kasstromen in het kernbedrijf verbeteren.

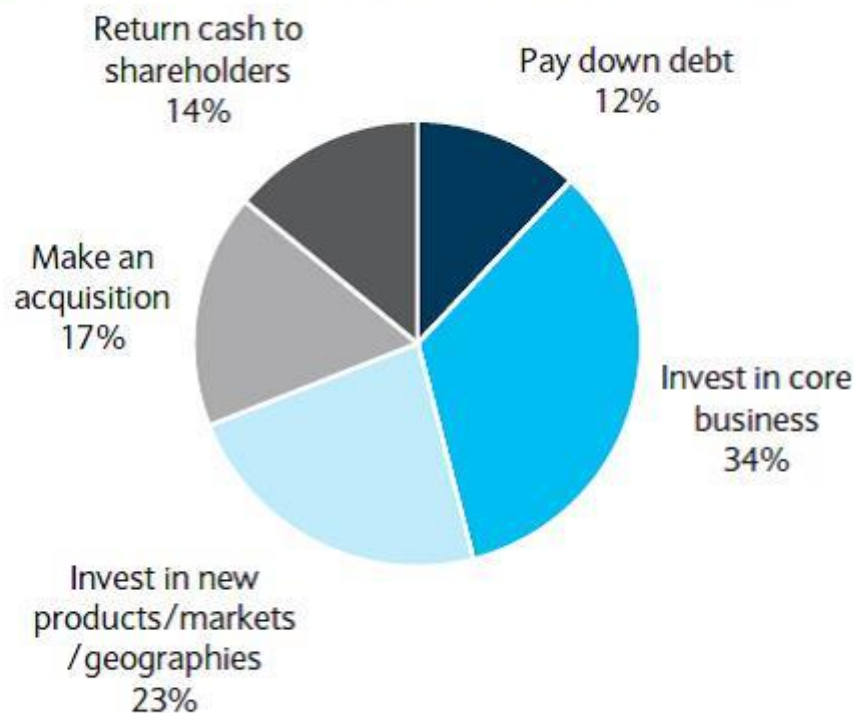
Which triggers prompted your most recent divestment?



Source: Ernst & Young 2015 Global Corporate divestment Study

Zo heeft Ahold zijn belang van 60% in het Zweedse ICA in 2013 van de hand gedaan. Het Britse Tesco verkocht nog niet zo lang geleden zijn belangen in de Verenigde Staten, die presteerden ondermaats. Carrefour stootte zijn belangen in India en Rusland af om zo meer middelen vrij te maken voor een grondige reorganisatie en voor investeringen in de Opkomende Markten. Metro heeft aangegeven Kaufhof in de verkoop gedaan te hebben om de schuldenlast te verminderen. Niet alleen werd de schuldenlast verminderd, maar een deel van het geld werd aangewend om toch al goed lopende onderdelen verder te versterken. Een andere optie is uiteraard een deel van de opbrengst aan de aandeelhouder (terug) te geven. Dat gebeurt meestal in de vorm van het terugkopen van eigen aandelen. Dat deed bijvoorbeeld Ahold in 2013. Het lopende programma ter waarde van € 500 miljoen werd verhoogd naar € 2 miljard.

How did you use the funds raised from your most recent divestment?



Source: Global Corporate Divestment Study, Ernst & Young, 2015

Het streven van veel grote namen in Food Retail om *leaner en meaner* te worden is zeer zeker ook gestimuleerd door de opmars van de discounter. De belangrijkste namen hier zijn ongetwijfeld Aldi en Lidl. Daarbij valt het op dat deze discounters in het Verenigd Koninkrijk en in Nederland

succesvoller zijn dan in Frankrijk of België. Het succes van de discounter is vooral te danken aan zijn zeer gedisciplineerde kostenstructuur. Wel blijkt, dat een discounter op afstand kan worden gehouden door het eigen aanbod te verrijken en meer te doen aan de winkelbeleving. Beide punten zijn zwak ontwikkeld bij de discounter. In de praktijk blijkt het beste wapen in de strijd met de discounter een goed ontwikkelde gastronomische smaak. Na een initieel succes in landen als Italië, Frankrijk en België zakte het marktaandeel van Aldi en Lidl al snel terug. Het aanbod was te klein om de klant blijvend te verleiden met alleen maar lage prijzen.