

19 februari 2021
IBEN nr. 1-2021

ING Belgium Economic Newsletter

Begin 2021 houden de Belgen nog steeds de vinger op de knip

De coronacrisis is helaas nog lang niet voorbij en de totale economische impact ervan is nog moeilijk te meten. Het Belgische bbp in 2020 (-6,2%) geeft een eerste idee van de omvang van de schok, maar de invloed op het consumptiegedrag van de huishoudens en de gevolgen voor de verschillende sectoren van de Belgische economie zijn voorlopig moeilijk in te schatten. Niettemin is het mogelijk om op basis van enkele cijfers met een hoge frequentie een actueel beeld te vormen van hoe de huidige situatie het consumptiegedrag en dus de structuur van de economie – al dan niet blijvend – verandert. Dat kan onder meer aan de hand van de gegevens over de transacties van de Belgische consument, die we in deze studie analyseren. Ze leren ons het volgende:

- In 2020 gaven de Belgen 12% minder uit en deden ze 16% minder betalingen dan het jaar voordien (exclusief 'vaste' uitgaven die moeilijk op korte termijn aan te passen zijn).
- Ook in januari 2021 hield de Belgische consument nog de vinger op de knip. De consumptiebestedingen en het aantal transacties lagen respectievelijk 15% en 29% lager dan in januari 2020.
- In beide lockdownperiodes (het voorjaar en november) was het effect op het aantal transacties van de Belgen gelijk. Ten opzichte van dezelfde periode in 2019 liep dat telkens met 33% terug. De bestede bedragen zijn daarentegen wat minder gedaald in november (22%) dan in het voorjaar.
- De lockdown 'light' die in december 2020 en januari 2021 van kracht was, hakt zwaar in op de consumptie van de Belgische huishoudens. De bestedingen zijn jaar op jaar met 17% gedaald en het aantal transacties is met 26% afgenomen, wat slechts een zeer lichte verbetering is tegenover november, toen de winkels gesloten waren. Dat betekent dat de consumptie ditmaal wellicht veel minder sterk aantrekt dan vanaf mei het geval was.
- Supermarkten (+1%) en buurtwinkels (+9%) zijn de enige uitgavencategorieën waarvoor het bestede bedrag in 2020 is gestegen. De vakantiebestedingen zijn op jaarbasis met 50% gekrompen, de vervoersuitgaven met 21%. Kleding en persoonlijke verzorging gingen op jaarbasis 10% achteruit.
- Het gebruik van cash loopt blijvend terug: in 2020 haalde de Belg 28% minder geld uit de automaat en ging hij er 35% minder langs dan in 2019. In januari 2021 verdeelden de Belgische geldautomaten 32% minder cash dan begin 2020.
- Op jaarbasis is het aantal 'contactloze' Bancontact-transacties (van ING-klianten) met 179% toegenomen, van 7% van alle kaarttransacties (Bancontact, Maestro en kredietkaarten) naar 21%.
- De uitgaven van Belgische consumenten in webshops zijn over heel 2020 met 21% gestegen tegenover 2019. Aangezien de online verkoop van diensten (vliegtuigtickets, hotels, reizen, concerttickets ...) op jaarbasis met zowat 40% gedaald is, zijn de online uitgaven voor louter goederen in België in 2020 dus mogelijk met 81% gestegen tegenover 2019.

Charlotte de Montpellier
Economist
Brussel +32 2 547 33 86
Charlotte.de.Montpellier@ing.com

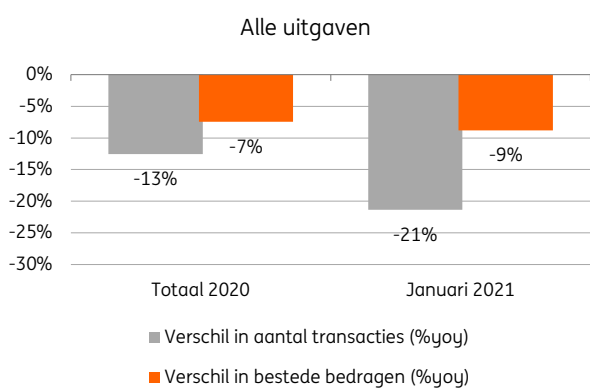
Over de cijfers

Onze analyse is gebaseerd op 853 miljoen transacties (geanonimiseerd en samengevoegd) van ING-klienten in 2019, 2020 en januari 2021. Het betreft transacties met bankkaarten en bankoverschrijvingen en -transfers. Uitgaven met kredietkaarten werden niet meegerekend. In de loop van 2020 deden we al verschillende keren een vergelijkbaar onderzoek¹. Deze nieuwe studie is dus een actualisering van onze eerdere analyse om te doorgronden hoe sterk het coronavirus het gedrag blijft beïnvloeden.

Enorme impact op de bestedingen

De pandemie en de inperkingsmaatregelen om de verspreiding van het virus af te remmen, hebben het gedrag van de Belgische consument² in 2020 aanzienlijk beïnvloed. Over heel het jaar gaven de Belgen 7% minder uit en voerden zij 13% minder transacties uit dan in 2019. **Exclusief 'vaste' uitgaven**, die moeilijk op korte termijn aan te passen zijn (huur, leningen, belastingen, verzekeringen ...), is de schok nog groter: **in 2020 lagen de bestedingen in dat geval 12% lager dan het jaar voordien en werden er 16% minder betalingen uitgevoerd**. Begin 2021 oogt het plaatje niet veel beter. Door de nog altijd prominent aanwezige inperkingsmaatregelen hield de Belgische consument de vinger verder op de knip. **Zo lagen in januari 2021 de consumptiebestedingen (exclusief vaste uitgaven³) en het aantal transacties respectievelijk 15% en 29% lager dan een jaar voordien.**

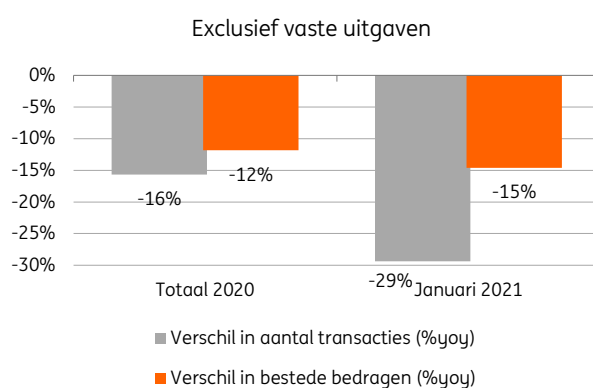
Gr. 1 De Belgen hebben in 2020 en januari 2021 stevig gesnoeid in hun uitgaven ...



Transacties met bankkaarten, bankoverschrijvingen en -transfers, in vergelijking met dezelfde periode een jaar eerder.

Bron: ING

Gr. 2 ... zeker als we moeilijk op korte termijn aan te passen uitgaven buiten beschouwing laten.



Transacties met bankkaarten, bankoverschrijvingen en -transfers, in vergelijking met dezelfde periode een jaar eerder.

Bron: ING

De pandemie heeft het consumptiegedrag uiteraard niet het hele jaar lang op dezelfde manier beïnvloed en niet alle uitgavencategorieën even hard getroffen. De transactiegegevens zijn gelukkig heel gedetailleerd en met hoge frequentie beschikbaar, waardoor het mogelijk is de impact van het coronavirus veel nauwkeuriger in te schatten.

Schokken en lichte oplevingen, maar nooit een echt herstel

¹ De vorige onderzoeken vindt u [hier](#), [hier](#) en [hier](#).

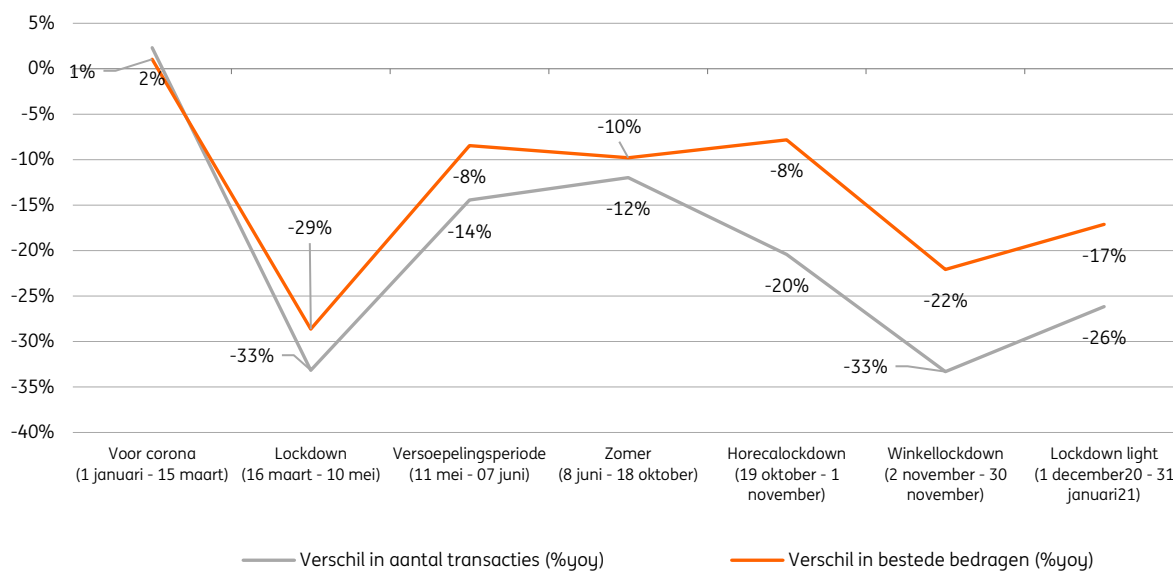
² Deze vaststellingen zijn uitsluitend op de transactiegegevens van ING-klienten gebaseerd en zijn dus niet noodzakelijk representatief voor het gedrag van de gehele Belgische bevolking. ING behoort echter tot de vier grootste banken in België qua aantal klienten. De gegevens verschaffen dus interessante informatie over een niet te verwaarlozen deel van de Belgische bevolking en zijn bruikbaar om de economische schok te illustreren.

³ Rekening houdend met de vaste uitgaven is het totale bedrag van de bestedingen in januari 2021 gedaald met 9% ten opzichte van januari 2020. Het totale aantal transacties is op jaarbasis met 21% afgenomen.

De inperkingsmaatregelen zijn sinds het begin van de pandemie verschillende keren veranderd en we kenden verschillende soorten lockdowns en versoepelingen. Om de echte impact op de Belgische consumptiebestedingen te kunnen begrijpen, moeten we een onderscheid maken tussen verschillende periodes:

- de periode vóór de uitbraak van het coronavirus: van 1 januari 2020 tot 15 maart 2020;
- de eerste 'lockdown': van 16 maart tot 10 mei;
- de periode van 'versoepeling', waarin alle handelszaken weer open waren: van 11 mei tot 7 juni;
- de 'zomer', waarin de beperkingen het kleinst waren en die begint bij de heropening van de cafés en restaurants: van 8 juni tot 18 oktober;
- de 'horecalockdown', waarin de cafés en restaurants opnieuw op slot gingen: van 19 oktober tot 1 november;
- de 'winkellockdown', de periode waarin, naast de horeca, ook niet-essentiële winkels de deuren moesten sluiten: van 2 tot 30 november;
- en tot slot de 'lockdown light' waarin de winkels open waren, maar de cafés, restaurants en andere ontspanningsplaatsen gesloten bleven: van 1 december 2020 tot 31 januari 2021.

Gr. 3 De pandemie heeft de consumptie het hele jaar beïnvloed, maar de schok was groter in bepaalde periodes.



Exclusief vaste uitgaven; vergelijking met dezelfde periode in 2019

Bron: ING

Uit die cijfers kunnen we verschillende interessante vaststellingen afleiden. Om te beginnen was het effect op het aantal transacties dat Belgen deden in beide lockdownperiodes (het voorjaar en november) gelijk. Ten opzichte van dezelfde periode in 2019 liep dat telkens met 33% terug. De bestede bedragen zijn daarentegen wat minder gedaald in november (22%) dan in het voorjaar.

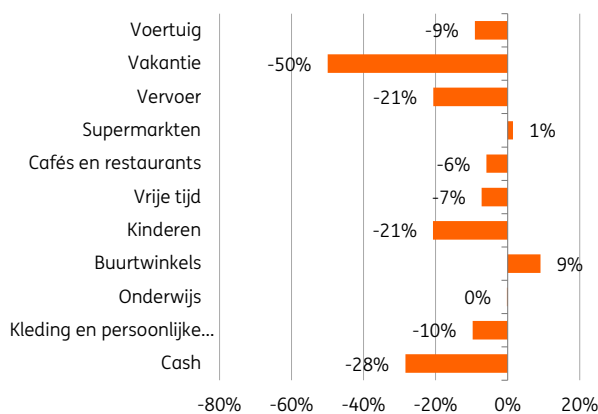
Een andere interessante vaststelling is dat **de lockdown 'light', die in december 2020 en januari 2021 van kracht was, zwaar inhakt op de consumptie van de Belgische huishoudens**. De bestedingen zijn jaar op jaar met 17% gedaald en het aantal transacties is met 26% afgenomen, wat slechts een zeer lichte verbetering is tegenover november, toen de winkels gesloten waren. Dat is minder goed dan tijdens de versoepeling in mei (toen ze met respectievelijk 8% en 14% afnamen). **Die cijfers leren ons dat de consumptie ditmaal wellicht veel minder sterk aantrekt dan vanaf mei het geval was**. Dat heeft heel

wat economische gevolgen. Het betekent met name dat we in de eerste helft van 2021 waarschijnlijk geen herhaling krijgen van het opmerkelijke herstel van de economie dat we in het derde kwartaal van 2020 zagen (toen het bbp in één kwartaal met 11,4% toenam). Terwijl in het voorjaar optimisme leek te heersen en weinig consumenten vreesden dat de gezondheids crisis tot nieuwe beperkingen zou leiden, weegt de context van deze winter – strenge beperkingen, twijfel over de snelheid van de vaccinatiecampagne en vrees voor de economische gevolgen van de langdurige crisis – op het vertrouwen en dus de consumptiebestedingen. Een terugkeer naar het consumptieniveau van afgelopen zomer zal wellicht tijd en een echte verbetering van het vertrouwen in de gezondheids- en economische vooruitzichten vergen. Een terugkeer naar het niveau van 2019 zal nog langer duren.

Sommige uitgavencategorieën krijgen veel hardere klappen dan andere

Behalve over de ontwikkeling in de loop van het jaar vertellen de transactiegegevens ook iets over de impact van het coronavirus op de verschillende uitgavencategorieën van de Belg. 2020 kent **slechts twee winnaars**, als direct gevolg van de sluiting van restaurants en het telewerken: **de supermarkten (+1%) en de buurtwinkels (+9%)**. Voor die laatste categorie is de stijging mogelijk deels toe te schrijven aan het afgenomen gebruik van cash in dergelijke winkels (onze gegevens per categorie houden rekening met kaarttransacties en elektronische betalingen, maar niet met betalingen in cash).

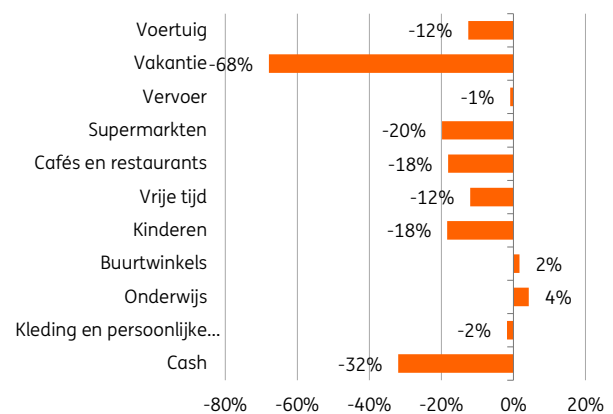
Gr. 4 Vakanties zijn de grootste verliezer van 2020 ...



Bestede bedragen over heel 2020 tegenover 2019

Bron: ING

Gr. 5 ... maar ook van januari 2021.



Bestede bedragen in januari 2021 tegenover januari 2020

Bron: ING

Alle andere soorten uitgaven zijn op jaarbasis afgenomen. Bij de grootste verliezers vinden we **de vakantiebestedingen, die op jaarbasis zijn teruggefallen met 50% (!)**. Dat al erg lage cijfer over het hele jaar wordt bovendien nog opgekrikt dankzij de periode vóór de pandemie. De vakantiebestedingen zijn gedaald met 75% tijdens de eerste lockdown en met 70% tijdens de tweede lockdown in november, en lagen in december 2020 en januari 2021 nog altijd 65% lager dan een jaar voordien. De **uitgaven voor vervoer**, met daarin de vliegtuigtickets en autoverhuur, maar ook het openbaar vervoer en de taxibestedingen, zijn eveneens sterk teruggefallen op jaarbasis (**-21%**), al vertonen ze een licht herstel sinds december (afname met 14% in vergelijking met een jaar eerder, tegenover 30% tijdens de lockdown van november en 19% tijdens de zomer).

Ook de **uitgaven voor kinderen**, zoals buitenschoolse activiteiten, kinderopvang en speelgoed, zijn sterk **gedaald, met 21% op jaarbasis**. Dat is vooral het gevolg van de twee lockdowns, waarin die uitgaven met 68% en 60% verminderden. Tijdens de lockdown 'light', die sinds december van kracht is, liggen deze uitgaven nog altijd 23% lager dan een jaar voordien.

De uitgaven voor kleding en persoonlijke verzorging zijn op jaarbasis met 10% afgenomen, maar achter dat cijfer gaat een bijzonder woelig jaar voor de sector schuil: een daling met meer dan 50% tijdens de lockdown, een sterke opleving tijdens de versoepeling in het voorjaar en de zomer (+13% en +4% jaar op jaar) en een zeer moeilijke situatie in december en januari ondanks zeer forse kortingen tijdens de solden (-10% op jaarbasis).

De afname van de bestedingen in cafés en restaurants kan met 'slechts' 6% in 2020 ten opzichte van 2019 beperkt lijken. Daar zijn echter twee verklaringen voor. Om te beginnen is het mogelijk dat een aanzienlijk deel van de transacties die voordien in cash gebeurden, nu met een kaart of een mobiele betaalapp worden uitgevoerd en dus in onze cijfers opduiken, terwijl ze daar vroeger niet in zaten. Tot slot blijkt uit de analyse per categorie en per periode dat de bestedingen in cafés en restaurants begin 2020, vóór de eerste lockdown, net in stijgende lijn gingen (+14% op jaarbasis). Bovendien was de periode tussen de twee golven van de pandemie gunstig voor de cafés en restaurants, die de bestedingen met 3% zagen toenemen tegenover dezelfde periode in 2019. De thuisleveringen en afhaaldiensten die restaurants vooral tijdens de tweede lockdown hebben opgezet, hebben niet echt een zichtbaar effect op de cijfers. De bestedingen zijn tijdens de tweede lockdown namelijk bijna even sterk gedaald als tijdens de eerste. Wel is het aantal transacties tijdens de nieuwe lockdown (-55% op jaarbasis) minder sterk afgenomen dan de eerste maal (-68% op jaarbasis). Dat wijst erop dat de Belg sinds eind oktober vaker gebruik heeft gemaakt van afhaal mogelijkheden en thuislevering dan in het voorjaar, maar dat de bedragen per transactie kleiner waren.

Tab. 1. De pandemie heeft de bestedingen van de Belg niet in elke sector even hard getroffen.

	Cash	Kleding en persoonlijke verzorging	Onderwijs	Buurtwinkels	Diensten voor gezinnen	Kinderen	Vrije tijd	Cafés en restaurants	Supermarkten	Vervoer	Vakantie	Voertuig
Vóór corona (1 januari – 15 maart)	-7%	2%	14%	3%	5%	0%	-2%	14%	6%	1%	-3%	6%
Lockdown (16 maart – 10 mei)	-53%	-57%	-20%	14%	-15%	-68%	-32%	-25%	22%	-49%	-69%	-47%
Versoepelingsperiode (11 mei – 7 juni)	-36%	13%	-5%	17%	14%	4%	2%	-23%	16%	-31%	-75%	-8%
Zomer (8 juni – 18 oktober)	-25%	4%	2%	12%	-7%	-6%	-1%	3%	-3%	-19%	-56%	1%
Horecalockdown (19 oktober – 1 november)	-29%	9%	1%	18%	21%	-1%	0%	-23%	-6%	-30%	-63%	-3%
Winkellokdown (2 november – 30 november)	-34%	-50%	-10%	6%	-1%	-60%	-21%	-22%	-18%	-31%	-70%	-19%
Lockdown 'light' (1 december 2020 – 31 januari 2021)	-30%	-10%	-16%	-4%	0%	-23%	-16%	-23%	-17%	-14%	-65%	-15%

Procentueel verschil in de uitgaven; vergelijking met dezelfde periode een jaar voordien

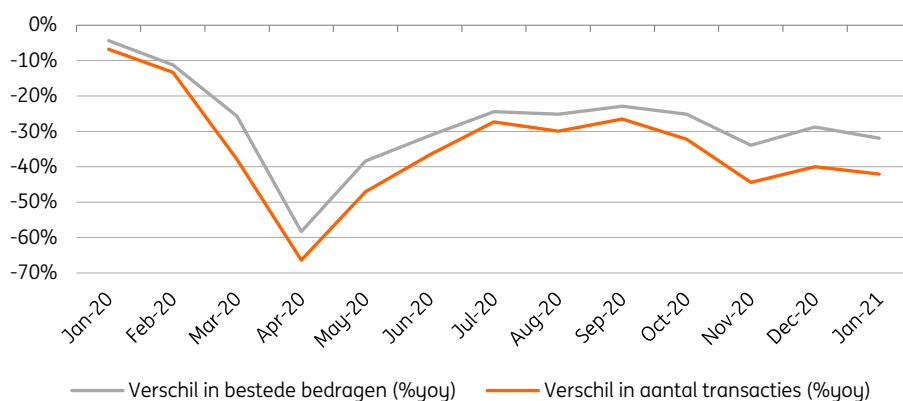
Bron: ING

Blijvende impact op het gebruik van cash

Een interessante ontwikkeling in het consumptiegedrag in 2020 is het gebruik van cash. Over heel het jaar haalde de Belg 28% minder geld uit de automaat en ging hij er 35% minder langs dan in 2019. Begin 2020 was de terugval nog gering, maar het gebruik van cash is na de eerste lockdown niet even sterk opgeveerd als de andere vormen van transacties. Op de terugval van het aan automaten opgenomen bedrag met 58% tijdens de eerste lockdown volgde niet meer dan een licht herstel. De 'kleinste' daling van het jaar deed zich voor in september, tot 23% minder dan in 2019. In januari 2021 verdeelden de Belgische geldautomaten 32% minder cash dan begin 2020.

Het aantal bezoeken aan de geldautomaat is nog sterker afgenomen: -66% tijdens de eerste lockdown, -40% in januari 2021. In juli en september was de terugval met -27% het 'kleinst'.

Gr. 6 Het gebruik van cash heeft zich na de eerste lockdown nooit hersteld.



Vergelijking met dezelfde periode in 2019

Bron: ING

Het lijkt er dus op dat de gezondheidscrisis de manier waarop de Belg betaalt, blijvend heeft veranderd. Het coronavirus heeft elektronische betalingen wellicht een duurzaam duwtje in de rug gegeven (ook voor kleine bedragen), zelfs zonder transacties via webshops. Die verminderde interesse van de Belg voor cash loopt gelijk met het toenemende gebruik van de functie 'contactloos betalen' bij bankkaarten. **Op jaarbasis is het aantal 'contactloze' Bancontact-transacties van ING-klanten met 179% toegenomen, van 7% van alle kaarttransacties (Bancontact, Maestro en kredietkaarten) naar 21%.**

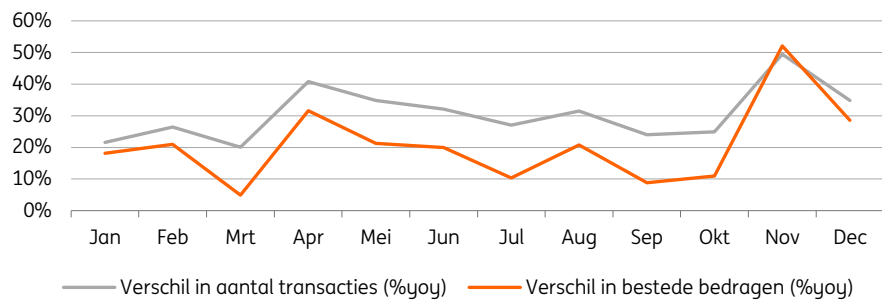
Zijn webshops de grote winnaars van de crisis?

Webshops zagen de bestellingen in 2020 fors toenemen, onder meer omdat de consumenten aankopen die ze vroeger in een winkel deden, nu online deden. Maar in welke mate precies? Dat kunnen we moeilijk bepalen op basis van de bovenstaande transactiegegevens, want die zijn samengevoegd en maken geen onderscheid tussen inkopen bij een webshop of in een fysieke winkel. Andere gegevens kunnen ons echter wel helpen om de invloed van het coronavirus op de consumptiegewoonten in kaart te brengen. Vooral de cijfers die Worldline verstrekt over de online handel met kaarten (Bancontact-kaarten (met inbegrip van het scannen van QR-codes via de bankapplicatie), Maestro-kaarten en kredietkaarten) zijn interessant⁴. Daaruit blijkt dat **de uitgaven van Belgische consumenten bij webshops over heel 2020 met 21% gestegen zijn tegenover 2019. Het aantal online transacties door Belgen is op jaarbasis met 31% toegenomen.**

De aantrekkingskracht van de e-commerce was het grootst tijdens de lockdownperiodes in april en november. Toch moeten we vaststellen dat op de versoepeling van de maatregelen geen terugkeer naar het niveau van 2019 is gevolgd. In mei en juni, toen de winkels weer open waren, lagen de online bestedingen 20% hoger dan in dezelfde periode in 2019 en was het aantal transacties meer dan 30% groter dan het jaar voordien. Ook de versoepeling in december maakte geen einde aan de opmars van e-commerce, integendeel. In december 2020 gaven de Belgen online 29% meer uit en voerden zij 35% meer transacties uit dan in december van het jaar daarvoor.

⁴ Het betreft alle transacties met een kaart zonder dat die kaart fysiek aanwezig was in de terminal van een verkoper.

Gr. 7 E-commerce is, ondanks de afgenomen verkoop van diensten, de grote winnaar van de crisis.



Online transacties met Bancontact, Maestro of kredietkaarten; vergelijking met dezelfde periode in 2019

Bron: equensWorldline, berekeningen ING

Dat is op zich al een indrukwekkende stijging, maar in werkelijkheid is de verschuiving naar e-commerce nog groter. De gegevens over de transacties bij online handelaars omvatten namelijk alle online gekochte goederen en diensten. Het gaat dus zowel over goederen gekocht bij Amazon of bol.com, als over diensten zoals vliegtuigtickets, reizen, concerttickets ... Diensten maken een aanzienlijk deel uit van de online bestedingen van de Belg en waren jarenlang de 'motor' van de e-commerce in België. Door de beperkingen die het coronavirus met zich meebracht (onmogelijkheid om te reizen, sluiting van concertzalen, afgelasting van festivals ...) is de online verkoop van diensten in 2020 echter sterk teruggevallen. Dat betekent dat het bedrag dat de Belg online uitgaf aan goederen (en niet aan diensten) op jaarbasis met veel meer dan 21% is toegenomen. Een exact percentage is op die stijging moeilijk te plakken, want de gegevens van Worldline maken geen onderscheid tussen uitgavencategorieën. We kunnen wel enkele schattingen maken. Volgens BeCommerce, de vereniging van Belgische e-commercebedrijven, ging in 2020 "slechts 25% van alle bestedingen online naar diensten. In 2019 was dit nog meer dan de helft."⁵ Die vaststelling en de totale stijging van de online bestedingen van de Belg met 21% op jaarbasis houden in dat **de online verkoop van diensten in een jaar met 40% zou zijn afgenomen. De online uitgaven van Belgische consumenten voor louter goederen zouden in 2020 met 81% gestegen zijn tegenover 2019.** We kunnen niet uitsluiten dat die raming een lichte overschatting is, want het gebruik van verschillende gegevensbronnen kan een vertekening veroorzaken. Niettemin laten ook andere ramingen⁶ op basis van andere hypothesen uitschijnen dat de online verkoop van goederen op jaarbasis met minstens 50% is toegenomen.

De coronaviruspandemie heeft de consumptiegewoonten van de Belg dus echt veranderd. Het is aannemelijk dat ook de online verkoop van diensten zich zal herstellen nadat de beperkingen zijn opgeheven. We mogen dus een sterke opleving van de uitgaven voor vrijetijdsbesteding en reizen verwachten zodra de vaccinatie voldoende effect heeft, waarbij de bestedingen wellicht opnieuw het niveau van 2019 halen. Anderzijds blijft wellicht ook de online verkoop van goederen groot. De nieuwe gewoonten die de Belg zich tijdens de pandemie eigen gemaakt heeft, doorstaan waarschijnlijk de tand des tijds. Wij denken dat de online verkoop van goederen in de toekomst minstens op het niveau van

⁵ <https://becommerce.odoo.com/bcpbw01>

⁶ In de vorige versies van ons transactieonderzoek analyseerden we de bestedingen bij Amazon, bol.com en Zalando. In juli en augustus lagen die ruim 53% hoger dan een jaar eerder. Helaas hebben we die gegevens nu niet en kunnen we het effect van de tweede lockdown op de bestedingen bij die drie aanbieders dus niet beoordelen. Het lijkt echter redelijk om aan te nemen dat de stijging eind 2020 en begin 2021 minstens even groot is als tijdens de zomer, toen de inperkingsmaatregelen minder streng waren.

2021 blijft. We kunnen dus besluiten dat de e-commerce dankzij de pandemie een echte duurzame versnelling heeft doorgemaakt, ten koste van fysieke winkels.

Disclaimer

Deze publicatie, opgesteld door de afdeling Economische en Financiële Analyse van ING België N.V. ("ING") is uitsluitend bedoeld ter informatie en houdt geen rekening met de beleggingsdoelstellingen, financiële situatie of middelen van een bepaalde gebruiker. De informatie in deze publicatie is geen aanbeveling om te beleggen en is geen juridisch, fiscaal of beleggingsadvies noch een aanbod of uitnodiging om financiële instrumenten te kopen of te verkopen. Alle redelijke maatregelen werden genomen om ervoor te zorgen dat deze publicatie niet onwaar of misleidend is, maar ING kan niet garanderen dat de informatie volledig is of de informatie meegegeeld door derden correct is. ING is niet aansprakelijk voor directe, indirecte of gevolgschade die voortvloeit uit het gebruik van deze publicatie, behoudens grove fout van ING. Tenzij anders vermeld, zijn eventuele opinies, voorspellingen of schattingen uitsluitend toe te rekenen aan de auteur(s), zoals deze gelden op de publicatiedatum. Bovendien kunnen deze zonder voorafgaande kennisgeving worden gewijzigd.

Mogelijk is de verspreiding van deze publicatie onderworpen aan wettelijke of reglementaire beperkingen in verschillende rechtsgebieden en wie die deze publicatie in handen krijgt, dient zich te informeren over, en zich te houden aan, deze beperkingen.

Op dit rapport zijn auteurs- en databankrechten van toepassing en dit rapport mag niet gereproduceerd, verspreid of gepubliceerd worden voor welke doeleinden dan ook zonder de voorafgaandelijke, uitdrukkelijke en schriftelijke toestemming van ING. Alle rechten voorbehouden. Aan de publicerende juridische entiteit, ING België N.V is vergunning verleend door de Nationale Bank van België en zij staat onder toezicht van de Europese Centrale Bank (ECB), de Nationale Bank van België (NBB) en de Autoriteit voor Financiële Diensten en Markten (FSMA). ING België N.V. is opgericht in België (ondernemingsnummer 0403.200.393 te Brussel).

Voor Amerikaanse beleggers: Wie dit rapport wenst te bespreken of transacties wenst uit te voeren met de effecten die hierin besproken werden, dient contact op te nemen met ING Financial Markets LLC, dat lid is van de NYSE, FINRA en SIPC en onderdeel is van ING, en dat de verantwoordelijkheid draagt voor de verspreiding van dit rapport in de Verenigde Staten conform de toepasselijke voorschriften.

Verantwoordelijke uitgever: Peter Vanden Houte, Marnixlaan 24, 1000 Brussel, België.