

“Vakantie op de beursvloer”

Uit het departement: “Offlinen tussen zon, zee en berg”

De dagen worden langer, de nachten van studenten korter. Het wordt zomer. Tropische temperaturen. U denkt samen met ons spontaan aan vakantie, die deugddoende periode van welverdiende rust die volledig naar eigen keuze wordt ingevuld. Weg van stress en de alledaagse mallemolen.

Wie nog niets plande, wacht beter niet te lang om aan de slag te gaan op Tripadvisor en/of Booking.com. Of misschien neem je, Johan Verminnen indachtig, liever vakantie in je straat en ga je bij de burens op reis. Maar gezien het veranderende vakantiegedrag van de Belg riskeert u wel steeds meer voor een gesloten deur komen te staan.



Geen vakantie echter voor de financiële markten die, een occasionele feestdag niet te na gesproken, de hele zomer onverminderd verder gaan. Aan lagere volumes evenwel. In deze nota gaan na wat de vakantie betekent voor de Belg, de keuze van bestemming, de mate van bescherming van zijn portefeuille en de aandelen die het meest profiteren van het vakantiegeld dat weelderig rolt.

Inhoudstafel

1. Belg zoekt vakantieplezier steeds meer over de grens.....	2
2. Globalisering vakantiegedrag.....	2
3. De vakantie-economie.....	3
4. Vakantie en politiek.....	4
5. Vakantielanden = beleggingslanden ?	5
6. Bescherm uw portfolio tegen de zon.....	5
7. Vakantiebedrijven	6
• Carnival (Kopen – Koersdoel 70 dollar).....	6
• Eurotunnel (Opbouwen – Koersdoel: 10,80 euro).....	6
• Priceline (Kopen – Koersdoel: 2.000 dollar)	7
• Ryanair Holdings (Houden – Koersdoel: 17,5 euro).....	7
• Time Warner (Houden – Koersdoel: 100 dollar).....	8
• Kinopolis (Kopen – Koersdoel: 52,5 euro).....	8
• Jensen (Houden – Koersdoel: 40 euro).....	8
• Internationaal overzicht	8



1. Belg zoekt vakantieplezier steeds meer over de grens

Het vakantiegedrag van de Belgen is de voorbije decennia fel veranderd. Volgens het West-Vlaams Economisch Studiebureau (WES) ligt het aantal (korte en lange) vakanties van alle Belgen samen vandaag 3,5 keer hoger dan bij het begin van de jaren 70.

Uit enquêtes van de FOD Economie blijkt dat tussen 2002 en 2015 het aantal korte (+138%) en lange (+50%) vakanties van de Belgen naar het buitenland fors is toegenomen. Het aantal korte vakanties in het binnenland volgde de toename van die in het buitenland niet en het aantal lange vakanties in het binnenland viel in de vermelde periode zelfs met ruim 30% terug.



Terwijl de korte vakanties in het binnenland nog goed standhielden, verloren de lange binnenlandse vakanties fors marktaandeel.

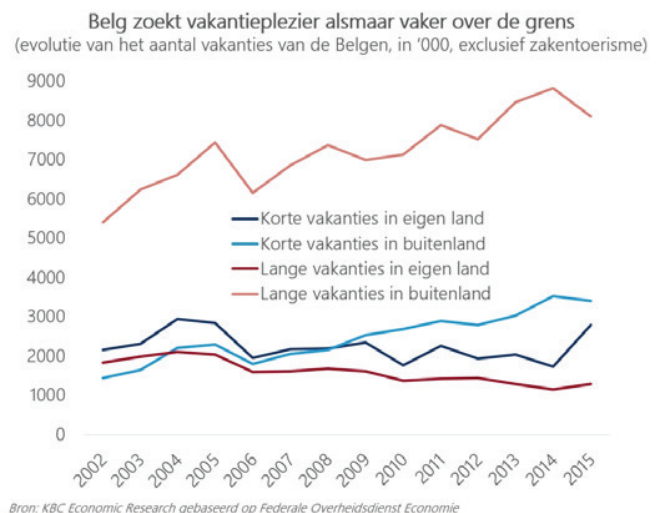
De stijging is vooral toe te schrijven aan de **sterk toegenomen vakantiefrequentie**, d.i. het aantal vakanties per vakantieganger, en pas in tweede instantie aan het groter aantal vakantiegangers. Vandaag gaat ruim drie kwart van de Belgen minstens één keer per jaar op vakantie. Zij die vakantie nemen doen dat gemiddeld 2,3 keer per jaar. Vooral de **buitenlandse bestemmingen** profiteerden van de langetermijngroei in het aantal vakanties.

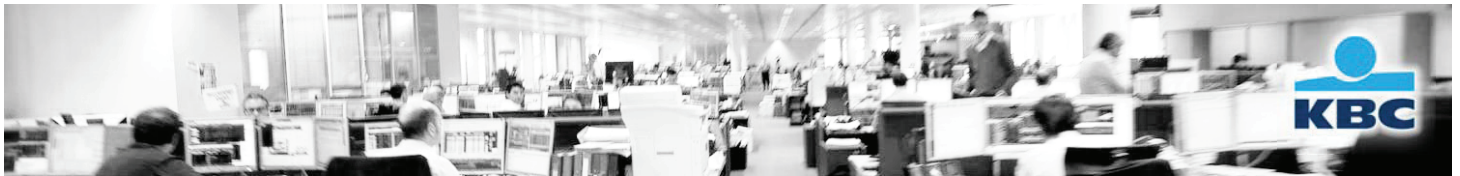
Begin de jaren 70 werd nog de helft van de vakanties in eigen land doorgebracht. Vandaag is dat afgebrokkeld tot ongeveer een kwart. De trend naar meerdere vakanties is bovendien te verklaren door een forse groei van de korte vakanties (één tot drie overnachtingen).

2. Globalisering vakantiegedrag

De globalisering van het vakantiegedrag heeft meerdere verklaringen.

- De voornaamste reden is dat verre bestemmingen **financieel** alsmaar meer mogelijk zijn geworden, dankzij de inkomensgroei bij de gezinnen en de komst van lage kosten maatschappijen in de luchtvaart.
- Ook de **uitbreiding van de vliegbestemmingen**, de aanleg van het hst-netwerk en de vlotte bereikbaarheid van buitenlandse bestemmingen met de auto, mede door de gps, zorgden voor een verruiming van de reishorizon.
- Verder speelden ook wijzigingen op politiek vlak een rol, waaronder de **invoering van de euro** in 1999, de EU-uitbreiding in 2004 en de vrijmaking van de markt voor reisbureaus in 2006.
- Ten slotte droegen ook nieuwe trends in de toeristische industrie (bijv. het succes van de **all-in formule** in grote hotelketens) en het consumentengedrag (bijv. het gebruik van **Internet** als informatie- en boekingskanaal) bij tot meer buitenlandse vakanties.





De verschuiving in België is groot

Hoewel het een algemeen fenomeen betreft, is de verschuiving van binnen- naar buitenlandse vakanties in België vrij groot. Binnen de EU is België het land waar burgers het minst hun vakantie in eigen land doorbrengen. Dat geldt voor de korte én lange vakanties. Volgens Eurostat bedraagt het aandeel korte vakanties in eigen land in het geheel van de korte vakanties bij Belgen 42%. Voor alle EU-burgers samen ligt dat met 89% veel hoger. Van hun lange vakanties brengen Belgen amper 12% in eigen land door (60% voor alle EU-burgers).



Je kan argumenteren dat België een klein land is en dat daardoor, gegeven een bepaalde reisafstand, de kans uiteraard groter is dat men in het buitenland op vakantie gaat. In de grote EU-landen ligt het aandeel binnenlandse vakanties inderdaad veel hoger, tot bijna 90% in Frankrijk en Spanje. Daar staat tegenover dat ook in Nederland - toch ook geen groot land - burgers 82% van hun korte en 36% van hun lange vakanties in eigen land doorbrengen.

Toerisme-intensiteit

We vinden ons land dus niet aantrekkelijk genoeg om er een echte vakantie te nemen, maar vinden buitenlandse toeristen dat ook? Ja. Volgens de World Tourism Organization lag de groei van het aantal buitenlandse toeristen dat naar ons land komt sinds 2005 zowat een derde lager dan die van het totaal aantal internationale toeristen in Europa. België verliest dus marktaandeel.

Men kan de aantrekkelijkheid van landen als vakantiebestemming meten door het aantal overnachtingen (door eigen inwoners en buitenlanders) af te zetten tegen hun bevolking. Volgens deze maatstaf van toerisme-intensiteit waren de landen aan de Middellandse Zee samen met Oostenrijk in 2015 de meest populaire toeristische bestemmingen in Europa. België scoort met 3,4 overnachtingen per 1.000 inwoners slechts een 21e plaats in de EU28 en ver beneden het Europese gemiddelde (5,3 overnachtingen per 1.000 inwoners). Onze buurlanden doen met een 9e (Frankrijk), 10e (Nederland), 14e (Luxemburg), 16e (het VK) en 17e (Duitsland) plaats iets tot veel beter.

Een land op de kaart zetten als toeristische trekpleister is natuurlijk niet zo moeilijke als je troeven als klimaat, natuur of historisch erfgoed in de aanbieding hebt. Maar ook deze troeven moeten in de verf worden gezet via gerichte marketing campagnes en promotie inspanningen. In de Seychellen is de overheid zich er alvast van bewust dat je niet voor niets krijgt.

3. De vakantie-economie

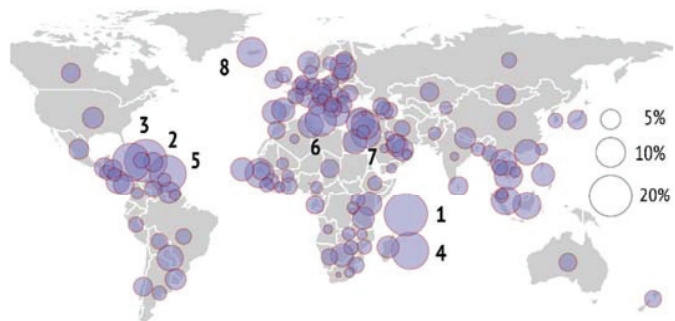
Met circa 300.000 jobs en een bijdrage van 5% tot het bruto binnenlands product is de toeristische sector in België erg belangrijk. Wereldwijd is 1 werknemer op 10 verbonden met reizen en toerisme en op wereldschaal wordt het economisch belang van toerisme steeds groter.

Volgens cijfers van de World Travel & Tourism Council tekende deze activiteit in 2016 voor een bijdrage van 10,2% van het globale BBP (7.600 miljard dollar), goed voor naar schatting 292 miljoen banen.

Met een groei van 3,3% groeide Travel & Tourism (T&T) voor het derde jaar op rij sneller dan de wereld economie die in 2016 genoeg moest nemen met 2,5%.

Wish you were here

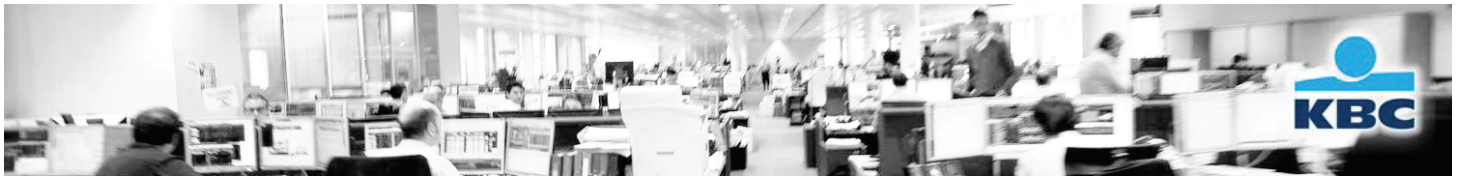
Government spending on tourism as a percentage of government spending excluding defense and welfare spending, 2013.



1. Seychelles	22.4%	2. Dominican Republic	21.8%	3. Jamaica	17.1%
4. Mauritius	16.4%	5. Barbados	16.1%	6. Malta	11.4%
7. Jordan	10.6%	8. Iceland	10.3%	38. U.S.A.	5.2%

Notes: Includes all 'individual' and 'collective' government spending reported by WTTC, divided by total non-defense, non-welfare budget.
Source: World Travel & Tourism Council, Tourism Satellite Account Research 2014

CNBC



In een afzonderlijke studie zette de WTTC de kracht van T&T voor de economische ontwikkeling van een land op een rij:

- Een goed ontwikkelde T&T industrie kan de toegang tot **internationale markten** verbeteren, zakelijke relaties een duwtje in de rug geven en de kansen voor handel verhogen.
- De verhoogde **connectiviteit** die hand in hand gaat met Travel & Tourism, kan directe investeringen tot stand brengen en de aantrekkelijkheid van een regio verbeteren om zo een hoofdkantoren van bedrijven, distributiecentra of productiefaciliteiten aan te trekken.
- Om de T&T-sector te ondersteunen zijn investeringen in publieke en private **infrastructuur**, zoals de bouw van hotels, retail en food services faciliteiten, wegen, bruggen en luchtvervoer nodig die alle economische sectoren van het land en de gezinnen ten goede komen.
- Reizen en toerisme ondersteunt economische ontwikkeling via intense **interculturele contacten**.

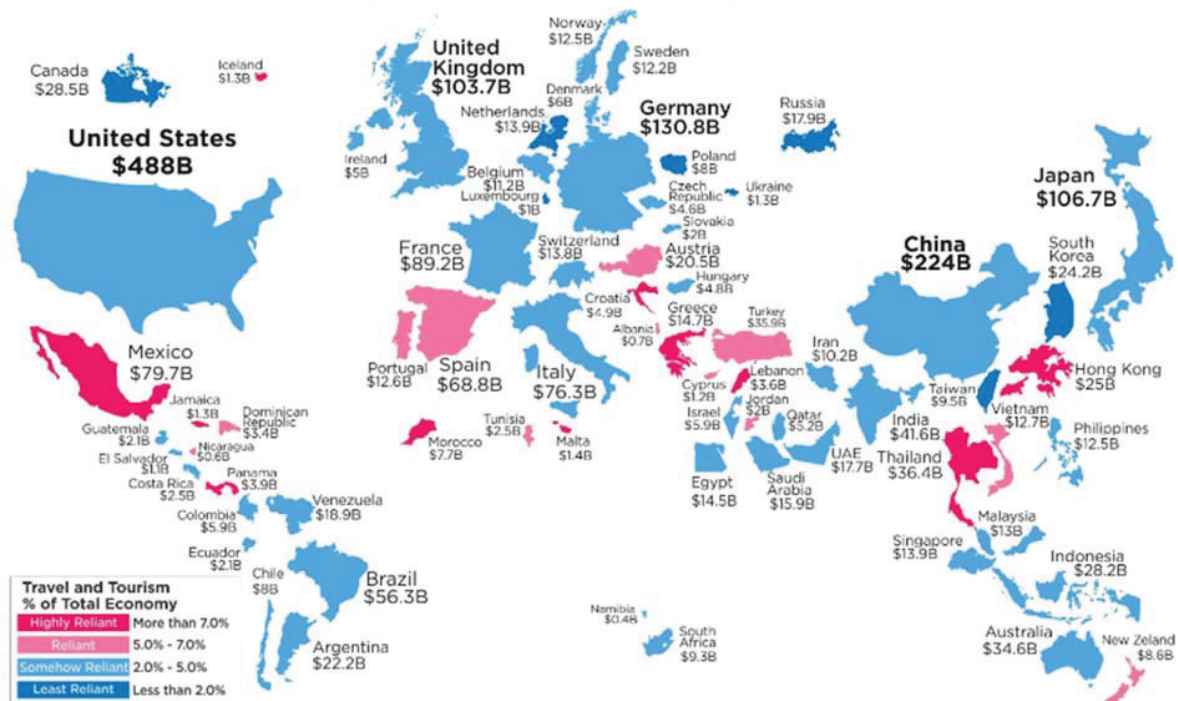
4. Vakantie en politiek

Hoe belangrijk de toerisme-industrie is, ondervond ons land vorig jaar toen we eind maart getroffen werden door de dodelijke terroristische aanslagen in Brussel. In de dagen, weken en maanden die volgen kreeg de sector een gevoelige tik uitgedeeld. Hetzelfde beeld was te zien in Parijs en Londen. Het hoeft dan ook niet te verbazen wat de impact van politieke onrust is in landen die voor een veel groter stuk dan ons land aangewezen zijn op toeristen.

In Europa denken we aan populaire Zuid-Europese vakantiebestemmingen als Spanje, Portugal, Italië, en Griekenland. Een stuk naar het Noorden is IJsland erg afhankelijk van toeristen om de economische groei te ondersteunen en zelfs te dragen, net zoals dat veel eilanden het geval is. Die voeren wereldwijd de ranglijst aan van landen die het meest op bezoekers zijn aangewezen: de Maldiven en de Seychellen in de Indische Oceaan, de Virgin Islands, de Bahama's, Aruba en Anguilla in de Caraïben.

The Travel & Tourism Economy (2017)

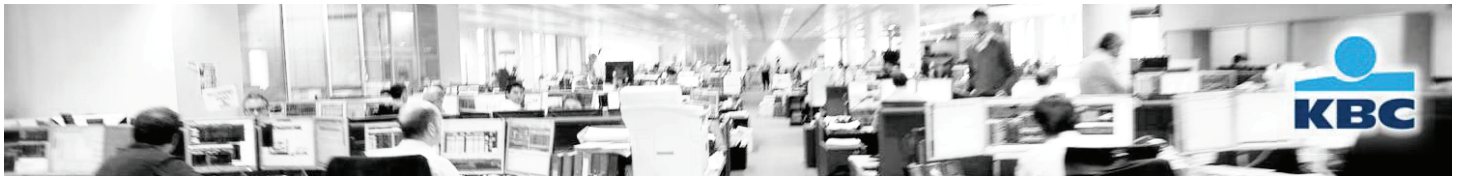
Which Countries are Most Dependent on the Travel Industry?



How to read this map: The map shows the biggest Travel & Tourism (T&T) economies in selected countries. Each country is sized to reflect the Travel & Tourism GDP, countries appear bigger as their T&T GDP is higher. Conversely, countries with smaller T&T GDP appear smaller. The colour represent how reliant the overall economy is to T&T GDP.

Source and Article:
The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, World Economic Forum
<https://howmuch.net/articles/travel-tourism-economy-2017>

howmuch.net



Met 44% van het BBP afkomstig van T&T vinden we het Chinese Macau, de casino hoofdstad van de wereld, bovenaan die lijst terug. In absolute cijfers leveren China en de VS de grootste bijdrage tot de wereldwijde T&T-industrie. Beide zijn respectievelijk goed voor 263 miljard dollar en 458 miljard dollar. Andere topverdieners in absolute cijfers, maar op ruime afstand van de VS en China, zijn Spanje, Frankrijk en het VK. Thailand is het best verdienende Aziatische land en strandt net buiten de top-5.

5. Vakantielanden = beleggingslanden ?

Populairste vakantiebestemmingen zijn niet altijd de beste landen om uw geld in te parkeren. We tonen dat aan de hand van onderstaande tabel aan, die de prestatie van enkele aandelenmarkt in de kijker zet.

Land	Aantal toeristen (2015)	Aantal toeristen (2014)	index	Prestatie sinds jaarstart (YTD)	Prestatie afgelopen 5 jaar (-5Y)
Frankrijk	84,5 miljoen	83,7 miljoen	CAC40	9%	54%
VS	77,5 miljoen	75,0 miljoen	S&P500	9%	78%
Spanje	68,2 miljoen	64,9 miljoen	IBEX 35	16%	9%
China	56,9 miljoen	55,6 miljoen	CSI 300	7%	41%
Italië	50,7 miljoen	48,6 miljoen	MIB	9%	27%
Turkije	39,4 miljoen	39,8 miljoen	BIST100	27%	52%
Duitsland	35,0 miljoen	33,0 miljoen	DAX	12%	95%
VK	34,4 miljoen	32,6 miljoen	FTSE	5%	28%
Mexico	32,1 miljoen	29,3 miljoen	S&P/BMV	8%	23%
Rusland	31,3 miljoen	29,8 miljoen	Micex	-19%	59%

(Bron: Bloomberg, Reuters, Wikipedia)

6. Bescherm uw portfolio tegen de zon

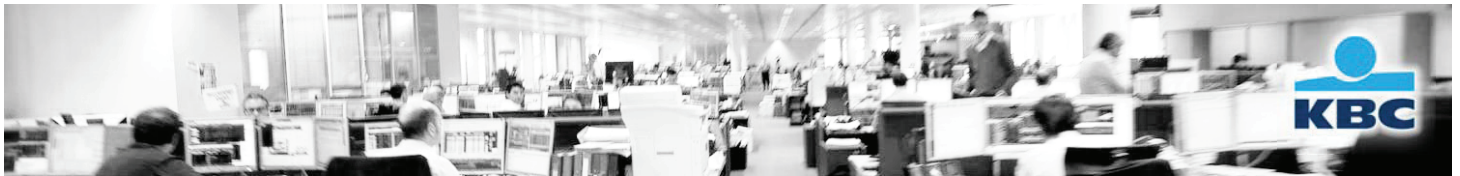
De financiële markten zijn niet ongevoelig voor het positieve vakantiesentiment. Aan de vooravond van een vakantie zijn beleggers immers optimistischer, waardoor de dagreturs op dat moment bovengemiddeld hoog zijn. De optimisten animeren bovendien de handel in "dunnere" markt, wat betekent dat de verminderde liquiditeit de dagbewegingen iets uitgesprokener maakt. En als er op die dagen ook echt tegenvallend nieuws te rapen valt, is de reactie doorgaans ook iets uitgesprokener.

- Sell in may and go away... ..but remember to come back in November.

Deze beurswijsheid van formaat impliceert dat je tijdens de vakantie maanden als belegger niet veel te zoeken hebt op de beursvloer. In de periode van mei tot oktober laten de beurzen op basis van historische cijfers traditioneel een minder goede prestatie zien dan in de andere zes maanden. Sinds 1950 liet de Dow Jones in de lente- en zomermaanden een gemiddelde stijging zien van 0,3% tegenover 7,5% in de periode van november tot april.

Harde wetenschappelijke argumenten voor dit fenomeen zijn ze niet, maar lagere activiteiten op de beursvloer als gevolg van vakantie zijn mogelijk een verklaring. De houdbaarheid van de beurswijsheid kwam recentelijk trouwens onder druk te staan. Onderzoek ernaar in de VS wees uit dat die enkel in het derde jaar van de presidentiële ambtstermijn overeind blijft: 11% winst in de winterse maanden en een klein verlies in de zomerse maanden. In het eerste, het tweede en het vierde jaar wordt dit respectievelijk 3% en 2%.

Wie de portefeuille volledig verkoopt in april kan inderdaad ook wel wat kansen missen. Het gemiddelde van 0,3% is ook maar een gemiddelde en verbergt onder meer de betere prestatie van sectoren die het tijdens de vakantie maanden traditioneel beter doen dan andere. Basis consumentenproducten en aandelen uit de gezondheidssector bijvoorbeeld.



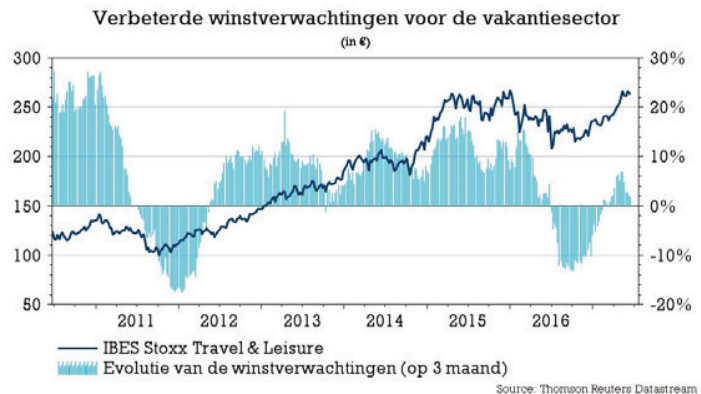
- **Stop loss**

In plaats van volledig uit te stappen, wat nogal wat kosten met zich mee kan brengen, is het mogelijk zinvoller om stop loss orders in te leggen. Daarmee legt u een bodem vast tot het niveau waartegen u de aandelen wil aanhouden. Gaan ze onder die bodem, dan wordt er automatisch een verkooporder verstuurd om erger te vermijden. Hierdoor kan je met een geruster gemoed de deur achter je dicht trekken. Een reisbijstandsverzekering voor je portefeuille dus. En volledig gratis want behoudens de traditionele kosten bij uitvoering, wordt voor een stop loss order niks extra aangerekend.

7. Vakantiebedrijven

Luchtvaartmaatschappijen en hotelbedrijven verdienen behoorlijke boterhammen aan het toerisme, maar ook heel wat andere bedrijven en sectoren hebben hun lot voor een deel aan toerisme verbonden.

Thema- en attractieparken zijn daarbij de meest voor de hand liggende, maar ook bedrijven die diensten leveren aan de sector zien hun inkomsten mee bewegen met de vakantiegolven. Leveranciers van wassystemen bijvoorbeeld. Op Euronext Brussel denken we dan spontaan aan Jensen Group.



We geven hierbij de lijst met aandelen binnen het universum van KBC Securities en KBC Asset Management die last of baat kunnen hebben bij vakantiekiebels. Toegegeven, met wat creativiteit hadden we de lijst makkelijk vijf keer zo lang kunnen maken, maar we hebben ons tot de essentie beperkt.

- **Carnival** (Kopen – Koersdoel 70 dollar)

Carnival is de dominante speler in de globale markt voor cruises. Carnival is actief in diverse segmenten. Het premium segment (Princess, Holland America en Costa Cruises) is goed voor 51% van de capaciteit. Het middensegment (Carnival, AIDA, Ibero) is goed voor 43%. Carnival is nagenoeg afwezig in het zeer exclusieve segment.

In het jongste kwartaal boekte Carnival een winst per aandeel van 38 cent, 10% boven de verwachting. Voor het hele jaar verwacht Carnival nu 3% hogere inkomsten per dag per passagier. Dat cijfer lag eveneens boven verwachting. Carnival trok ook de verwachte winstvork op van 2,30 tot 2,60 USD naar 2,30 tot 2,70 USD.

De cruisesector heeft momenteel de wind in de zeilen. De opbrengsten per passagier (prijs voor een overnachting in een kajuit plus de consumptie aan boord) zitten in stijgende lijn. Carnival heeft zijn investeringsprogramma fors afgebouwd en daardoor stijgt de vrije kasstroom. Carnival koopt dan ook continu eigen aandelen in.

De cruisesector profiteert in belangrijke mate van de vergrijzing, aangezien vijftigplussers de belangrijkste doelgroep vormen. Carnival is nu gewaardeerd aan dezelfde niveaus als in 2001 en 2008. Toen zetten respectievelijk terrorisme en een recessie de waardering onder druk. Toch zijn de vooruitzichten voor de cruisesector beter dan ooit.

- **Eurotunnel** (Opbouwen – Koersdoel: 10,80 euro)

Eurotunnel beheert de infrastructuur van de Kanaaltunnel, de spoorwegtunnel onder het Kanaal tussen Frankrijk en Engeland en beheert ook de shuttledienst tussen Calais en Folkstone (een pendelservice voor vrachtwagens, auto's en bussen). Daarnaast exploiteert Eurotunnel via zijn dochteronderneming Europorte goederenvervoer per spoor.



Het aandeel heeft in 2017 een mooie prestatie neergezet. De beslissing van het management om te profiteren van de omgeving van zeer lage rentes om een deel van zijn schulden te herfinancieren aan lagere interestvoeten werd gesmaakt. De trafiek door de Kanaaltunnel verraste opnieuw positief dankzij de aantrekkende Europese economie. De trafiek ligt nu ruim boven de vorige pieken van 2007. We verwachten dat de groei van de trafiek de komende maanden zal afkalven. De vergelijkingsbasis is uitdagend door het Europees voetbalkampioenschap vorig jaar.

We verwachten dat de effecten van de aankomende brexit stilaan zullen doorsijpelen in de Britse economie. De verkiezingsnederlaag van May is een streep door de rekening. De verzwakking van het pond heeft een belangrijke impact op de winstverwachtingen. Eurotunnel haalt meer dan 50% van de winst en meer dan 55% van zijn bedrijfskasstromen uit het Britse pond.

Op lange termijn blijft Eurotunnel een mooi verhaal. Eurotunnel blijft een unieke concessie, de langstlopende in Europa met aantrekkelijke vooruitzichten. Eurotunnel kan de komende jaren profiteren van nieuwe eurostarbestemmingen zoals Amsterdam en Marseille en kan verder marktaandeel op de ferrymaatschappijen winnen

- **Priceline** (Kopen – Koersdoel: 2.000 dollar)

Priceline is 's werelds grootste internetreisagentschap. Via de verschillende websites van Priceline kunnen klanten hotels reserveren en vliegtuigtickets kopen, maar het verzorgt ook de restaurantreservaties en het autoverhuur. Het bedrijf is eigenaar van Booking.com, dat een dominante positie heeft in de wereld van de hotelreservaties.

Priceline klopte met een kwartaalwinst per aandeel van 9,88 USD (+11%) de verwachtingen. Zoals altijd was Priceline's prognose voor het lopende kwartaal aan de voorzichtige kant. Het bedrijf verwacht 16 à 21% meer overnachtingen en een groei in de bruto-omzet van 12 à 17%. Ook de winstprognose van 13,3 à 14,0 USD lag onder de verwachtingen. Priceline zet meer in op marketing, wat het kostenplaatje opdrijft.

Wie in Priceline belegt, speelt in op de structureel groeiende reismarkt. Die groeit jaarlijks met 4% à 5%. Priceline groeit sneller dan de reismarkt. Het percentage hotelboekingen dat via internet verloopt, gaat namelijk nog altijd in stijgende lijn. De groep beschikt over het grootste hotelaanbod van alle spelers. Priceline heeft een belang genomen in zijn Chinese tegenhanger Ctrip en heeft daardoor nu ook een blootstelling op de Chinese markt.

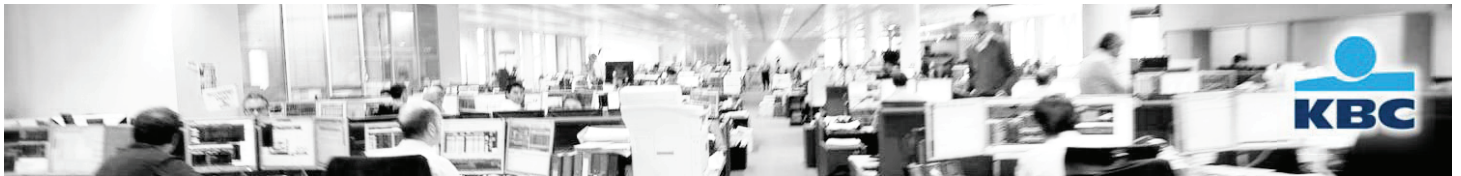
Priceline realiseert meer dan 60% van de winst in Europa. De indicatoren rond de Europese reismarkt vertonen een positieve tendens. De goedkopere euro helpt hierbij. De aard van het bedrijfsmodel (commissies) zorgt voor erg hoge vrije kasstromen. Het bedrijf is dan ook constant inkoper van eigen aandelen. Het aandeel noteert goedkoop voor een bedrijf dat de komende drie jaar toch een winstgroei zou moeten optekenen van om en bij de 15%.

- **Ryanair Holdings** (Houden – Koersdoel: 17,5 euro)

Het Ierse Ryanair is de grootste lage kosten maatschappij in Europa met een vloot van 300 vliegtuigen. Ryanair blijft trouw aan zijn strategie om lage tarieven aan te rekenen en brandstoftoeslagen te vermijden.

2017 wordt een uitdagend jaar voor de Europese luchtvaartsector omdat de Europese luchtvaartmaatschappijen veel capaciteit blijven toevoegen. De onzekerheid na de brexit, het zwakke pond en de verschuiving van chartercapaciteit uit Turkije, Egypte en Noord-Afrika naar Spanje en Portugal zal zorgen voor een verdere daling van de ticketprijzen.

We zijn overtuigd dat Ryanair uitstekend gewapend is voor de komende moeilijke tijden. Met zijn uitgekiende indekkingsstrategie, superieure cashflowgeneratie en ijzersterke balans vertrekt Ryanair vanuit een sterke positie. We blijven onder de indruk van de sterke kostencontrole bij Ryanair.



In Europa heeft geen enkele luchtvaartmaatschappij lagere exploitatiekosten en Ryanair blijft zijn kostenvoordeel verder uitdiepen. Ryanair kan nu zijn kostenvoordeel gebruiken om de verzwakte concurrentie aan te vallen en zijn marktaandeel verder stelselmatig te verhogen.

Het fundamentele investeringsverhaal blijft sterk. Ryanair blijft de luis in de pels van de traditionele luchtvaartmaatschappijen. De strategische zet om ook primaire luchthavens en zakenklanten te bedienen blijkt een schot in de roos. Ryanair wil nu ook hotelbookingssites het vuur aan de schenen leggen door zelf hotelaccommodaties aan te bieden via zijn boekingsplatform. Na de mooie rally heeft het aandeel van Ryanair opwaartse winstherzieningen nodig om verder opwaarts koerspotentieel te zien.

- **Time Warner** (Houden – Koersdoel: 100 dollar)

Time Warner is één van de grootste media- en entertainmentbedrijven ter wereld en het is actief op het vlak van interactieve diensten, film en televisie. Het bezit een brede waaier van sterke merknamen zoals HBO, CNN, TBS, TNT en Warner Brothers.

De resultaten van Time Warner over het eerste kwartaal van 2017 waren beter dan verwacht. Time Warner heeft met Warner Bros één van de grootste en meest succesvolle filmstudio op de planeet. Met HBO heeft het bedrijf bovendien een stevige concurrent voor Netflix in huis. Betaaltelevisie blijft een belangrijke bron van inkomsten voor de grote mediahuizen in de VS. Time Warner slaagt er vlot in om op regelmatige basis stevige prijsverhogingen op te leggen aan de distributeurs. Bovendien hebben abonnementsformules een kenmerk waar ondernemers van dromen: ze zorgen voor een stabiele inkomstenstroom. Dat vormt een stabiliserende factor voor de advertentie-inkomsten, die de speelbal van de economische ontwikkeling zijn.

AT&T wil Time Warner overnemen en heeft daar 107,5 USD per aandeel voor veil. Het management van Time Warner steunt de deal. Wij vinden dit een mooie prijs en denken dat het bod hoog genoeg is om andere gegadigden af te schrikken. Het is evenwel niet ondenkbaar dat de deal door de mededingingsautoriteiten wordt tegengehouden. Als distributeur en tegelijk maker van content zou AT&T misbruik kunnen maken van zijn positie om de concurrentie te verzwakken.

- **Kinepolis** (Kopen – Koersdoel: 52,5 euro)

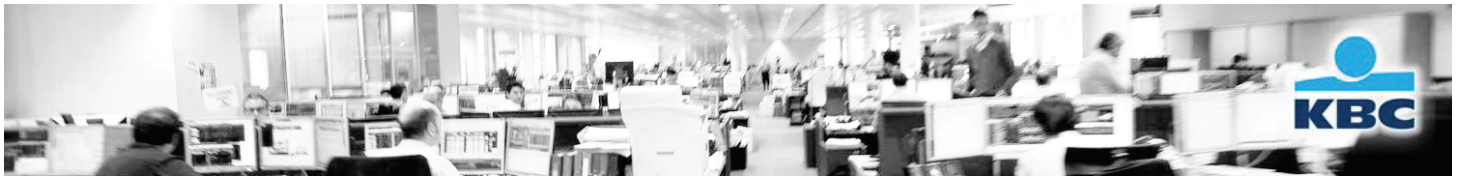
Op Euronext Brussel zijn de aandelen die met toerisme en vrije tijd hun centen verdienen dun gezaaid. Toch mogen we Kinepolis niet over het hoofd zien, al lijken de inkomsten van de groep eerder gedreven door het aanbod dan wel door de vakantie. Bovendien zijn zomerse temperaturen doorgaans niet de meest uitnodigende momenten om naar de film te gaan, al lijkt het vooruitzicht op een gekoelde zaal toch ook wat volk te lokken.

- **Jensen** (Houden – Koersdoel: 40 euro)

De producent van industriële wassystemen mag heel wat hotelketens en cruisebedrijven tot zijn klanten rekenen. En de toegenomen bereidheid tot reizen kan de vraag naar proper linnen en badhanddoeken alleen maar te goede komen.

- **Internationaal overzicht**

Hieronder vindt u nog meer aandelen die hun lot, minstens gedeeltelijk, aan dat van de toerist heeft verbonden:



Bedrijven met een "vakantieconnotatie"

	Land	Koers	Koersdoel	% opwaarts potentieel	Marktwaarde
--	------	-------	-----------	--------------------------	-------------

Walt Disney Company	UNITED STATES	92.8	106.4	14.6%	163,092
Groupe Eurotunnel SE	FRANCE	9.7	10.9	13.2%	5,159
CSX Corporation	UNITED STATES	47.1	51.9	10.3%	48,533
Priceline Group Inc	UNITED STATES	1,666.0	1,820.2	9.3%	91,600
Time Warner Inc.	UNITED STATES	89.3	94.8	6.1%	77,088
Merlin Entertainments Plc	UNITED KINGDOM	5.6	5.7	3.3%	4,966
Expedia, Inc.	UNITED STATES	136.4	138.2	1.4%	22,944
Kinepolis Group NV	BELGIUM	50.7	50.6	-0.1%	1,370
JENSEN-GROUP NV (bron: FactSet)	BELGIUM	41.9	40.0	-4.4%	328

Cruisebedrijven

	Land	Koers	Koersdoel	% opwaarts potentieel	Marktwaarde
--	------	-------	-----------	--------------------------	-------------

Norwegian Cruise Line Holdings Ltd.	UNITED STATES	49.3	52.8	7.2%	12,638
Royal Caribbean Cruises Ltd.	UNITED STATES	99.7	105.8	6.0%	24,121
Carnival Corporation (bron: FactSet)	UNITED STATES	59.1	61.6	4.3%	49,217

Hotel- en boekingssector

	Land	Koers	Koersdoel	% opwaarts potentieel	Marktwaarde
--	------	-------	-----------	--------------------------	-------------

InterContinental Hotels Group PLC	UNITED KINGDOM	50.0	45.0	-10.1%	8,346
Amadeus IT Group SA Class A	SPAIN	53.7	50.9	-5.1%	23,473
Starwood Property Trust, Inc.	UNITED STATES	20.4	21.3	4.3%	5,921
Wynn Resorts, Limited	UNITED STATES	121.9	119.7	-1.8%	14,029
Host Hotels & Resorts, Inc.	UNITED STATES	16.7	16.9	1.0%	13,811
Wyndham Worldwide Corporation	UNITED STATES	92.9	91.3	-1.7%	10,865
Hilton Worldwide Holdings Inc	UNITED STATES	58.4	62.1	6.4%	21,327
Marriott International, Inc. Class A	UNITED STATES	93.0	94.1	1.2%	39,363
Las Vegas Sands Corp.	UNITED STATES	57.3	55.6	-2.9%	50,975
MGM Resorts International	UNITED STATES	30.0	32.0	6.7%	19,110
Caesars Entertainment Corporation (bron: FactSet)	UNITED STATES	11.2	12.5	12.1%	1,866

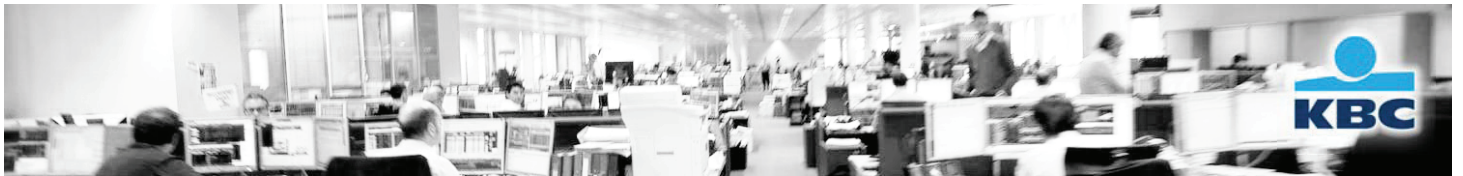
Luchtvaartgerelateerde bedrijven

	Land	Koers	Koersdoel	% opwaarts potentieel	Marktwaarde
--	------	-------	-----------	--------------------------	-------------

American Airlines Group, Inc.	UNITED STATES	43.7	48.8	11.5%	24,122
Delta Air Lines, Inc.	UNITED STATES	47.2	55.9	18.4%	38,870
Southwest Airlines Co.	UNITED STATES	55.3	58.5	5.9%	37,199
Alaska Air Group, Inc.	UNITED STATES	81.8	98.7	20.7%	11,239
JetBlue Airways Corporation	UNITED STATES	20.0	23.1	15.7%	7,451
Ryanair Holdings Plc	IRELAND	18.5	19.4	5.2%	22,645
United Continental Holdings, Inc.	UNITED STATES	68.9	79.9	15.9%	23,983
International Consolidated Airlines Group SA	UNITED KINGDOM	6.8	7.4	8.9%	12,484
easyJet plc	UNITED KINGDOM	15.3	13.4	-11.9%	5,311
Aena SA	SPAIN	175.4	164.0	-6.5%	26,513
Fraport AG (bron: FactSet)	GERMANY	77.7	71.1	-8.5%	7,215

Auteurs: The Front Row

Gerelateerd:



Tom Simonts
Senior Financial Economist
KBC Groep



E-mail:
Tel:
Mobile:

tom.simonts@kbc.be
+32 2 429 37 22
+32 496 57 90 38

Address: KBC Groep
Havenlaan 2 (GCM)
B 1080 Brussels

Een samenwerking van KBC Groep.

Neem een kijkje op www.kbceconomics.be, www.kbcsecurities.com en www.kbcam.be

In-/Uitschrijven op de mailing lijst van The Front Row?

Stuur een e-mail naar frontrow@kbc.be met vermelding "The Front Row" en/of "Notendop".

Disclaimer

Deze publicatie vormt een algemene duiding van de economische actualiteit en kan niet beschouwd worden als beleggingsadvies of als beleggingsaanbeveling met betrekking tot de beschreven financiële instrumenten, noch wordt er enige beleggingsstrategie voorgesteld. In sommige gevallen kan deze publicatie evenwel verwijzen naar en samenvattingen bevatten van beleggingsaanbevelingen van andere entiteiten van de KBC-groep.

De informatie opgenomen in deze publicatie mag op geen enkele manier gepubliceerd, herschreven of heruitgegeven worden in eender welke vorm. KBC Bank heeft beroep gedaan op de door haar betrouwbaar geachte bronnen voor de informatie opgenomen in deze publicatie. De accuraatheid, volledigheid en tijdigheid van de informatie wordt evenwel niet gegarandeerd. Er wordt niet gewaarborgd dat de voorgestelde scenario's, risico's en prognoses de marktverwachtingen weerspiegelen noch dat ze in realiteit tot uiting zullen komen.

KBC Groep NV noch enige andere vennootschap van de KBC-groep (of enige van hun aangestelde) kunnen aansprakelijk gesteld worden voor enige schade, rechtstreeks of onrechtstreeks, die het gevolg is van de toegang tot, de consultatie of het gebruik van de informatie en de gegevens vermeld in deze publicatie of op de websites www.kbcam.be, <http://www.kbcsecurities.be> en www.kbcprivatebanking.be.

KBC Groep NV – onder toezicht van de FSMA – www.kbc.com