

## Ook Europa en de VS omarmen Singles' Day

Ingenico Group, wereldwijd marktleider op het gebied van probleemloze betalingen, heeft vandaag bekendgemaakt dat het op Singles' Day drie keer meer transacties verwerkte dan op een gemiddelde dag. Uit een analyse van betalingsgegevens van Ingenico blijkt dat de traditionele Chinese feestdag inmiddels wereldwijd voet aan de grond krijgt. Vooral in Europa, Zuid- en Noord-Amerika en Rusland was de groei duidelijk zichtbaar. Ingenico verwerkt online en mobiele betalingen voor veel van 's wereld grootste bedrijven, waaronder enkele prominente Chinese marktplaatsen.

Russische consumenten deden op Singles' Day bijna tien keer meer betalingen dan op een gemiddelde dag. Bovendien lag de waarde van deze transacties een stuk hoger dan normaal, met een stijging van 35% van de Average Transaction Value. Deze cijfers laten zien dat Rusland Singles' Day inmiddels omarmd heeft: het totaalbedrag aan uitgaven was bijna 15 keer hoger dan gemiddeld.

In Europa varieerde de aandacht voor Singles' Day en de daaruit voortkomende groei in betalingsverkeer van land tot land. Spaanse consumenten behoorden tot de top van de Singles' Day shoppers: daar werden bijna 5 keer meer transacties afgerond dan op een gemiddeld dag. Frankrijk en Duitsland behoorden tot de middenmoot, met een groei van respectievelijk 54% en 15%. In het Verenigd Koninkrijk werden tien keer meer transacties dan normaal afgerond bij Chinese webshops. Deze webshops zijn de belangrijkste drijfveer van het succes van Singles' Day.

In Zuid-Amerika vielen vooral de uitgaven in Chili op: daar werden bijna negen keer meer transacties afgerond dan op een gemiddelde dag. Op andere e-commerce markten in de regio was deze toename een stuk gematigder: in Mexico werd het aantal transacties bijna verdubbeld en de groei in Brazilië bleef hangen rond de 30%. Daar moet wel bij gezegd worden dat beide uitkomsten gebaseerd zijn op hogere volumes.

In de Verenigde Staten nam het aantal transacties ten opzicht van een normale dag toe met 22%. Hoewel dit percentage vrij laag lijkt in vergelijking met de groei van andere internationale markten, is de Amerikaanse e-commercemarkt de tweede grootste ter wereld. Daar komt nog bij dat het land zich voorbereidt op het Black Friday - Cyber Monday weekend, waarmee het seizoen van de kerstinkopen normaal wordt afgetrapt. Wat opvalt is dat Canadese consumenten, die geen Thanksgiving vieren, maar liefst 61% meer transacties afronden.

In de afgelopen tien jaar heeft Singles' Day in China gewonnen aan populariteit. Zo wordt Singles' Day langzamerhand de grootste online shopping day ter wereld, en heeft de dag andere traditionele dagen als Black Friday en Cyber Monday ingehaald. Tot voor kort werd deze groei vooral veroorzaakt door binnenlandse verkoop waarbij Chinese consumenten winkelden bij Chinese webshops. De enorme toename van transacties op Singles' Day wereldwijd laat zien dat ook de rest van de wereld deze feestdag inmiddels omarmt.

Hoewel de data van Ingenico duidelijk aangeeft dat Chinese webwinkels op Singles' Day meer en meer verkopen aan een internationaal publiek, lijkt deze groei niet ook de andere kant op te werken. Aankopen van Chinese consumenten bij internationale webwinkels lijken vooralsnog vooral te pieken op Black Friday. Dit lijkt erop te wijzen dat, hoewel consumenten steeds vaker over de grens kijken voor aankopen, internationale webwinkels hun acties en promoties nog steeds afstemmen op de meer traditionele verkoopdagen en daarbij dus nog niet volledig profiteren van de mogelijkheden die Singles' Day biedt.

*"Singles' Day is het grootste ééndaagse shopping evenement ter wereld, maar het staat nog in de kinderschoenen. De rest van de wereld heeft nog maar net ontdekt welke mogelijkheden Singles' Day biedt,"* geeft Nick Tubb, General Manager ePayments voor de APAC-regio bij Ingenico Group, aan. *"Chinese webwinkels zijn de grote drijfveer van het succes van Singles' Day, en we zijn er trots op dat we met zovelen van hen samenwerken om van Singles' Day een wereldwijd succes te maken."*

*De statistieken in dit persbericht zijn gebaseerd op online retail data van 1 augustus tot 12 november van dit jaar. De data zijn niet gebaseerd op de totale landelijke uitgaven, maar komen voort uit de betalingen die door Ingenico ePayments verwerkt werden in de eerder aangegeven landen en regio's.*

## Over Ingenico Group

Ingenico Group is wereldwijd marktleider in betalingen en voorziet in seamless, betrouwbare en veilige oplossingen om verkoop op alle fronten te versterken, of dat nou in-store, online of mobiel is. Met het grootste payment acceptance netwerk ter wereld leveren we veilige betaaloplossingen op lokaal, nationaal en internationaal niveau. We zijn een betrouwbare partner van wereldklasse voor financiële instellingen en retailers, van kleine winkeliers tot bij iedereen bekende multinationals. Onze oplossingen stellen winkeliers in staat het betaalproces te vereenvoudigen en hun merkbelofte waar te maken. Meer weten? Zie [www.ingenico.com](http://www.ingenico.com), [www.twitter.com/ingenico](https://www.twitter.com/ingenico) of bekijk onze [blog](#).

## Contact

### Ingenico ePayments / PR

Jurriaan Trommels

Senior Manager, PR and Communications

[Jurriaan.Trommels@ingenico.com](mailto:Jurriaan.Trommels@ingenico.com)

+31 23 569 9937