

FNG investeert fors in aankoopplatform en breidt merkenportfolio verder uit.

Antwerpen, 7 november 2014 – FNG Group NV (FNG, Euronext Brussel Vrije Markt), het Belgische modehuis met verschillende modeconcepten (Fred & Ginger, Van Hassels, CKS, Baker Bridge, Claudia Sträter en Espresso) wenst verschillende strategische activiteiten van de Nederlandse Coltex Retail Group te integreren.

Hierdoor zal FNG Group haar centraal aangestuurd aankoopplatform uitbreiden met kantoren in Istanbul, New Delhi en Hongkong. Vervolgens zullen de damesmerken Steps en Superstar aan de merkenportefeuille worden toegevoegd.

Door deze integratie zal FNG tot een Beneluxspeler uitgroeien met meer dan 1800 medewerkers en met een 300-tal eigen verkooppunten in portfolio. Verder verdeelt FNG haar collecties via 1500 multibrandstores offline en online. Door deze stap zal de groepsomzet van FNG Group stijgen tot meer dan EUR 225 mio op jaarbasis.



Strategische internationalisatie van het aankoopplatform

Voor FNG is back-office integratie steeds de sleutel geweest om meerdere merken succesvol in de markt te zetten.

Verschiedende collecties produceren via één platform biedt belangrijke operationele en economische schaalvoordelen.

Begin juli kondigde FNG al aan dat het haar aankoopplatform waar op jaarbasis meer dan 5mio stuks geproduceerd worden, ten dienste stelt van designers zoals Tim Van Steenberghe en Annemie Verbeke om van deze voordelen te genieten.

Door verdere internationalisatie van het aankoopplatform met aankoopkantoren in Istanbul, New Delhi en Hongkong zal FNG nog beter kunnen inspelen op operationele performantie enerzijds en op het maatschappelijk verantwoord kader anderzijds.



Vanuit deze kantoren – elk meer dan 20 man sterk – zal FNG met eigen lokale mensen de productie van de in de Benelux ontworpen kleding beter en intensiever kunnen opvolgen. Dit zowel op het vlak van kwaliteit en materialen als op het vlak van duurzame productie.

De lokale (Europese) productie wordt nog steeds vanuit de Benelux aangestuurd.

FNG zal de merkenportfolio verder uitbreiden

FNG heeft ook haar oog laten vallen op de damesmerken Steps en Superstar, beide sterke modemerken in het Nederlandse retaillandschap.

Door integratie van deze merken zal FNG uitgroeien tot een Beneluxspeler met meer dan 1800 medewerkers, met een 300-tal eigen verkooppunten in portfolio. Verder verdeelt FNG haar collecties via 1500 multibrandstores offline en online. Door deze stap zal de groepsomzet van FNG Group stijgen tot meer dan EUR 225 mio op jaarbasis.



Modemarkt consolideert, FNG investeert

FNG - dat het laatste jaar via investeerders aangebracht door Bank Degroof en Econopolis haar kapitaal versterkt heeft – ziet de internationalisatie van haar aankoopplatform als een belangrijke stap met doel een rol te spelen in een zich consoliderende markt.

FNG wil blijven investeren in merken en mensen om zo verder te groeien.

Om deze investeringen naar de toekomst toe te financieren, overweegt FNG om in de nabije toekomst haar balans via een obligatieuitgifte te versterken.

“Emotional product, rationally managed” maakt het verschil

FNG werd eind 2003 opgericht door drie burgerlijk ingenieurs, Dieter Penninckx, Anja Maes en Manu Bracke, die vandaag bewijzen dat een klare visie in een op het eerste gezicht voor hen atypische markt, mooie opportuniteiten biedt. De unieke aanpak van respect voor het creatieve en focus op het resultaat, maakt in een moeilijke markt het verschil.

De sleutel van het succes is een doelbewuste keuze van FNG voor mode van eigen bodem in sterke concepten, bedoeld voor de consument die zich in elk prijssegment meer en meer manifesteert als “meerwaarde-zoeker”. De groeicijfers bewijzen dat deze doelgroep ook in moeilijkere tijden aandacht blijft geven aan mode en kwaliteit.

Voor meer info:

Dieter Penninckx - Managing director

FNG Group NV

Tel +32 3 871 97 70

dieter.penninckx@fng.eu