

FNG neemt Espresso op in de groep

Antwerpen, 24 juli 2013 – FNG Group NV (FNG, Euronext Brussel Vrije Markt), het Belgische modehuis met verschillende modeconcepten (Fred & Ginger, Van Hassels, CKS, Baker Bridge en Claudia Sträter) heeft de groep rond het Nederlandse damesmerk Espresso overgenomen. FNG versterkt hierdoor haar verkoopsnetwerk in Nederland en Duitsland en ook haar retail positie in de Nederlandse markt - na de acquisitie van Claudia Sträter vorig jaar – tot meer dan 50 concept stores. Voor FNG past deze overname in de strategie om verder door te groeien als Beneluxspeler die, net zoals in België, ook in Nederland met meerdere modeconcepten in de markt staat. FNG bewijst zo dat je als Belgisch modehuis en retailer ook kan doorgroeien in Nederland. Door deze overname stelt FNG nu meer dan 800 medewerkers te werk, heeft het een 125-tal eigen winkels, een 30-tal shop-in-shop corners en meer dan 1500 multibrandstores die de FNG collecties verdelen. De geconsolideerde omzet van FNG Group stijgt tot meer dan EUR 125 mio op jaarbasis. De transactie is nog onderhevig aan goedkeuring van de mededingingsautoriteiten.

Espresso, een sterk Nederlands merk

Espresso is een sterk merk met hoofdkantoor in Amsterdam dat sinds begin jaren '80 in de Nederlandse, Duitse en Belgische markt verdeeld wordt.

Espresso staat in Nederland voor een merk met een lange traditie. Espresso brengt een collectie met een duidelijk eigen handschrift en een uitgesproken vrouwelijke signatuur.

Espresso focust op het hogere middensegment, dat complementair is met de focus van Claudia Sträter op het hogere segment.

Espresso heeft door de jaren heen een sterk wholesale netwerk opgebouwd en levert haar collecties aan meer dan 800 multibrandstores in Nederland, Duitsland en België.

Sinds een 10-tal jaar heeft Espresso een retailnetwerk van meer dan 20 concept stores op toplocaties in de belangrijkste Nederlandse retailsteden.

Overname kadert in de FNG groeistrategie

FNG realiseert deze overname, die opnieuw tot stand kwam dankzij bemiddeling van Verbaere, De Clercq & Partners, op basis van 3 belangrijke strategische krijtlijnen:

Ten eerste is er de visie van FNG om ook in Nederland met meerdere modeconcepten in de markt te staan. Espresso is complementair met Claudia Sträter op dat vlak.

Ten tweede: Ook qua origine en historische focus zijn Espresso en Claudia Sträter complementair. Waar Claudia Sträter bij uitstek een retailorganisatie is, is Espresso een modemerkt dat gegroeid is als wholesale-organisatie. De wholesale maakt vandaag nog

steeds meer dan 60% van de omzet uit. Voor de verdere groei van de FNG merken in Nederland en Duitsland is dit een uitgesproken interessant verkoopkanaal.

Tenslotte beoogt FNG de realisatie van synergie-effecten door samen te werken. Zowel in de back-office als in verkoop zullen het uitwisselen van kennis en ervaring van de lokale markten betere globale resultaten opleveren.



EXPRESSO

“Emotional product, rationally managed” maakt het verschil

FNG werd eind 2003 opgericht door 3 jonge 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 waar respect voor het creatieve en focus op het resultaat hand in hand gaan, maakt in een moeilijke markt het verschil. Investeerders stappen dan ook vaak in net om die specifieke aanpak en visie van de oprichters.

Zo groeide FNG sinds 2004 van 3 tot meer dan 800 medewerkers en zal in het lopende boekjaar de kaap van EUR 125mio omzet op jaarbasis worden behaald (ca. 70% dames en 30% kids).

Dieter Penninckx, managing director legt uit: "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 kenmerkt als “meerwaarde-zoeker”. De groeicijfers bewijzen dat deze doelgroep ook in moeilijkere tijden aandacht blijft geven aan mode en kwaliteit.

FNG investeert in mensen en winkels om te blijven groeien

Ook de volgende jaren wil FNG blijven groeien en ambitieert de groep met de 6 concepten een Benelux speler te worden en het retailnetwerk te laten groeien tot een 150-tal eigen winkels in de Benelux. Om deze ambities waar te maken wordt steevast ingezet op mensen en middelen.

www.fng.eu

www.expresso.nl

Voor meer info:

Dieter Penninckx - Managing director

FNG Group NV

Tel +32 3 871 97 70

dieter.penninckx@fng.eu