

FNG rondt obligataire operatie af op EUR 40mio

Antwerpen, 22 december 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 Expresso) rondt de obligataire operatie af op EUR 40 mio.

FNG kondigde recent aan haar aankoopplatform te willen uitbreiden met kantoren in Istanbul, New Delhi en Hong Kong en de damesmerken Steps en Superstar in haar merkenportfolio te willen opnemen. Door deze integratie zal FNG uitgroeien tot een Beneluxspeler 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.



Modemarkt consolideert, FNG investeert

FNG heeft haar sterke positie uitgebouwd door een buy-and-build strategie. FNG wil in een zich consoliderende kledingmarkt blijven investeren in merken en mensen om zo verder te groeien.

Om naar de toekomst toe – voor de recent aangekondigde overname werd beroep gedaan op bankfinanciering en eigen middelen – deze groei te ondersteunen en nieuwe investeringen te financieren, heeft FNG een obligataire operatie afgerond op EUR 40 mio.

Er werden EUR 25mio nieuwe obligaties uitgegeven en de looptijd van een bestaande obligatie van EUR 15mio werd verlengd tot 2021.

Dieter Penninckx, managing director: “De timing voor de plaatsing van de nieuwe obligaties had beter gekund. Bankiers geven aan dat het einde van het jaar en de sinds een paar weken krappere wordende markten zeker een rol hebben gespeeld. Het is dan ook een succes dat we uiteindelijk EUR 25mio ophalen.”

“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 moeilijker 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