

Brantano wordt hét retailmerk voor kleding en schoenen voor iedereen

Mechelen/Zoetermeer, 22 februari 2018, 16h30 - FNG N.V. (FNG, Euronext Amsterdam, voorheen R&S Retail Group N.V.) ("**FNG**") gaat **Brantano** uitbouwen tot een sterk uithangbord voor merkenmode en -schoenen, en ambieert zo de nummer één keuze te zijn voor een breed publiek. De retailer wil de markt dekken met drie complementaire winkelformules en een nieuw online platform.

Gevecht om marktaandeel

Naast de bekende, recent vernieuwde winkels van Brantano zien we in de loop van dit jaar twee nieuwe winkelconcepten verschijnen in het straatbeeld: hoogwaardige modewinkels met het uithangbord **Brantano Boutik** en grote mode- en schoenwinkels onder de naam **Brantano Market**. Met die winkelformules wil FNG z'n aandeel in de competitieve modemarkt vergroten, zegt CEO Dieter Penninckx. "De economie leeft weer op, in mode en schoenen verwachten we minstens een stabilisering van de omzet, rond de 18 miljard euro voor de Benelux, terwijl er in België alleen al tegen 2020 tot 1 miljard euro kan verschuiven naar online. We denken dat we daar als lokale, bereikbare speler een belangrijke rol zullen spelen."

Penninckx weet zich gesterkt door de positieve ervaringen met de herlancering van schoenketen Brantano. "We zijn erin geslaagd om een retailer die op sterven na dood was, op anderhalf jaar tijd te reanimeren, na de ombouw van driekwart van het winkelpark. De additionele omzet komt vooral uit een 'one stop shopping' concept, waarbij moeders die schoenen komen kopen voor hun kinderen, ook mode-items voor zichzelf meenemen. Dat resulteert in een gemiddelde stijging van het kasticket met 20 tot 25%. We ervaren duidelijk dat de Brantano klant ook meer en zelfs wat duurdere merken bij Brantano verwacht."

De merken die we bij **Concept Fashion Store** voeren, hangen ook in de kleerkast van onze Brantano-klanten, er is een overlap van wel 80%. We willen daarom van Brantano een volwaardige modespeler maken met een compleet aanbod merkenmode voor een breed publiek."

Focus op gezinnen met (kleine en grote) kinderen

Het merk Brantano zal dus een ruimere invulling krijgen qua aanbod en qua prijspositionering. "Dat lijkt ons efficiënter dan een nieuw merk lanceren. Onze naambekendheid is hoog, we zien dat het 'one stop shop' concept werkt, er is zeker plaats voor merken en de grote beschikbaarheid van Brantano is een sterkte: je vindt altijd een vlot bereikbare winkel in de buurt, met een breed aanbod."





Binnenkort hebben consumenten dus de keuze uit drie Brantano's in plaats van één.

- **Brantano Klassik**, zo zal voortaan de naam luiden van de bekende winkels met een breed assortiment schoenen en met kledingcorners waar je een mooi aanbod merkenmode vindt. "Dat modeaanbod zullen we verder uitbouwen."

- **Brantano Boutik** legt de focus op modemerken van het midden tot de bovenkant van de markt, met een hoogwaardig aanbod schoenen ter aanvulling. "Hier maken we gebruik van onze ervaring met Concept Fashion."

- En, in tot 2.000 m² grote **Brantano Market** winkels gaat FNG het volledige assortiment uitspelen, dus zowel het brede schoenenaanbod van Brantano Klassik als het kwalitatieve merkenmode-aanbod van Brantano Boutik. En er is ruimte voor nog wat extraatjes.

Kortom: Brantano wordt hét winkelmerk van kleding en schoenen voor iedereen. "De focus blijft liggen op gezinnen met kleine en grote kinderen. We willen de eerste keuze zijn voor een brede doelgroep. Er hangt immers meer in de kleerkast van onze klanten, dan wat we nu aanbieden. Daar bevindt zich een mooi potentieel. En er is plaats voor *local heroes*. We kunnen ons onderscheiden van de grote internationale spelers, doordat we dichterbij de Belgische shoppers staan. We kennen hun smaak en hun aankoopgedrag door en door."

Online conversie verhogen

Dat verbrede aanbod vertaalt Brantano ook naar een nieuw state-of-the-art onlineplatform. "We streven naar een '*opti-channel*' aanpak, een optimale mix tussen de verschillende kanalen. Het '*web-to-store*' verhaal werkt nu al zeer goed voor Brantano: klanten kunnen online schoenen reserveren en ze komen afhalen in een winkel naar keuze. Zo'n '*click & reserve*' concept is voor ons erg gunstig: de klant komt naar onze winkels, er zijn geen retours en we kunnen shoppers die schoenen komen kopen, ook passende kledij adviseren. Anderzijds is er de '*store-to-web*' verkoop waarbij mensen ons 3D-voetscansysteem gebruiken, via onze interactieve check-points nagaan in welke filialen een schoen beschikbaar is, of de webshop raadplegen en alsnog het juiste paar of de juiste maat bestellen."

In Nederland heeft FNG geleerd dat je grote stappen kunt zetten in het online conversieproces, door elementen van artificiële intelligentie toe te voegen. "Bij **Miss Etam** vertegenwoordigt online al 27% van de jaaromzet (die meer dan EUR 100mio bedraagt). Bij **Steps** zijn we erin geslaagd om de schermenomzet te verhogen van ca. EUR 3 miljoen in 2016 naar meer dan EUR 7 miljoen in 2017, door de conversie in de webshop te verhogen van 1,4% naar 2,8%. Het is echt straf wat je met enkele tools in artificiële intelligentie kan doen. En hoe voorspelbaar koopgedrag voor een machine wel is... Die Nederlandse ervaring gaan we nu ook bij Brantano in de praktijk brengen."

Wat mogen we concreet verwachten?

"Tegen midden 2018 zullen we twee grote Brantano Market winkels openen: in Ternat op het nieuwe retailpark The Leaf, en in Gentbrugge. We gaan dit jaar ook een vijftal Brantano Boutik verkooppunten openen, waaronder twee verbouwingen van Concept Fashion winkels: die op A12 Shopping in Schelle en die aan de Kortrijksesteenweg in Sint-Denijs-Westrem. Ook ons nieuwe onlineplatform moet rond de zomer operationeel zijn. Tegen 2020 zien we potentieel voor 110 vestigingen van Brantano Klassik, 30 à 40 van Brantano Boutik en een 10-tal Brantano Markets."

Historiek

FNG lanceerde in het najaar 2016, na de overname dat jaar van het op dat ogenblik zieltogende Brantano, een nieuw winkelconcept in een 8-tal winkels, waarbij naast een ruim schoenenassortiment ook bijpassende kleding wordt aangeboden. Dit nieuwe winkelconcept bleek een schot in de roos. In sneltreinvaart werden in 2017 het winkelconcept verder uitgerold. Meer dan EUR 50mio wordt geïnvesteerd in winkels die tot op heden elk een omzetsijging van 20% en meer realiseren. Intussen zijn meer dan drie kwart van het honderdtal Brantano winkels vernieuwd.

FNG nam in 2017 ook Suitcase en Concept Fashion over en kondigde toen aan het multi-brand concept verder uit te werken vanuit haar eigen know-how en eigen brandportfolio.



Voor meer info:

Dieter Penninckx
Bestuurder en CEO

FNG N.V.
Oostweg 2
2723 RH Zoetermeer
Nederland
KvK: 16014685

Bautersemstraat 68a
2800 Mechelen
Tel: +32 15 293 444

