



Persbericht van 6 november 2012

De raad van bestuur heeft eenparig het nieuw strategisch plan goedgekeurd dat door Paul Baeck werd voorgesteld na een grondige analyse tijdens de voorbije vijf maanden. Het uiteindelijke plan is ook gestoeld op nauwe samenwerking met het management.

Het nieuw strategisch plan zal betrekking hebben op de periode 2013-2017.

HET PROGRAMMA KAFFA 2017

Het zal voornamelijk slaan op de commerciële strategie, het distributiemodel, de geografische vestiging en de commerciële, operationele en administratieve organisatie. Het plan wordt ingevoerd door een voorstelling aan de interne teams en op basis van een participatief model.

De belangrijkste doelstellingen zijn de herpositionering van Fountain in de markt van de diensten aan bedrijven, de ontwikkeling van de activiteiten en omzetgroei met een doel van meer dan 50% tegen 2017. Dit plan zal een ruime investering vergen in de komende twee jaren, wat de EBITDA negatief zal beïnvloeden. Deze investering zal voornamelijk een uitbreiding van de verkoopteams betreffen, evenals de commerciële kosten die verbonden zijn aan de aangroei van de klantenbasis.

Vanaf 2015 zal de EBITDA weer sterk groeien en opnieuw over de lat van 20% van de omzet gaan. In die periode zal Fountain verder haar beleid van afbouw van de schuldenlast hanteren dat ze in 2008 invoerde. Dit zal mogelijk maken om over ruime investeringscapaciteiten te beschikken voor het geval er zich een overnamekans zou voordoen op de markt. De onderneming is niet van plan om het beleid op het vlak van uitkering van dividenden te wijzigen.

De commerciële strategie

Om de groei aan te zwengelen, zal in de komende maanden een nieuwe commerciële benadering uitgewerkt worden, die geënt is op een diepgaande studie van de markt en op de verwachtingen van onze bestaande en potentiële klanten. Het zal hierbij vooral gaan om differentiëring, de kwaliteit van de service en luisteren naar de klant. Om onze klantenportefeuille weer uit te bouwen, zullen wij in de komende twee jaar een twintigtal commerciële medewerkers aanwerven. Zij zullen zich vooral richten op bedrijven met meer dan 50 werknemers, die tot nu toe niet tot onze kerndoelgroep behoorden.

Met dat doel voor ogen hebben we ook beslist om de automatische distributie verder te ontwikkelen in ons gamma.

Het distributiemodel

We werken verder aan de ontwikkeling van de televerkoop en hebben beslist om te investeren in een nieuwe webwinkel om de verkoop via internet op te trekken. Deze twee kanalen zullen ondersteund worden door een groepering van de verschillende logistieke platforms in Noord-Frankrijk. Dit zal mogelijk maken om onze Franse, Belgische en Nederlandse klanten binnen de 24 uur te beleveren. Het model van productverkoper zoals we het vandaag kennen, zal evolueren naar een service van het hoger gamma met een reeks van nieuwe diensten zoals een aanbod van volledige drankoplossingen, maar ook de schoonmaak en het preventief onderhoud van de machines. Dit zal ook mogelijk maken om de ontwikkeling van het concept 'automatische distributie' verder te ontwikkelen, nu het aan omvang toenam met de overname van twee bedrijven in de streek van Lyon in 2011.

De automatische distributie bestaat erin dat bedrijven of gemeenschappen kunnen beschikken over drankautomaten die door onze teams worden onderhouden en aangevuld.

De geografische vestiging

Frankrijk en België blijven de toplanden voor de ontwikkeling van onze activiteiten.

De activiteiten in Nederland worden overgenomen door de Belgische organisatie die een Benelux-structuur zal uitbouwen. Dat zal leiden tot schaalvoordelen, maar zal vooral maken dat onze Nederlandse onafhankelijke distributeurs partij kunnen trekken van een vlottere organisatie en een vollediger aanbod. In Denemarken zetten we onze activiteiten verder, maar tegelijk starten we een marktstudie die ons de nodige gegevens moet aanreiken voor een doordachte beslissing over de toekomstige strategie volgend jaar.

De commerciële, operationele en administratieve organisatie

Na enkele jaren van stagnatie zal de omvorming van het operationeel model de sleutel worden om de uitdaging van de groei in goede banen te leiden.

De Franse dochters zullen samengebracht worden in één enkele entiteit. Dat zal meer samenhang brengen in de groep, zal het saamhorigheidsgevoel vergroten en zal een nationale commerciële aanpak vergemakkelijken, evenals een geoptimaliseerd financieel en administratief beheer.

We zullen ook een nationale commerciële organisatie voor Frankrijk opzetten, onder verantwoordelijkheid van een commercieel directeur, met een indeling in regio's. Deze zullen vooral de relaties met de klanten moeten verbeteren en nieuwe klanten moeten zoeken. Ze zullen ondersteund worden door een netwerk van lokale agentschappen die zullen instaan voor technische support, de heraanvulling van producten en de verkoopadministratie. Deze organisatie, die dichter aansluit bij de klant, moet ons in staat stellen om de kwaliteit van onze service te verbeteren. De algemene diensten zullen in competentiepolen ingedeeld worden, zoals de televerkoop.

De Benelux zal volgens hetzelfde model als voor Frankrijk georganiseerd worden.

De marketing, de inkoop, de logistiek, de informatica en de managementcontrole blijven op het niveau van de groep.

Het directiecomité twijfelt er niet aan dat al deze maatregelen weer een dynamiek zullen geven aan Fountain om zich zo sterker te positioneren op de markt en financiële doelstellingen te halen die weliswaar ambitieus maar toch realistisch zijn.

Inlichtingen

Paul Baeck – Chief Executive Officer

(paul.baeck@fountain.eu – tel +32 2 389 08 01 +32 497 487 081)

Eric Dienst - Chief Financial Officer

(eric.dienst.@fountain.eu – tel +32 2 389 08 11 ou +32 475 795 722).

<http://www.fountain.eu>



Persbericht van 6 november 2012

De raad van bestuur heeft eenparig het nieuw strategisch plan goedgekeurd dat door Paul Baeck werd voorgesteld na een grondige analyse tijdens de voorbije vijf maanden. Het uiteindelijke plan is ook gestoeld op nauwe samenwerking met het management.

Het nieuw strategisch plan zal betrekking hebben op de periode 2013-2017.

HET PROGRAMMA KAFFA 2017

Het zal voornamelijk slaan op de commerciële strategie, het distributiemodel, de geografische vestiging en de commerciële, operationele en administratieve organisatie. Het plan wordt ingevoerd door een voorstelling aan de interne teams en op basis van een participatief model.

De belangrijkste doelstellingen zijn de herpositionering van Fountain in de markt van de diensten aan bedrijven, de ontwikkeling van de activiteiten en omzetgroei met een doel van meer dan 50% tegen 2017. Dit plan zal een ruime investering vergen in de komende twee jaren, wat de EBITDA negatief zal beïnvloeden. Deze investering zal voornamelijk een uitbreiding van de verkoopteams betreffen, evenals de commerciële kosten die verbonden zijn aan de aangroei van de klantenbasis.

Vanaf 2015 zal de EBITDA weer sterk groeien en opnieuw over de lat van 20% van de omzet gaan. In die periode zal Fountain verder haar beleid van afbouw van de schuldenlast hanteren dat ze in 2008 invoerde. Dit zal mogelijk maken om over ruime investeringscapaciteiten te beschikken voor het geval er zich een overnamekans zou voordoen op de markt. De onderneming is niet van plan om het beleid op het vlak van uitkering van dividenden te wijzigen.

De commerciële strategie

Om de groei aan te zwengelen, zal in de komende maanden een nieuwe commerciële benadering uitgewerkt worden, die geënt is op een diepgaande studie van de markt en op de verwachtingen van onze bestaande en potentiële klanten. Het zal hierbij vooral gaan om differentiëring, de kwaliteit van de service en luisteren naar de klant. Om onze klantenportefeuille weer uit te bouwen, zullen wij in de komende twee jaar een twintigtal commerciële medewerkers aanwerven. Zij zullen zich vooral richten op bedrijven met meer dan 50 werknemers, die tot nu toe niet tot onze kerndoelgroep behoorden.

Met dat doel voor ogen hebben we ook beslist om de automatische distributie verder te ontwikkelen in ons gamma.

Het distributiemodel

We werken verder aan de ontwikkeling van de televerkoop en hebben beslist om te investeren in een nieuwe webwinkel om de verkoop via internet op te trekken. Deze twee kanalen zullen ondersteund worden door een groepering van de verschillende logistieke platforms in Noord-Frankrijk. Dit zal mogelijk maken om onze Franse, Belgische en Nederlandse klanten binnen de 24 uur te beleveren. Het model van productverkoper zoals we het vandaag kennen, zal evolueren naar een service van het hoger gamma met een reeks van nieuwe diensten zoals een aanbod van volledige drankoplossingen, maar ook de schoonmaak en het preventief onderhoud van de machines. Dit zal ook mogelijk maken om de ontwikkeling van het concept 'automatische distributie' verder te ontwikkelen, nu het aan omvang toenam met de overname van twee bedrijven in de streek van Lyon in 2011.

De automatische distributie bestaat erin dat bedrijven of gemeenschappen kunnen beschikken over drankautomaten die door onze teams worden onderhouden en aangevuld.

De geografische vestiging

Frankrijk en België blijven de toplanden voor de ontwikkeling van onze activiteiten.

De activiteiten in Nederland worden overgenomen door de Belgische organisatie die een Benelux-structuur zal uitbouwen. Dat zal leiden tot schaalvoordelen, maar zal vooral maken dat onze Nederlandse onafhankelijke distributeurs partij kunnen trekken van een vlottere organisatie en een vollediger aanbod. In Denemarken zetten we onze activiteiten verder, maar tegelijk starten we een marktstudie die ons de nodige gegevens moet aanreiken voor een doordachte beslissing over de toekomstige strategie volgend jaar.

De commerciële, operationele en administratieve organisatie

Na enkele jaren van stagnatie zal de omvorming van het operationeel model de sleutel worden om de uitdaging van de groei in goede banen te leiden.

De Franse dochters zullen samengebracht worden in één enkele entiteit. Dat zal meer samenhang brengen in de groep, zal het saamhorigheidsgevoel vergroten en zal een nationale commerciële aanpak vergemakkelijken, evenals een geoptimaliseerd financieel en administratief beheer.

We zullen ook een nationale commerciële organisatie voor Frankrijk opzetten, onder verantwoordelijkheid van een commercieel directeur, met een indeling in regio's. Deze zullen vooral de relaties met de klanten moeten verbeteren en nieuwe klanten moeten zoeken. Ze zullen ondersteund worden door een netwerk van lokale agentschappen die zullen instaan voor technische support, de heraanvulling van producten en de verkoopadministratie. Deze organisatie, die dichter aansluit bij de klant, moet ons in staat stellen om de kwaliteit van onze service te verbeteren. De algemene diensten zullen in competentiepolen ingedeeld worden, zoals de televerkoop.

De Benelux zal volgens hetzelfde model als voor Frankrijk georganiseerd worden.

De marketing, de inkoop, de logistiek, de informatica en de managementcontrole blijven op het niveau van de groep.

Het directiecomité twijfelt er niet aan dat al deze maatregelen weer een dynamiek zullen geven aan Fountain om zich zo sterker te positioneren op de markt en financiële doelstellingen te halen die weliswaar ambitieus maar toch realistisch zijn.

Inlichtingen

Paul Baeck – Chief Executive Officer

(paul.baeck@fountain.eu – tel +32 2 389 08 01 +32 497 487 081)

Eric Dienst - Chief Financial Officer

(eric.dienst.@fountain.eu – tel +32 2 389 08 11 ou +32 475 795 722).

<http://www.fountain.eu>



Persbericht van 6 november 2012

De raad van bestuur heeft eenparig het nieuw strategisch plan goedgekeurd dat door Paul Baeck werd voorgesteld na een grondige analyse tijdens de voorbije vijf maanden. Het uiteindelijke plan is ook gestoeld op nauwe samenwerking met het management.

Het nieuw strategisch plan zal betrekking hebben op de periode 2013-2017.

HET PROGRAMMA KAFFA 2017

Het zal voornamelijk slaan op de commerciële strategie, het distributiemodel, de geografische vestiging en de commerciële, operationele en administratieve organisatie. Het plan wordt ingevoerd door een voorstelling aan de interne teams en op basis van een participatief model.

De belangrijkste doelstellingen zijn de herpositionering van Fountain in de markt van de diensten aan bedrijven, de ontwikkeling van de activiteiten en omzetgroei met een doel van meer dan 50% tegen 2017. Dit plan zal een ruime investering vergen in de komende twee jaren, wat de EBITDA negatief zal beïnvloeden. Deze investering zal voornamelijk een uitbreiding van de verkoopteams betreffen, evenals de commerciële kosten die verbonden zijn aan de aangroei van de klantenbasis.

Vanaf 2015 zal de EBITDA weer sterk groeien en opnieuw over de lat van 20% van de omzet gaan. In die periode zal Fountain verder haar beleid van afbouw van de schuldenlast hanteren dat ze in 2008 invoerde. Dit zal mogelijk maken om over ruime investeringscapaciteiten te beschikken voor het geval er zich een overnamekans zou voordoen op de markt. De onderneming is niet van plan om het beleid op het vlak van uitkering van dividenden te wijzigen.

De commerciële strategie

Om de groei aan te zwengelen, zal in de komende maanden een nieuwe commerciële benadering uitgewerkt worden, die geënt is op een diepgaande studie van de markt en op de verwachtingen van onze bestaande en potentiële klanten. Het zal hierbij vooral gaan om differentiëring, de kwaliteit van de service en luisteren naar de klant. Om onze klantenportefeuille weer uit te bouwen, zullen wij in de komende twee jaar een twintigtal commerciële medewerkers aanwerven. Zij zullen zich vooral richten op bedrijven met meer dan 50 werknemers, die tot nu toe niet tot onze kerndoelgroep behoorden.

Met dat doel voor ogen hebben we ook beslist om de automatische distributie verder te ontwikkelen in ons gamma.

Het distributiemodel

We werken verder aan de ontwikkeling van de televerkoop en hebben beslist om te investeren in een nieuwe webwinkel om de verkoop via internet op te trekken. Deze twee kanalen zullen ondersteund worden door een groepering van de verschillende logistieke platforms in Noord-Frankrijk. Dit zal mogelijk maken om onze Franse, Belgische en Nederlandse klanten binnen de 24 uur te beleveren. Het model van productverkoper zoals we het vandaag kennen, zal evolueren naar een service van het hoger gamma met een reeks van nieuwe diensten zoals een aanbod van volledige drankoplossingen, maar ook de schoonmaak en het preventief onderhoud van de machines. Dit zal ook mogelijk maken om de ontwikkeling van het concept 'automatische distributie' verder te ontwikkelen, nu het aan omvang toenam met de overname van twee bedrijven in de streek van Lyon in 2011.

De automatische distributie bestaat erin dat bedrijven of gemeenschappen kunnen beschikken over drankautomaten die door onze teams worden onderhouden en aangevuld.

De geografische vestiging

Frankrijk en België blijven de toplanden voor de ontwikkeling van onze activiteiten.

De activiteiten in Nederland worden overgenomen door de Belgische organisatie die een Benelux-structuur zal uitbouwen. Dat zal leiden tot schaalvoordelen, maar zal vooral maken dat onze Nederlandse onafhankelijke distributeurs partij kunnen trekken van een vlottere organisatie en een vollediger aanbod. In Denemarken zetten we onze activiteiten verder, maar tegelijk starten we een marktstudie die ons de nodige gegevens moet aanreiken voor een doordachte beslissing over de toekomstige strategie volgend jaar.

De commerciële, operationele en administratieve organisatie

Na enkele jaren van stagnatie zal de omvorming van het operationeel model de sleutel worden om de uitdaging van de groei in goede banen te leiden.

De Franse dochters zullen samengebracht worden in één enkele entiteit. Dat zal meer samenhang brengen in de groep, zal het saamhorigheidsgevoel vergroten en zal een nationale commerciële aanpak vergemakkelijken, evenals een geoptimaliseerd financieel en administratief beheer.

We zullen ook een nationale commerciële organisatie voor Frankrijk opzetten, onder verantwoordelijkheid van een commercieel directeur, met een indeling in regio's. Deze zullen vooral de relaties met de klanten moeten verbeteren en nieuwe klanten moeten zoeken. Ze zullen ondersteund worden door een netwerk van lokale agentschappen die zullen instaan voor technische support, de heraanvulling van producten en de verkoopadministratie. Deze organisatie, die dichter aansluit bij de klant, moet ons in staat stellen om de kwaliteit van onze service te verbeteren. De algemene diensten zullen in competentiepolen ingedeeld worden, zoals de televerkoop.

De Benelux zal volgens hetzelfde model als voor Frankrijk georganiseerd worden.

De marketing, de inkoop, de logistiek, de informatica en de managementcontrole blijven op het niveau van de groep.

Het directiecomité twijfelt er niet aan dat al deze maatregelen weer een dynamiek zullen geven aan Fountain om zich zo sterker te positioneren op de markt en financiële doelstellingen te halen die weliswaar ambitieus maar toch realistisch zijn.

Inlichtingen

Paul Baeck – Chief Executive Officer

(paul.baeck@fountain.eu – tel +32 2 389 08 01 +32 497 487 081)

Eric Dienst - Chief Financial Officer

(eric.dienst.@fountain.eu – tel +32 2 389 08 11 ou +32 475 795 722).

<http://www.fountain.eu>



Persbericht van 6 november 2012

De raad van bestuur heeft eenparig het nieuw strategisch plan goedgekeurd dat door Paul Baeck werd voorgesteld na een grondige analyse tijdens de voorbije vijf maanden. Het uiteindelijke plan is ook gestoeld op nauwe samenwerking met het management.

Het nieuw strategisch plan zal betrekking hebben op de periode 2013-2017.

HET PROGRAMMA KAFFA 2017

Het zal voornamelijk slaan op de commerciële strategie, het distributiemodel, de geografische vestiging en de commerciële, operationele en administratieve organisatie. Het plan wordt ingevoerd door een voorstelling aan de interne teams en op basis van een participatief model.

De belangrijkste doelstellingen zijn de herpositionering van Fountain in de markt van de diensten aan bedrijven, de ontwikkeling van de activiteiten en omzetgroei met een doel van meer dan 50% tegen 2017. Dit plan zal een ruime investering vergen in de komende twee jaren, wat de EBITDA negatief zal beïnvloeden. Deze investering zal voornamelijk een uitbreiding van de verkoopteams betreffen, evenals de commerciële kosten die verbonden zijn aan de aangroei van de klantenbasis.

Vanaf 2015 zal de EBITDA weer sterk groeien en opnieuw over de lat van 20% van de omzet gaan. In die periode zal Fountain verder haar beleid van afbouw van de schuldenlast hanteren dat ze in 2008 invoerde. Dit zal mogelijk maken om over ruime investeringscapaciteiten te beschikken voor het geval er zich een overnamekans zou voordoen op de markt. De onderneming is niet van plan om het beleid op het vlak van uitkering van dividenden te wijzigen.

De commerciële strategie

Om de groei aan te zwengelen, zal in de komende maanden een nieuwe commerciële benadering uitgewerkt worden, die geënt is op een diepgaande studie van de markt en op de verwachtingen van onze bestaande en potentiële klanten. Het zal hierbij vooral gaan om differentiëring, de kwaliteit van de service en luisteren naar de klant. Om onze klantenportefeuille weer uit te bouwen, zullen wij in de komende twee jaar een twintigtal commerciële medewerkers aanwerven. Zij zullen zich vooral richten op bedrijven met meer dan 50 werknemers, die tot nu toe niet tot onze kerndoelgroep behoorden.

Met dat doel voor ogen hebben we ook beslist om de automatische distributie verder te ontwikkelen in ons gamma.

Het distributiemodel

We werken verder aan de ontwikkeling van de televerkoop en hebben beslist om te investeren in een nieuwe webwinkel om de verkoop via internet op te trekken. Deze twee kanalen zullen ondersteund worden door een groepering van de verschillende logistieke platforms in Noord-Frankrijk. Dit zal mogelijk maken om onze Franse, Belgische en Nederlandse klanten binnen de 24 uur te beleveren. Het model van productverkoper zoals we het vandaag kennen, zal evolueren naar een service van het hoger gamma met een reeks van nieuwe diensten zoals een aanbod van volledige drankoplossingen, maar ook de schoonmaak en het preventief onderhoud van de machines. Dit zal ook mogelijk maken om de ontwikkeling van het concept 'automatische distributie' verder te ontwikkelen, nu het aan omvang toenam met de overname van twee bedrijven in de streek van Lyon in 2011.

De automatische distributie bestaat erin dat bedrijven of gemeenschappen kunnen beschikken over drankautomaten die door onze teams worden onderhouden en aangevuld.

De geografische vestiging

Frankrijk en België blijven de toplanden voor de ontwikkeling van onze activiteiten.

De activiteiten in Nederland worden overgenomen door de Belgische organisatie die een Benelux-structuur zal uitbouwen. Dat zal leiden tot schaalvoordelen, maar zal vooral maken dat onze Nederlandse onafhankelijke distributeurs partij kunnen trekken van een vlottere organisatie en een vollediger aanbod. In Denemarken zetten we onze activiteiten verder, maar tegelijk starten we een marktstudie die ons de nodige gegevens moet aanreiken voor een doordachte beslissing over de toekomstige strategie volgend jaar.

De commerciële, operationele en administratieve organisatie

Na enkele jaren van stagnatie zal de omvorming van het operationeel model de sleutel worden om de uitdaging van de groei in goede banen te leiden.

De Franse dochters zullen samengebracht worden in één enkele entiteit. Dat zal meer samenhang brengen in de groep, zal het saamhorigheidsgevoel vergroten en zal een nationale commerciële aanpak vergemakkelijken, evenals een geoptimaliseerd financieel en administratief beheer.

We zullen ook een nationale commerciële organisatie voor Frankrijk opzetten, onder verantwoordelijkheid van een commercieel directeur, met een indeling in regio's. Deze zullen vooral de relaties met de klanten moeten verbeteren en nieuwe klanten moeten zoeken. Ze zullen ondersteund worden door een netwerk van lokale agentschappen die zullen instaan voor technische support, de heraanvulling van producten en de verkoopadministratie. Deze organisatie, die dichter aansluit bij de klant, moet ons in staat stellen om de kwaliteit van onze service te verbeteren. De algemene diensten zullen in competentiepolen ingedeeld worden, zoals de televerkoop.

De Benelux zal volgens hetzelfde model als voor Frankrijk georganiseerd worden.

De marketing, de inkoop, de logistiek, de informatica en de managementcontrole blijven op het niveau van de groep.

Het directiecomité twijfelt er niet aan dat al deze maatregelen weer een dynamiek zullen geven aan Fountain om zich zo sterker te positioneren op de markt en financiële doelstellingen te halen die weliswaar ambitieus maar toch realistisch zijn.

Inlichtingen

Paul Baeck – Chief Executive Officer

(paul.baeck@fountain.eu – tel +32 2 389 08 01 +32 497 487 081)

Eric Dienst - Chief Financial Officer

(eric.dienst.@fountain.eu – tel +32 2 389 08 11 ou +32 475 795 722).

<http://www.fountain.eu>



Persbericht van 6 november 2012

De raad van bestuur heeft eenparig het nieuw strategisch plan goedgekeurd dat door Paul Baeck werd voorgesteld na een grondige analyse tijdens de voorbije vijf maanden. Het uiteindelijke plan is ook gestoeld op nauwe samenwerking met het management.

Het nieuw strategisch plan zal betrekking hebben op de periode 2013-2017.

HET PROGRAMMA KAFFA 2017

Het zal voornamelijk slaan op de commerciële strategie, het distributiemodel, de geografische vestiging en de commerciële, operationele en administratieve organisatie. Het plan wordt ingevoerd door een voorstelling aan de interne teams en op basis van een participatief model.

De belangrijkste doelstellingen zijn de herpositionering van Fountain in de markt van de diensten aan bedrijven, de ontwikkeling van de activiteiten en omzetgroei met een doel van meer dan 50% tegen 2017. Dit plan zal een ruime investering vergen in de komende twee jaren, wat de EBITDA negatief zal beïnvloeden. Deze investering zal voornamelijk een uitbreiding van de verkoopteams betreffen, evenals de commerciële kosten die verbonden zijn aan de aangroei van de klantenbasis.

Vanaf 2015 zal de EBITDA weer sterk groeien en opnieuw over de lat van 20% van de omzet gaan. In die periode zal Fountain verder haar beleid van afbouw van de schuldenlast hanteren dat ze in 2008 invoerde. Dit zal mogelijk maken om over ruime investeringscapaciteiten te beschikken voor het geval er zich een overnamekans zou voordoen op de markt. De onderneming is niet van plan om het beleid op het vlak van uitkering van dividenden te wijzigen.

De commerciële strategie

Om de groei aan te zwengelen, zal in de komende maanden een nieuwe commerciële benadering uitgewerkt worden, die geënt is op een diepgaande studie van de markt en op de verwachtingen van onze bestaande en potentiële klanten. Het zal hierbij vooral gaan om differentiëring, de kwaliteit van de service en luisteren naar de klant. Om onze klantenportefeuille weer uit te bouwen, zullen wij in de komende twee jaar een twintigtal commerciële medewerkers aanwerven. Zij zullen zich vooral richten op bedrijven met meer dan 50 werknemers, die tot nu toe niet tot onze kerndoelgroep behoorden.

Met dat doel voor ogen hebben we ook beslist om de automatische distributie verder te ontwikkelen in ons gamma.

Het distributiemodel

We werken verder aan de ontwikkeling van de televerkoop en hebben beslist om te investeren in een nieuwe webwinkel om de verkoop via internet op te trekken. Deze twee kanalen zullen ondersteund worden door een groepering van de verschillende logistieke platforms in Noord-Frankrijk. Dit zal mogelijk maken om onze Franse, Belgische en Nederlandse klanten binnen de 24 uur te beleveren. Het model van productverkoper zoals we het vandaag kennen, zal evolueren naar een service van het hoger gamma met een reeks van nieuwe diensten zoals een aanbod van volledige drankoplossingen, maar ook de schoonmaak en het preventief onderhoud van de machines. Dit zal ook mogelijk maken om de ontwikkeling van het concept 'automatische distributie' verder te ontwikkelen, nu het aan omvang toenam met de overname van twee bedrijven in de streek van Lyon in 2011.

De automatische distributie bestaat erin dat bedrijven of gemeenschappen kunnen beschikken over drankautomaten die door onze teams worden onderhouden en aangevuld.

De geografische vestiging

Frankrijk en België blijven de toplanden voor de ontwikkeling van onze activiteiten.

De activiteiten in Nederland worden overgenomen door de Belgische organisatie die een Benelux-structuur zal uitbouwen. Dat zal leiden tot schaalvoordelen, maar zal vooral maken dat onze Nederlandse onafhankelijke distributeurs partij kunnen trekken van een vlottere organisatie en een vollediger aanbod. In Denemarken zetten we onze activiteiten verder, maar tegelijk starten we een marktstudie die ons de nodige gegevens moet aanreiken voor een doordachte beslissing over de toekomstige strategie volgend jaar.

De commerciële, operationele en administratieve organisatie

Na enkele jaren van stagnatie zal de omvorming van het operationeel model de sleutel worden om de uitdaging van de groei in goede banen te leiden.

De Franse dochters zullen samengebracht worden in één enkele entiteit. Dat zal meer samenhang brengen in de groep, zal het saamhorigheidsgevoel vergroten en zal een nationale commerciële aanpak vergemakkelijken, evenals een geoptimaliseerd financieel en administratief beheer.

We zullen ook een nationale commerciële organisatie voor Frankrijk opzetten, onder verantwoordelijkheid van een commercieel directeur, met een indeling in regio's. Deze zullen vooral de relaties met de klanten moeten verbeteren en nieuwe klanten moeten zoeken. Ze zullen ondersteund worden door een netwerk van lokale agentschappen die zullen instaan voor technische support, de heraanvulling van producten en de verkoopadministratie. Deze organisatie, die dichter aansluit bij de klant, moet ons in staat stellen om de kwaliteit van onze service te verbeteren. De algemene diensten zullen in competentiepolen ingedeeld worden, zoals de televerkoop.

De Benelux zal volgens hetzelfde model als voor Frankrijk georganiseerd worden.

De marketing, de inkoop, de logistiek, de informatica en de managementcontrole blijven op het niveau van de groep.

Het directiecomité twijfelt er niet aan dat al deze maatregelen weer een dynamiek zullen geven aan Fountain om zich zo sterker te positioneren op de markt en financiële doelstellingen te halen die weliswaar ambitieus maar toch realistisch zijn.

Inlichtingen

Paul Baeck – Chief Executive Officer

(paul.baeck@fountain.eu – tel +32 2 389 08 01 +32 497 487 081)

Eric Dienst - Chief Financial Officer

(eric.dienst.@fountain.eu – tel +32 2 389 08 11 ou +32 475 795 722).

<http://www.fountain.eu>



Persbericht van 6 november 2012

De raad van bestuur heeft eenparig het nieuw strategisch plan goedgekeurd dat door Paul Baeck werd voorgesteld na een grondige analyse tijdens de voorbije vijf maanden. Het uiteindelijke plan is ook gestoeld op nauwe samenwerking met het management.

Het nieuw strategisch plan zal betrekking hebben op de periode 2013-2017.

HET PROGRAMMA KAFFA 2017

Het zal voornamelijk slaan op de commerciële strategie, het distributiemodel, de geografische vestiging en de commerciële, operationele en administratieve organisatie. Het plan wordt ingevoerd door een voorstelling aan de interne teams en op basis van een participatief model.

De belangrijkste doelstellingen zijn de herpositionering van Fountain in de markt van de diensten aan bedrijven, de ontwikkeling van de activiteiten en omzetgroei met een doel van meer dan 50% tegen 2017. Dit plan zal een ruime investering vergen in de komende twee jaren, wat de EBITDA negatief zal beïnvloeden. Deze investering zal voornamelijk een uitbreiding van de verkoopteams betreffen, evenals de commerciële kosten die verbonden zijn aan de aangroei van de klantenbasis.

Vanaf 2015 zal de EBITDA weer sterk groeien en opnieuw over de lat van 20% van de omzet gaan. In die periode zal Fountain verder haar beleid van afbouw van de schuldenlast hanteren dat ze in 2008 invoerde. Dit zal mogelijk maken om over ruime investeringscapaciteiten te beschikken voor het geval er zich een overnamekans zou voordoen op de markt. De onderneming is niet van plan om het beleid op het vlak van uitkering van dividenden te wijzigen.

De commerciële strategie

Om de groei aan te zwengelen, zal in de komende maanden een nieuwe commerciële benadering uitgewerkt worden, die geënt is op een diepgaande studie van de markt en op de verwachtingen van onze bestaande en potentiële klanten. Het zal hierbij vooral gaan om differentiëring, de kwaliteit van de service en luisteren naar de klant. Om onze klantenportefeuille weer uit te bouwen, zullen wij in de komende twee jaar een twintigtal commerciële medewerkers aanwerven. Zij zullen zich vooral richten op bedrijven met meer dan 50 werknemers, die tot nu toe niet tot onze kerndoelgroep behoorden.

Met dat doel voor ogen hebben we ook beslist om de automatische distributie verder te ontwikkelen in ons gamma.

Het distributiemodel

We werken verder aan de ontwikkeling van de televerkoop en hebben beslist om te investeren in een nieuwe webwinkel om de verkoop via internet op te trekken. Deze twee kanalen zullen ondersteund worden door een groepering van de verschillende logistieke platforms in Noord-Frankrijk. Dit zal mogelijk maken om onze Franse, Belgische en Nederlandse klanten binnen de 24 uur te beleveren. Het model van productverkoper zoals we het vandaag kennen, zal evolueren naar een service van het hoger gamma met een reeks van nieuwe diensten zoals een aanbod van volledige drankoplossingen, maar ook de schoonmaak en het preventief onderhoud van de machines. Dit zal ook mogelijk maken om de ontwikkeling van het concept 'automatische distributie' verder te ontwikkelen, nu het aan omvang toenam met de overname van twee bedrijven in de streek van Lyon in 2011.

De automatische distributie bestaat erin dat bedrijven of gemeenschappen kunnen beschikken over drankautomaten die door onze teams worden onderhouden en aangevuld.

De geografische vestiging

Frankrijk en België blijven de toplanden voor de ontwikkeling van onze activiteiten.

De activiteiten in Nederland worden overgenomen door de Belgische organisatie die een Benelux-structuur zal uitbouwen. Dat zal leiden tot schaalvoordelen, maar zal vooral maken dat onze Nederlandse onafhankelijke distributeurs partij kunnen trekken van een vlottere organisatie en een vollediger aanbod. In Denemarken zetten we onze activiteiten verder, maar tegelijk starten we een marktstudie die ons de nodige gegevens moet aanreiken voor een doordachte beslissing over de toekomstige strategie volgend jaar.

De commerciële, operationele en administratieve organisatie

Na enkele jaren van stagnatie zal de omvorming van het operationeel model de sleutel worden om de uitdaging van de groei in goede banen te leiden.

De Franse dochters zullen samengebracht worden in één enkele entiteit. Dat zal meer samenhang brengen in de groep, zal het saamhorigheidsgevoel vergroten en zal een nationale commerciële aanpak vergemakkelijken, evenals een geoptimaliseerd financieel en administratief beheer.

We zullen ook een nationale commerciële organisatie voor Frankrijk opzetten, onder verantwoordelijkheid van een commercieel directeur, met een indeling in regio's. Deze zullen vooral de relaties met de klanten moeten verbeteren en nieuwe klanten moeten zoeken. Ze zullen ondersteund worden door een netwerk van lokale agentschappen die zullen instaan voor technische support, de heraanvulling van producten en de verkoopadministratie. Deze organisatie, die dichter aansluit bij de klant, moet ons in staat stellen om de kwaliteit van onze service te verbeteren. De algemene diensten zullen in competentiepolen ingedeeld worden, zoals de televerkoop.

De Benelux zal volgens hetzelfde model als voor Frankrijk georganiseerd worden.

De marketing, de inkoop, de logistiek, de informatica en de managementcontrole blijven op het niveau van de groep.

Het directiecomité twijfelt er niet aan dat al deze maatregelen weer een dynamiek zullen geven aan Fountain om zich zo sterker te positioneren op de markt en financiële doelstellingen te halen die weliswaar ambitieus maar toch realistisch zijn.

Inlichtingen

Paul Baeck – Chief Executive Officer

(paul.baeck@fountain.eu – tel +32 2 389 08 01 +32 497 487 081)

Eric Dienst - Chief Financial Officer

(eric.dienst.@fountain.eu – tel +32 2 389 08 11 ou +32 475 795 722).

<http://www.fountain.eu>



Persbericht van 6 november 2012

De raad van bestuur heeft eenparig het nieuw strategisch plan goedgekeurd dat door Paul Baeck werd voorgesteld na een grondige analyse tijdens de voorbije vijf maanden. Het uiteindelijke plan is ook gestoeld op nauwe samenwerking met het management.

Het nieuw strategisch plan zal betrekking hebben op de periode 2013-2017.

HET PROGRAMMA KAFFA 2017

Het zal voornamelijk slaan op de commerciële strategie, het distributiemodel, de geografische vestiging en de commerciële, operationele en administratieve organisatie. Het plan wordt ingevoerd door een voorstelling aan de interne teams en op basis van een participatief model.

De belangrijkste doelstellingen zijn de herpositionering van Fountain in de markt van de diensten aan bedrijven, de ontwikkeling van de activiteiten en omzetgroei met een doel van meer dan 50% tegen 2017. Dit plan zal een ruime investering vergen in de komende twee jaren, wat de EBITDA negatief zal beïnvloeden. Deze investering zal voornamelijk een uitbreiding van de verkoopteams betreffen, evenals de commerciële kosten die verbonden zijn aan de aangroei van de klantenbasis.

Vanaf 2015 zal de EBITDA weer sterk groeien en opnieuw over de lat van 20% van de omzet gaan. In die periode zal Fountain verder haar beleid van afbouw van de schuldenlast hanteren dat ze in 2008 invoerde. Dit zal mogelijk maken om over ruime investeringscapaciteiten te beschikken voor het geval er zich een overnamekans zou voordoen op de markt. De onderneming is niet van plan om het beleid op het vlak van uitkering van dividenden te wijzigen.

De commerciële strategie

Om de groei aan te zwengelen, zal in de komende maanden een nieuwe commerciële benadering uitgewerkt worden, die geënt is op een diepgaande studie van de markt en op de verwachtingen van onze bestaande en potentiële klanten. Het zal hierbij vooral gaan om differentiëring, de kwaliteit van de service en luisteren naar de klant. Om onze klantenportefeuille weer uit te bouwen, zullen wij in de komende twee jaar een twintigtal commerciële medewerkers aanwerven. Zij zullen zich vooral richten op bedrijven met meer dan 50 werknemers, die tot nu toe niet tot onze kerndoelgroep behoorden.

Met dat doel voor ogen hebben we ook beslist om de automatische distributie verder te ontwikkelen in ons gamma.

Het distributiemodel

We werken verder aan de ontwikkeling van de televerkoop en hebben beslist om te investeren in een nieuwe webwinkel om de verkoop via internet op te trekken. Deze twee kanalen zullen ondersteund worden door een groepering van de verschillende logistieke platforms in Noord-Frankrijk. Dit zal mogelijk maken om onze Franse, Belgische en Nederlandse klanten binnen de 24 uur te beleveren. Het model van productverkoper zoals we het vandaag kennen, zal evolueren naar een service van het hoger gamma met een reeks van nieuwe diensten zoals een aanbod van volledige drankoplossingen, maar ook de schoonmaak en het preventief onderhoud van de machines. Dit zal ook mogelijk maken om de ontwikkeling van het concept 'automatische distributie' verder te ontwikkelen, nu het aan omvang toenam met de overname van twee bedrijven in de streek van Lyon in 2011.

De automatische distributie bestaat erin dat bedrijven of gemeenschappen kunnen beschikken over drankautomaten die door onze teams worden onderhouden en aangevuld.

De geografische vestiging

Frankrijk en België blijven de toplanden voor de ontwikkeling van onze activiteiten.

De activiteiten in Nederland worden overgenomen door de Belgische organisatie die een Benelux-structuur zal uitbouwen. Dat zal leiden tot schaalvoordelen, maar zal vooral maken dat onze Nederlandse onafhankelijke distributeurs partij kunnen trekken van een vlottere organisatie en een vollediger aanbod. In Denemarken zetten we onze activiteiten verder, maar tegelijk starten we een marktstudie die ons de nodige gegevens moet aanreiken voor een doordachte beslissing over de toekomstige strategie volgend jaar.

De commerciële, operationele en administratieve organisatie

Na enkele jaren van stagnatie zal de omvorming van het operationeel model de sleutel worden om de uitdaging van de groei in goede banen te leiden.

De Franse dochters zullen samengebracht worden in één enkele entiteit. Dat zal meer samenhang brengen in de groep, zal het saamhorigheidsgevoel vergroten en zal een nationale commerciële aanpak vergemakkelijken, evenals een geoptimaliseerd financieel en administratief beheer.

We zullen ook een nationale commerciële organisatie voor Frankrijk opzetten, onder verantwoordelijkheid van een commercieel directeur, met een indeling in regio's. Deze zullen vooral de relaties met de klanten moeten verbeteren en nieuwe klanten moeten zoeken. Ze zullen ondersteund worden door een netwerk van lokale agentschappen die zullen instaan voor technische support, de heraanvulling van producten en de verkoopadministratie. Deze organisatie, die dichter aansluit bij de klant, moet ons in staat stellen om de kwaliteit van onze service te verbeteren. De algemene diensten zullen in competentiepolen ingedeeld worden, zoals de televerkoop.

De Benelux zal volgens hetzelfde model als voor Frankrijk georganiseerd worden.

De marketing, de inkoop, de logistiek, de informatica en de managementcontrole blijven op het niveau van de groep.

Het directiecomité twijfelt er niet aan dat al deze maatregelen weer een dynamiek zullen geven aan Fountain om zich zo sterker te positioneren op de markt en financiële doelstellingen te halen die weliswaar ambitieus maar toch realistisch zijn.

Inlichtingen

Paul Baeck – Chief Executive Officer

(paul.baeck@fountain.eu – tel +32 2 389 08 01 +32 497 487 081)

Eric Dienst - Chief Financial Officer

(eric.dienst.@fountain.eu – tel +32 2 389 08 11 ou +32 475 795 722).

<http://www.fountain.eu>



Persbericht van 6 november 2012

De raad van bestuur heeft eenparig het nieuw strategisch plan goedgekeurd dat door Paul Baeck werd voorgesteld na een grondige analyse tijdens de voorbije vijf maanden. Het uiteindelijke plan is ook gestoeld op nauwe samenwerking met het management.

Het nieuw strategisch plan zal betrekking hebben op de periode 2013-2017.

HET PROGRAMMA KAFFA 2017

Het zal voornamelijk slaan op de commerciële strategie, het distributiemodel, de geografische vestiging en de commerciële, operationele en administratieve organisatie. Het plan wordt ingevoerd door een voorstelling aan de interne teams en op basis van een participatief model.

De belangrijkste doelstellingen zijn de herpositionering van Fountain in de markt van de diensten aan bedrijven, de ontwikkeling van de activiteiten en omzetgroei met een doel van meer dan 50% tegen 2017. Dit plan zal een ruime investering vergen in de komende twee jaren, wat de EBITDA negatief zal beïnvloeden. Deze investering zal voornamelijk een uitbreiding van de verkoopteams betreffen, evenals de commerciële kosten die verbonden zijn aan de aangroei van de klantenbasis.

Vanaf 2015 zal de EBITDA weer sterk groeien en opnieuw over de lat van 20% van de omzet gaan. In die periode zal Fountain verder haar beleid van afbouw van de schuldenlast hanteren dat ze in 2008 invoerde. Dit zal mogelijk maken om over ruime investeringscapaciteiten te beschikken voor het geval er zich een overnamekans zou voordoen op de markt. De onderneming is niet van plan om het beleid op het vlak van uitkering van dividenden te wijzigen.

De commerciële strategie

Om de groei aan te zwengelen, zal in de komende maanden een nieuwe commerciële benadering uitgewerkt worden, die geënt is op een diepgaande studie van de markt en op de verwachtingen van onze bestaande en potentiële klanten. Het zal hierbij vooral gaan om differentiëring, de kwaliteit van de service en luisteren naar de klant. Om onze klantenportefeuille weer uit te bouwen, zullen wij in de komende twee jaar een twintigtal commerciële medewerkers aanwerven. Zij zullen zich vooral richten op bedrijven met meer dan 50 werknemers, die tot nu toe niet tot onze kerndoelgroep behoorden.

Met dat doel voor ogen hebben we ook beslist om de automatische distributie verder te ontwikkelen in ons gamma.

Het distributiemodel

We werken verder aan de ontwikkeling van de televerkoop en hebben beslist om te investeren in een nieuwe webwinkel om de verkoop via internet op te trekken. Deze twee kanalen zullen ondersteund worden door een groepering van de verschillende logistieke platforms in Noord-Frankrijk. Dit zal mogelijk maken om onze Franse, Belgische en Nederlandse klanten binnen de 24 uur te beleveren. Het model van productverkoper zoals we het vandaag kennen, zal evolueren naar een service van het hoger gamma met een reeks van nieuwe diensten zoals een aanbod van volledige drankoplossingen, maar ook de schoonmaak en het preventief onderhoud van de machines. Dit zal ook mogelijk maken om de ontwikkeling van het concept 'automatische distributie' verder te ontwikkelen, nu het aan omvang toenam met de overname van twee bedrijven in de streek van Lyon in 2011.

De automatische distributie bestaat erin dat bedrijven of gemeenschappen kunnen beschikken over drankautomaten die door onze teams worden onderhouden en aangevuld.

De geografische vestiging

Frankrijk en België blijven de toplanden voor de ontwikkeling van onze activiteiten.

De activiteiten in Nederland worden overgenomen door de Belgische organisatie die een Benelux-structuur zal uitbouwen. Dat zal leiden tot schaalvoordelen, maar zal vooral maken dat onze Nederlandse onafhankelijke distributeurs partij kunnen trekken van een vlottere organisatie en een vollediger aanbod. In Denemarken zetten we onze activiteiten verder, maar tegelijk starten we een marktstudie die ons de nodige gegevens moet aanreiken voor een doordachte beslissing over de toekomstige strategie volgend jaar.

De commerciële, operationele en administratieve organisatie

Na enkele jaren van stagnatie zal de omvorming van het operationeel model de sleutel worden om de uitdaging van de groei in goede banen te leiden.

De Franse dochters zullen samengebracht worden in één enkele entiteit. Dat zal meer samenhang brengen in de groep, zal het saamhorigheidsgevoel vergroten en zal een nationale commerciële aanpak vergemakkelijken, evenals een geoptimaliseerd financieel en administratief beheer.

We zullen ook een nationale commerciële organisatie voor Frankrijk opzetten, onder verantwoordelijkheid van een commercieel directeur, met een indeling in regio's. Deze zullen vooral de relaties met de klanten moeten verbeteren en nieuwe klanten moeten zoeken. Ze zullen ondersteund worden door een netwerk van lokale agentschappen die zullen instaan voor technische support, de heraanvulling van producten en de verkoopadministratie. Deze organisatie, die dichter aansluit bij de klant, moet ons in staat stellen om de kwaliteit van onze service te verbeteren. De algemene diensten zullen in competentiepolen ingedeeld worden, zoals de televerkoop.

De Benelux zal volgens hetzelfde model als voor Frankrijk georganiseerd worden.

De marketing, de inkoop, de logistiek, de informatica en de managementcontrole blijven op het niveau van de groep.

Het directiecomité twijfelt er niet aan dat al deze maatregelen weer een dynamiek zullen geven aan Fountain om zich zo sterker te positioneren op de markt en financiële doelstellingen te halen die weliswaar ambitieus maar toch realistisch zijn.

Inlichtingen

Paul Baeck – Chief Executive Officer

(paul.baeck@fountain.eu – tel +32 2 389 08 01 +32 497 487 081)

Eric Dienst - Chief Financial Officer

(eric.dienst.@fountain.eu – tel +32 2 389 08 11 ou +32 475 795 722).

<http://www.fountain.eu>



Persbericht van 6 november 2012

De raad van bestuur heeft eenparig het nieuw strategisch plan goedgekeurd dat door Paul Baeck werd voorgesteld na een grondige analyse tijdens de voorbije vijf maanden. Het uiteindelijke plan is ook gestoeld op nauwe samenwerking met het management.

Het nieuw strategisch plan zal betrekking hebben op de periode 2013-2017.

HET PROGRAMMA KAFFA 2017

Het zal voornamelijk slaan op de commerciële strategie, het distributiemodel, de geografische vestiging en de commerciële, operationele en administratieve organisatie. Het plan wordt ingevoerd door een voorstelling aan de interne teams en op basis van een participatief model.

De belangrijkste doelstellingen zijn de herpositionering van Fountain in de markt van de diensten aan bedrijven, de ontwikkeling van de activiteiten en omzetgroei met een doel van meer dan 50% tegen 2017. Dit plan zal een ruime investering vergen in de komende twee jaren, wat de EBITDA negatief zal beïnvloeden. Deze investering zal voornamelijk een uitbreiding van de verkoopteams betreffen, evenals de commerciële kosten die verbonden zijn aan de aangroei van de klantenbasis.

Vanaf 2015 zal de EBITDA weer sterk groeien en opnieuw over de lat van 20% van de omzet gaan. In die periode zal Fountain verder haar beleid van afbouw van de schuldenlast hanteren dat ze in 2008 invoerde. Dit zal mogelijk maken om over ruime investeringscapaciteiten te beschikken voor het geval er zich een overnamekans zou voordoen op de markt. De onderneming is niet van plan om het beleid op het vlak van uitkering van dividenden te wijzigen.

De commerciële strategie

Om de groei aan te zwengelen, zal in de komende maanden een nieuwe commerciële benadering uitgewerkt worden, die geënt is op een diepgaande studie van de markt en op de verwachtingen van onze bestaande en potentiële klanten. Het zal hierbij vooral gaan om differentiëring, de kwaliteit van de service en luisteren naar de klant. Om onze klantenportefeuille weer uit te bouwen, zullen wij in de komende twee jaar een twintigtal commerciële medewerkers aanwerven. Zij zullen zich vooral richten op bedrijven met meer dan 50 werknemers, die tot nu toe niet tot onze kerndoelgroep behoorden.

Met dat doel voor ogen hebben we ook beslist om de automatische distributie verder te ontwikkelen in ons gamma.

Het distributiemodel

We werken verder aan de ontwikkeling van de televerkoop en hebben beslist om te investeren in een nieuwe webwinkel om de verkoop via internet op te trekken. Deze twee kanalen zullen ondersteund worden door een groepering van de verschillende logistieke platforms in Noord-Frankrijk. Dit zal mogelijk maken om onze Franse, Belgische en Nederlandse klanten binnen de 24 uur te beleveren. Het model van productverkoper zoals we het vandaag kennen, zal evolueren naar een service van het hoger gamma met een reeks van nieuwe diensten zoals een aanbod van volledige drankoplossingen, maar ook de schoonmaak en het preventief onderhoud van de machines. Dit zal ook mogelijk maken om de ontwikkeling van het concept 'automatische distributie' verder te ontwikkelen, nu het aan omvang toenam met de overname van twee bedrijven in de streek van Lyon in 2011.

De automatische distributie bestaat erin dat bedrijven of gemeenschappen kunnen beschikken over drankautomaten die door onze teams worden onderhouden en aangevuld.

De geografische vestiging

Frankrijk en België blijven de toplanden voor de ontwikkeling van onze activiteiten.

De activiteiten in Nederland worden overgenomen door de Belgische organisatie die een Benelux-structuur zal uitbouwen. Dat zal leiden tot schaalvoordelen, maar zal vooral maken dat onze Nederlandse onafhankelijke distributeurs partij kunnen trekken van een vlottere organisatie en een vollediger aanbod. In Denemarken zetten we onze activiteiten verder, maar tegelijk starten we een marktstudie die ons de nodige gegevens moet aanreiken voor een doordachte beslissing over de toekomstige strategie volgend jaar.

De commerciële, operationele en administratieve organisatie

Na enkele jaren van stagnatie zal de omvorming van het operationeel model de sleutel worden om de uitdaging van de groei in goede banen te leiden.

De Franse dochters zullen samengebracht worden in één enkele entiteit. Dat zal meer samenhang brengen in de groep, zal het saamhorigheidsgevoel vergroten en zal een nationale commerciële aanpak vergemakkelijken, evenals een geoptimaliseerd financieel en administratief beheer.

We zullen ook een nationale commerciële organisatie voor Frankrijk opzetten, onder verantwoordelijkheid van een commercieel directeur, met een indeling in regio's. Deze zullen vooral de relaties met de klanten moeten verbeteren en nieuwe klanten moeten zoeken. Ze zullen ondersteund worden door een netwerk van lokale agentschappen die zullen instaan voor technische support, de heraanvulling van producten en de verkoopadministratie. Deze organisatie, die dichter aansluit bij de klant, moet ons in staat stellen om de kwaliteit van onze service te verbeteren. De algemene diensten zullen in competentiepolen ingedeeld worden, zoals de televerkoop.

De Benelux zal volgens hetzelfde model als voor Frankrijk georganiseerd worden.

De marketing, de inkoop, de logistiek, de informatica en de managementcontrole blijven op het niveau van de groep.

Het directiecomité twijfelt er niet aan dat al deze maatregelen weer een dynamiek zullen geven aan Fountain om zich zo sterker te positioneren op de markt en financiële doelstellingen te halen die weliswaar ambitieus maar toch realistisch zijn.

Inlichtingen

Paul Baeck – Chief Executive Officer

(paul.baeck@fountain.eu – tel +32 2 389 08 01 +32 497 487 081)

Eric Dienst - Chief Financial Officer

(eric.dienst.@fountain.eu – tel +32 2 389 08 11 ou +32 475 795 722).

<http://www.fountain.eu>



Persbericht van 6 november 2012

De raad van bestuur heeft eenparig het nieuw strategisch plan goedgekeurd dat door Paul Baeck werd voorgesteld na een grondige analyse tijdens de voorbije vijf maanden. Het uiteindelijke plan is ook gestoeld op nauwe samenwerking met het management.

Het nieuw strategisch plan zal betrekking hebben op de periode 2013-2017.

HET PROGRAMMA KAFFA 2017

Het zal voornamelijk slaan op de commerciële strategie, het distributiemodel, de geografische vestiging en de commerciële, operationele en administratieve organisatie. Het plan wordt ingevoerd door een voorstelling aan de interne teams en op basis van een participatief model.

De belangrijkste doelstellingen zijn de herpositionering van Fountain in de markt van de diensten aan bedrijven, de ontwikkeling van de activiteiten en omzetgroei met een doel van meer dan 50% tegen 2017. Dit plan zal een ruime investering vergen in de komende twee jaren, wat de EBITDA negatief zal beïnvloeden. Deze investering zal voornamelijk een uitbreiding van de verkoopteams betreffen, evenals de commerciële kosten die verbonden zijn aan de aangroei van de klantenbasis.

Vanaf 2015 zal de EBITDA weer sterk groeien en opnieuw over de lat van 20% van de omzet gaan. In die periode zal Fountain verder haar beleid van afbouw van de schuldenlast hanteren dat ze in 2008 invoerde. Dit zal mogelijk maken om over ruime investeringscapaciteiten te beschikken voor het geval er zich een overnamekans zou voordoen op de markt. De onderneming is niet van plan om het beleid op het vlak van uitkering van dividenden te wijzigen.

De commerciële strategie

Om de groei aan te zwengelen, zal in de komende maanden een nieuwe commerciële benadering uitgewerkt worden, die geënt is op een diepgaande studie van de markt en op de verwachtingen van onze bestaande en potentiële klanten. Het zal hierbij vooral gaan om differentiëring, de kwaliteit van de service en luisteren naar de klant. Om onze klantenportefeuille weer uit te bouwen, zullen wij in de komende twee jaar een twintigtal commerciële medewerkers aanwerven. Zij zullen zich vooral richten op bedrijven met meer dan 50 werknemers, die tot nu toe niet tot onze kerndoelgroep behoorden.

Met dat doel voor ogen hebben we ook beslist om de automatische distributie verder te ontwikkelen in ons gamma.

Het distributiemodel

We werken verder aan de ontwikkeling van de televerkoop en hebben beslist om te investeren in een nieuwe webwinkel om de verkoop via internet op te trekken. Deze twee kanalen zullen ondersteund worden door een groepering van de verschillende logistieke platforms in Noord-Frankrijk. Dit zal mogelijk maken om onze Franse, Belgische en Nederlandse klanten binnen de 24 uur te beleveren. Het model van productverkoper zoals we het vandaag kennen, zal evolueren naar een service van het hoger gamma met een reeks van nieuwe diensten zoals een aanbod van volledige drankoplossingen, maar ook de schoonmaak en het preventief onderhoud van de machines. Dit zal ook mogelijk maken om de ontwikkeling van het concept 'automatische distributie' verder te ontwikkelen, nu het aan omvang toenam met de overname van twee bedrijven in de streek van Lyon in 2011.

De automatische distributie bestaat erin dat bedrijven of gemeenschappen kunnen beschikken over drankautomaten die door onze teams worden onderhouden en aangevuld.

De geografische vestiging

Frankrijk en België blijven de toplanden voor de ontwikkeling van onze activiteiten.

De activiteiten in Nederland worden overgenomen door de Belgische organisatie die een Benelux-structuur zal uitbouwen. Dat zal leiden tot schaalvoordelen, maar zal vooral maken dat onze Nederlandse onafhankelijke distributeurs partij kunnen trekken van een vlottere organisatie en een vollediger aanbod. In Denemarken zetten we onze activiteiten verder, maar tegelijk starten we een marktstudie die ons de nodige gegevens moet aanreiken voor een doordachte beslissing over de toekomstige strategie volgend jaar.

De commerciële, operationele en administratieve organisatie

Na enkele jaren van stagnatie zal de omvorming van het operationeel model de sleutel worden om de uitdaging van de groei in goede banen te leiden.

De Franse dochters zullen samengebracht worden in één enkele entiteit. Dat zal meer samenhang brengen in de groep, zal het saamhorigheidsgevoel vergroten en zal een nationale commerciële aanpak vergemakkelijken, evenals een geoptimaliseerd financieel en administratief beheer.

We zullen ook een nationale commerciële organisatie voor Frankrijk opzetten, onder verantwoordelijkheid van een commercieel directeur, met een indeling in regio's. Deze zullen vooral de relaties met de klanten moeten verbeteren en nieuwe klanten moeten zoeken. Ze zullen ondersteund worden door een netwerk van lokale agentschappen die zullen instaan voor technische support, de heraanvulling van producten en de verkoopadministratie. Deze organisatie, die dichter aansluit bij de klant, moet ons in staat stellen om de kwaliteit van onze service te verbeteren. De algemene diensten zullen in competentiepolen ingedeeld worden, zoals de televerkoop.

De Benelux zal volgens hetzelfde model als voor Frankrijk georganiseerd worden.

De marketing, de inkoop, de logistiek, de informatica en de managementcontrole blijven op het niveau van de groep.

Het directiecomité twijfelt er niet aan dat al deze maatregelen weer een dynamiek zullen geven aan Fountain om zich zo sterker te positioneren op de markt en financiële doelstellingen te halen die weliswaar ambitieus maar toch realistisch zijn.

Inlichtingen

Paul Baeck – Chief Executive Officer

(paul.baeck@fountain.eu – tel +32 2 389 08 01 +32 497 487 081)

Eric Dienst - Chief Financial Officer

(eric.dienst.@fountain.eu – tel +32 2 389 08 11 ou +32 475 795 722).

<http://www.fountain.eu>