

Mexx is terug, en hoe

12-03-2018 13:29



Ruim drie jaar na het faillissement wordt Mexx nieuw leven ingeblazen. Nu nog met een kleine collectie, maar flagshipstores, franchisewinkels en een uitbreiding naar China staan al op de agenda. De nieuwe topman Leo Cantagalli praat ons bij.

Hoe zat het ook alweer met Mexx? Het bedrijf werd ruim dertig jaar geleden opgericht door Rattan Chadha, die de merken Moustache en Emanuelle samenvoegde. Na meermaals van eigenaar te zijn verwisseld, ging Mexx ruim drie jaar geleden op de fles. Van de miljardenomzet uit de hoogtijdagen voor de crisis was toen al meer dan de helft verdampt.

Mexx verloor door de vele overnames stukje bij beetje zijn eigen gezicht. Zo werd onder de Amerikaanse eigenaar Liz Claiborne de fout gemaakt om een nieuw management van buiten Europa aan te stellen. Er kwam een Australiër (Jeff Fardell) over van Nike, waarna Mexx zich met sportievere kleding op een jonger publiek ging richten. De Duitser Thomas Grote kwam op zijn beurt van Esprit, waarna de focus opnieuw werd verschoven. "De problemen bij Mexx hadden niets met het merk te maken, maar met de eigenaren uit de equitywereld, die niet begrepen in welke markt Mexx sterk is", zegt Leo Cantagalli aan de telefoon vanuit Parijs.

Oudgedienden

Cantagalli is voormalig ceo van het Japanse jeansbedrijf Kuyichi en Marlboro Classics. Hij was bovendien in

de glorie tijd van Mexx bij het merk betrokken. Nu keert hij er terug als ceo, in een poging Mexx nieuw leven in te blazen. Daarbij wordt hij gesteund door twee andere oudgedienden, merkdirecteur Nur Basaran en cfo/coo Jacques Mitterand. De drie hebben zich via een management buy-in ingekocht bij modeconcern RNF. Dat bedrijf uit Drunen is sinds afgelopen zomer eigenaar van het merk, nadat de Turkse doorstarter Eroglu Holding er een aantal jaar mee had gerommeld.

Even dacht Cantagalli er vorig jaar over na om de merkrechten zelf van Eroglu over te nemen. Die deal ketste echter af, waarna RNF er met de buit vandoor ging. Dat bedrijf is vooral gespecialiseerd in schoenen, als eigenaar van Ferro Footwear en distributeur van schoenenmerk Umbro. "Ze hebben vooral verstand van de schoenenwereld, maar begrijpen de kleding van Mexx niet. Wij wel", doelt Cantagalli op het driekoppige bestuur. RNF is volgens hem 'een sterke financiële organisatie met veel eigen middelen en support van de banken'. "Er is voldoende eigen kapitaal om Mexx weer groot te maken."

Prioriteit

Het geld is hard nodig, want Cantagalli en co moeten vanaf nul beginnen. Er is inmiddels flink geïnvesteerd in de ontwikkeling van een eigen e-commerceplatform. "Daar kun je niet onderuit. Dertig procent van de markt komt tegenwoordig van het internet. Online heeft daarom onze hoogste prioriteit. Ik geloof ook niet meer in de traditionele manier van adverteren. Voor de marketing richten we ons op social media als Facebook en Instagram", aldus de nieuwe topman. Verder wordt de kleding van Mexx straks ook via platforms als Amazon en Otto verkocht.

Mexx.com is vorige week officieel gelanceerd. Consumenten vinden daar vooralsnog een kleine collectie van de nieuwe eigenaar. Pas in de lente van 2019 komt er een volwaardige collectie, met onder meer schoenen en accessoires. Cantagalli is vastberaden terug te keren naar 'het oude Mexx'. Dat betekent dat er een collectie is ontwikkeld, gericht op de *smart urban professional*. Mexx richt zich op zowel mannen als vrouwen van boven de 25 en positioneert zich in het hogere laagsegment, net onder Massimo Dutti.

De huidige lente- en zomercollectie is vooral gelanceerd met het oog op de bestaande retailpartners, zegt Cantagalli. Mexx telt nog liefst veertig winkels in Griekenland en de CIS-landen (voormalige lidstaten van de Sovjet-Unie, met uitzondering van de Baltische Staten). "Omdat er geen nieuwe collecties van Mexx meer werden geleverd, hebben die ondernemers andere merken ingekocht. Met onze eerste collectie willen we hen een signaal afgeven. We hopen natuurlijk dat ze straks alleen nog onze kleding in de winkels hebben liggen."

Warenhuis

In Nederland staat de herlancering voor komend najaar gepland. Zo hoopt het merk weer op een samenwerking met warenhuisketens als de Bijenkorf, die Mexx in 2010 nog uit zijn assortiment schrapte. Mexx was verder ruimschoots vertegenwoordigd binnen V&D, dat inmiddels in meer dan tien steden is opgevolgd door Hudson's Bay. De Canadese retailer is ook eigenaar van Inno, waar Mexx jarenlang op de schappen lag. Daar hoopt Cantagalli binnenkort weer terug te keren, evenals bij de warenhuisketen Karstadt. In een samenwerking met multibrandstores heeft hij minder vertrouwen. "Die kunnen niet concurreren met de eigen winkels van merken en verticaal geïntegreerde bedrijven."

Behalve in Nederland wordt Mexx komende herfst weer in Canada, Frankrijk en Oostenrijk geïntroduceerd. België, Duitsland, het Midden-Oosten, Rusland en Egypte volgen in 2019. Tegen die tijd staan ook de openingen van de eerste flagshipstores gepland. "We gaan flagshipstores openen in Parijs, Antwerpen, Amsterdam, Berlijn en München", vertelt Cantagalli. Een toetreding tot India en China behoort eveneens tot de mogelijkheden.

De comeback van winkels in Nederland laat minder lang op zich wachten. Rond september wil Cantagalli in

samenwerking met partners terugkeren in de winkelstraat. “We kijken naar steden als Utrecht, Den Haag, Breda en Maastricht. Daar willen we een compleet nieuw storeconcept introduceren. We hebben al genoeg aanvragen gehad van potentiële franchisenemers.” Hoewel Mexx na zijn faillissement in Nederland bijna volledig uit beeld is verdwenen, is hij niet verbaasd over het enthousiasme uit de sector. “Het merk is nog goed bekend. Voor het faillissement waren er negentig winkels in ons land, die goed waren voor 225 miljoen euro omzet. Dat is niet zomaar vergeten. Bovendien is de parfumllicentie van Coty altijd blijven doorlopen. Zij hebben vorig jaar 42 miljoen euro omzet gedraaid met de parfums van Mexx. Het geeft de kracht van het merk nog maar eens aan.”

Nick Möller