



PERSBERICHT
Gereguleerde informatie

Ontex: Kennisgeving Transparantieverklaring

Openbaarmaking in overeenstemming met de vereisten van artikel 14 van de Wet van 2 mei 2007

Aalst-Erembodegem (België), 30 januari 2015 – Ontex Group NV ("Ontex") maakt de kennisgevingen van belangrijke deelnemingen die zij heeft ontvangen, openbaar overeenkomstig de Belgische wet van 2 mei 2007 op de openbaarmaking van belangrijke deelnemingen in beursgenoteerde vennootschappen.

Op 28 januari 2015 heeft GIC Private Limited Ontex ervan in kennis gesteld dat het, als gevolg van de verkoop van aandelen, de drempel van 3% van alle stemrechten in Ontex heeft overschreden.

Overeenkomstig haar verplichting publiceert Ontex de inhoud van de door haar ontvangen kennisgeving.

Datum kennisgeving: 28 januari 2015

Datum drempeloverschrijding: 23 januari 2015

Overschreden drempel: 3,00%

Kennisgeving door:

GIC Private Limited	168 Robinson Road #37-01 Capital Tower Singapore 068912
---------------------	---

Noemer op datum kennisgevingen: 68.055.555 aandelen

Keten van gecontroleerde ondernemingen via dewelke de deelneming daadwerkelijk wordt gehouden:

GIC Private Limited is geen gecontroleerde entiteit. GIC Private Ltd is een discretionaire fondsbeheerder die aandelen aanhoudt namens klanten en stemrechten kan uitoefenen voor de voormelde aandelen.

Kennisgevingen van belangrijke deelnemingen die moeten worden gedaan overeenkomstig de Wet van 2 mei 2007, dienen te worden gestuurd naar: investorrelations@ontexglobal.com

Deze kennisgeving zal worden gepubliceerd op: <http://www.ontexglobal.com/press-room>

INFORMATIEVRAGEN VAN BELEGGERS

Ontex Investor Relations

Philip Ludwig

+32 53 333 730

investorrelations@ontexglobal.com

Fairvue Partners

+44 20 7614 2900

ontex@fairvuepartners.com

Over Ontex

Ontex is een toonaangevende fabrikant van hygiënische wegwerpproducten van Ontex-merken en retailer merken in Europa, het Midden Oosten en Afrika. De Vennootschap verkoopt haar producten voornamelijk aan retailers, waarbij de Vennootschap hen helpt om hun eigen merken op te bouwen of te versterken. Terwijl historisch gezien West-Europa de grootste geografische markt van de Vennootschap is in termen van verkoop (68% van de verkoop in 2013), heeft de Vennootschap ook een groeiende aanwezigheid in opkomende markten waar het zowel retailer merken als eigen merken aanbiedt, waarbij de mix varieert per productcategorie en geografisch gebied. De Vennootschap is ervan overtuigd dat ze een sterk en gediversifieerd bedrijf voert over meerdere geografische gebieden en een "blue chip" klantenbasis bedient met producten van hoge kwaliteit in belangrijke, veerkrachtige en noodzakelijke productcategorieën.