



DOGI REFUERZA SU ESTRATEGIA CON LA ADQUISICIÓN DE TREISS

- *Esta adquisición supone una nueva dimensión estratégica para Dogi en el diseño de ropa y la gestión de la cadena de suministro además de la división tradicional de producción de tejido elástico*
- *Treiss es una sociedad española dedicada al diseño de ropa para mujer y a la gestión del proceso logístico y de producción, que tiene como clientes a las principales cadenas de moda*
- *Treiss se consolidará globalmente en las cuentas de DOGI. Los resultados del último año 2015 de Treiss fueron 23 millones de euros en términos de facturación, 4,5 millones en EBITDA y 3 millones de beneficio neto*
- *DOGI seguirá apostando por las adquisiciones para seguir desarrollando su plan estratégico*

3 de agosto de 2016.- DOGI da un nuevo paso en su Plan Estratégico que pasa por convertirse en un gran grupo del sector textil con un volumen de facturación superior a los 200 millones de euros en el ejercicio 2020 estando presente en distintos segmentos de la industria textil. En la consecución de este objetivo, la compañía ha cerrado la compra de Treiss, dedicada al diseño de ropa y la gestión de la cadena de suministro y que cuenta entre sus clientes con las principales cadenas de moda. Esta adquisición permite al grupo entrar además en un nuevo segmento del sector textil reforzando la relación con las grandes cadenas de moda y diversificando notablemente sus fuentes de ingresos.

Treiss es una sociedad española dedicada al diseño de ropa para mujer y a la gestión del proceso logístico y de producción, que tiene como clientes a las principales cadenas de moda. En el último ejercicio 2015, la facturación ascendió a 21,9 millones de euros con un EBITDA (beneficio antes de intereses, impuestos, amortizaciones y depreciaciones) de 4,3 millones de euros y un beneficio neto de 3 millones de euros.

El valor total de la empresa considerado en la transacción ha sido de 7 millones. Además, la operación incluye un pago variable adicional de 4,5 millones sujeto a la evolución del negocio de los próximos dos años. Esta adquisición se financiará con deuda y recursos propios de DOGI.

La operación está sujeta a la posterior aprobación por una Junta General extraordinaria de accionistas de la Sociedad, que está previsto convocar durante los próximos días.

En la operación ha participado Garrigues como asesor del comprador y Reus Tarragona y Addiens como asesor de los vendedores.



Crecimiento por adquisiciones

La adquisición de Treiss se engloba en la anunciada estrategia de DOGI de crear un grupo textil líder incorporando de esta manera una nueva unidad de negocio enfocada al diseño de ropa y gestión de la cadena de suministro para grandes cadenas de moda y que mantendrá al actual equipo directivo de Treiss al frente de la misma.

En este sentido, el objetivo estratégico del Grupo de cara a los próximos meses seguirá estando centrado en el crecimiento orgánico e inorgánico. En este sentido, además de la compra anunciada en el día de hoy, la compañía sigue trabajando en nuevas adquisiciones tanto en los sectores donde opera como en nuevas oportunidades estratégicas.

Así mismo, y como ejes fundamentales de crecimiento para el corto y medio plazo orgánico, la compañía trabaja de manera intensa en la actualidad en potenciar el I+D para diseñar nuevos productos y entrar en nuevos segmentos, junto con el desarrollo de una estrategia clara de servicio.

Plan Estratégico 2020

La entrada de Sherpa Capital como principal accionista de DOGI hace un par de años contribuyó al fortalecimiento de la estructura financiera de la compañía y a dar una estabilidad al capital de la misma. Además, sirvió para reducir de forma muy notable la deuda de Dogi y mejorando los fondos propios de la empresa. Tras la recapitalización del Grupo, DOGI ha sentado las bases para ser una empresa rentable a medio y largo plazo y convertirse en uno de los referentes del sector textil con la adquisición de otras empresas.

El Plan Estratégico actual de DOGI, que se anunció hace un año y tiene un horizonte temporal hasta 2020, gira en torno a tres ejes fundamentales: adquisiciones en nuevos sectores, adquisiciones en los sectores existentes y la mejora operacional. Algunos de estos objetivos se han ido desarrollando a lo largo de estos meses, lo que ha permitido atisbar una mejora en los resultados de la compañía. Así, en el primer trimestre de este año 2016, y gracias a las medidas implementadas dirigidas a la contención de los gastos y a una mayor productividad comercial, el EBITDA de DOGI creció en 95 mil euros. Con ello, dicha partida se situó en 73 mil euros, lo que suponía el primer EBITDA positivo desde el primer trimestre de 2013.

Para más información:

KREAB

José Luis González / Gonzalo Torres

+ 34 91 702 71 70 / + 34 661 850 384 / + 34 610 275 845

jlgonzalez@kreab.com / gtorres@kreab.com