

Empresa

Nextil capitaliza el 'boom' del deporte con una nueva división

El nuevo proyecto, denominado Play the Best, cuenta con su propia dirección comercial y estará destinado al desarrollo de prendas para el sector técnico *premium* y de lujo.

Modaes
27 jul 2020 - 13:47



Nextil toma más posiciones en deporte para aprovechar el *boom* del sector desde el confinamiento. La compañía ha lanzado un nuevo proyecto, denominado Play the Best y especializado en el desarrollo de prendas técnicas. En paralelo, el grupo sigue buscando fórmulas para hacer rentable la unidad de tejidos, en la que se incluye Dogi.

La nueva área de deportes contará con su propia dirección comercial y **pretende potenciar las sinergias entre las empresas del grupo dentro del sector del deporte:** fibras, tejidos, acabados, prendas seamless y *greendyes*.

La compañía desarrollará prendas para el sector técnico *premium* y lujo con foco en triatlón, *crossfit*, yoga, golf, deportes de invierno y náuticos, según ha explicado Nextil en la presentación de la Junta General de Accionistas remitida hoy a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (Cnmv).

Nextil cerró 2019 con una facturación de 95,4 millones de euros, un 30,2% más que el año anterior. La empresa redujo sus pérdidas hasta 8,9 millones de euros, frente a los 9,5 millones de 2018.

Nextil explica que “se sigue sin encontrar la vía de rentabilidad para Textiles Masnou”

La unidad de negocio que mejor evolucionó fue la de prenda, con un crecimiento de más del 60% en Sici93 y del 25% en Playvest. En cambio, Treiss redujo su facturación, lastrado por la peor evolución a partir de julio y agosto.

“La estrategia marcada a principios de 2019 de abandono del *fast fashion* estaba dando sus frutos, pero la caída brusca de los pedidos en la segunda mitad del año no era previsible”, explica Treiss.

La unidad de tejidos también comenzó un proceso de reorganización en 2019, por el cual se sustituyó a la dirección general y la comercial de EFA y se lanzó un proceso de mejora en las diferentes áreas de la compañía.

El plan de *turnaround* ha tenido un impacto en la cuenta de resultados de 1,4 millones de euros, pero la empresa explica que ya ha comenzado a recoger sus frutos y que, gracias al nuevo equipo de calidad, las devoluciones se han reducido prácticamente a cero.

La compañía ha dejado en ‘stand by’ la compra de la estadounidense FIT

En cambio, Dogi y Ritex, agrupados bajo Textiles Masnou, no terminan de remontar. “Textiles Masnou ha perdido cifra de ventas: a pesar de la mejora continua de costes, se sigue sin encontrar la vía de rentabilidad para esta unidad de negocio”, señala la

Modaes

empresa.

“Las sinergias encontradas entre EFA, Dogi y Ritex permiten abordar las oportunidades con una rentabilidad adecuada, para lo que se está desarrollando un proceso específico para esta unidad”, dice la compañía.

En lo que va de año, la evolución ha sido desigual. En el sector del lujo, Nextil anticipa una recuperación en forma de V, aunque los posibles rebrotes y la falta de control de la pandemia en Estados Unidos podrían retrasarla hasta diciembre. Aun así, la compañía precisa que no se han cancelado pedidos, sino que se retrasaron a mayo por el impacto del coronavirus.

En el deporte, la compañía explica que **“se detecta un incremento del consumo y la venta de productos de *athleisure* y deporte técnico”**, especialmente porque tras el confinamiento se apuesta por prenda más cómoda dentro y fuera del hogar.

Los pedidos de *athleisure* se han incrementado en mayo y junio y la venta online se ha disparado, por lo que la empresa tiene ya la necesidad de volver a aumentar su capacidad productiva.

La empresa está estudiando cuarenta posibles operaciones de compra

Por último, en baño e íntimo la empresa apunta que las marcas se han visto muy afectadas por el Covid-19, con cierres de tiendas o bancarrotas de algunos de sus clientes. “La solución a esta nueva situación pasa por nuevas propuestas de *shapewear* en otros mercados con baja presencia, con clientes potenciales muy importantes como Fájate, Lovable o Leonisa.

La empresa había desarrollado en 2018 un proyecto para esta área de negocio que tenía un objetivo de facturación de doce millones de euros, pero ha sido truncado por el estallido del coronavirus.

Por último, **el sector médico ha compensado en facturación y, especialmente, en margen**, la caída de las ventas en el sector de íntimo. “La demanda de tejidos con tratamientos antigérmicos para mascarillas y batas se ha multiplicado, con una cifra de negocio en el primer semestre superior a los 5 millones de dólares”, dice la empresa.

Modaes

Entre los proyectos previstos para este año se encuentra la reorganización de la unidad de tejidos, que incluye EFA, Dogi y Ritex. **“Con un volumen global de 45 millones de euros deberíamos, abordando cambios estructurales, lograr una rentabilidad industrial apropiada”**, precisa Nextil. “Por ello se está realizando un análisis de oportunidades conjuntas que esperamos tener conclusiones en los próximos meses”, añade.

En paralelo, la compañía mantiene su plan de crecer mediante adquisiciones y **tiene 25 operaciones bajo estudio y una en fase avanzada**. Las compañías que están bajo estudio facturan unos 200 millones de euros en total.

La más avanzada es la compra de la compañía estadounidense FIT, especializada en ropa íntima moldeadora. Sin embargo, tras el estallido del coronavirus la empresa ha decidido no consumir la transacción hasta no tener visibilidad sobre la evolución de la pandemia en el mercado americano.