

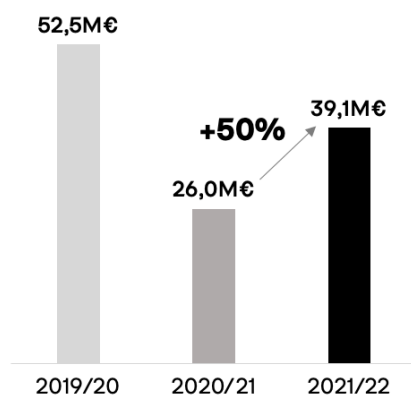
RESULTADOS 1S 2021/22 (MARZO – AGOSTO 2021)

Las ventas de Adolfo Domínguez crecen un 50% entre marzo y agosto

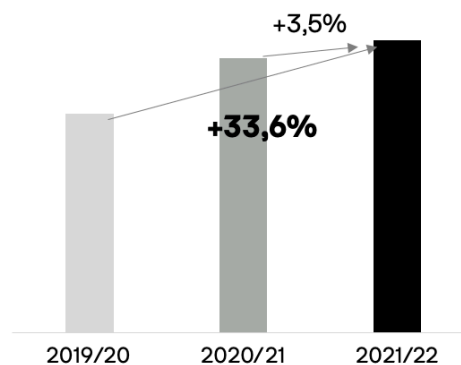
- La firma obtiene EBITDA positivo excluidos los gastos extraordinarios
- La compañía se hace con el control del 100% de su filial portuguesa

Datos acumulados 1er semestre (marzo-agosto) de cada ejercicio

Ventas totales acumuladas
Datos en millones de euros



Venta online
Variación interanual



Datos no auditados
Fuente: elaboración propia.

1 de diciembre de 2021. Las ventas de Adolfo Domínguez crecen un 50% entre marzo y agosto de 2021 y se sitúan en los 39,1 millones de euros en el primer semestre del ejercicio fiscal. La facturación de la firma ha recuperado el 74,4% de las ventas con respecto al primer semestre del ejercicio 2019/20, antes de la crisis del coronavirus. El resultado operativo (Ebitda), excluidos los gastos extraordinarios, alcanza los 0,3M€ positivos y supera en 4 millones de euros el generado durante el primer semestre del ejercicio 2020/21. La compañía acaba de hacerse con el control del 100% de su filial portuguesa, su segundo mercado en Europa, e incrementa su presencia comercial con nuevos establecimientos en Ourense (España), México DF (México), Osaka (Japón) y Santiago de Chile (Chile). El e-commerce continúa creciendo entre marzo y agosto de 2021, en este caso un 3,5% con respecto al mismo periodo de 2020. El crecimiento acumulado de las ventas online de la compañía es del 33,6% en los últimos dos años.

El consejo de administración ha decidido crear una nueva comisión asesora en materia de Estrategia Digital presidida por la presidenta ejecutiva y consejera delegada, Adriana

Comunicación Adolfo Domínguez

manuelvsola@puntoqa.com / maria.bragado@puntoqa.com

986 11 9298 / 628 274 100 / 647 79 11 05

Domínguez. La nueva comisión también estará integrada por las consejeras Diana Morato y Valeria Domínguez. Además, la consejera independiente Diana Morato se incorpora a la Comisión de Auditoría y el consejero independiente José Luis Sainz se incorpora a la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

Las ventas de la firma de moda de autor crecen, con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, en todos los mercados en los que opera. La recuperación europea durante el verano, con España como mercado principal con 166 tiendas, lidera la subida de las ventas. En el mercado europeo las ventas se incrementan en un 59% en el primer semestre.

Durante el semestre, el grupo Adolfo Domínguez ha reforzado su presencia en Portugal con la adquisición del 100% de la filial Adolfo Domínguez Portugal a su socio minoritario, que poseía el 45% del capital. Portugal es el segundo mercado europeo de la firma desde la apertura de su primera tienda en 1994. La marca cuenta en la actualidad con 13 puntos de venta en las principales ciudades del país, que incluyen sus recientes aperturas en la Avenida da Liberdade (Lisboa) y en el centro comercial Norteshopping en el área de Oporto.

Adolfo Domínguez estimula su presencia comercial nacional e internacional con el lanzamiento de un nuevo concepto de tienda en México DF, capital de su principal filial extranjera, y en Ourense, ciudad de origen y sede social y operativa de la compañía. En el último mes, la firma ha abierto nuevas tiendas en Santiago de Chile (Chile) y Osaka (Japón).

Estrategia digital

La creación de una comisión de Estrategia Digital responde al foco creciente de la firma en materia de innovación y digitalización. La marca ha lanzado el proyecto de I+D+i denominado ADN, un *personal shopper online* que suma la inteligencia artificial al trabajo de los estilistas de la marca, y celebró en octubre el primer encuentro de *social live shopping* (compra social *online*) de una marca de moda en España. La firma de moda de autor da la posibilidad a sus clientes de asistir a la presentación *online* de la nueva colección de prendas, en directo (desde su web), y de adquirir simultáneamente y en tiempo real las prendas que están siendo presentadas de manera interactiva.

El grupo de moda de autor comunica hoy sus resultados del primer semestre del ejercicio 2021/22 (marzo – agosto 2021) a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). El resultado neto atribuido de Adolfo Domínguez se sitúa en -10,8 millones de euros. Los resultados del semestre incluyen los gastos extraordinarios generados por la reestructuración laboral pactada en mayo de 2021.

En el global del grupo (347 tiendas en 17 países), las ventas comparables crecen en el semestre en un 67% con respecto al mismo período del año anterior. Las ventas comparables miden el crecimiento medio de la facturación sin tener en cuenta aperturas, cierres, reformas o cambios en los sistemas de gestión de las tiendas.

Comunicación Adolfo Domínguez

manuelvsola@puntoqa.com / maria.bragado@puntoqa.com

986 11 9298 / 628 274 100 / 647 79 11 05