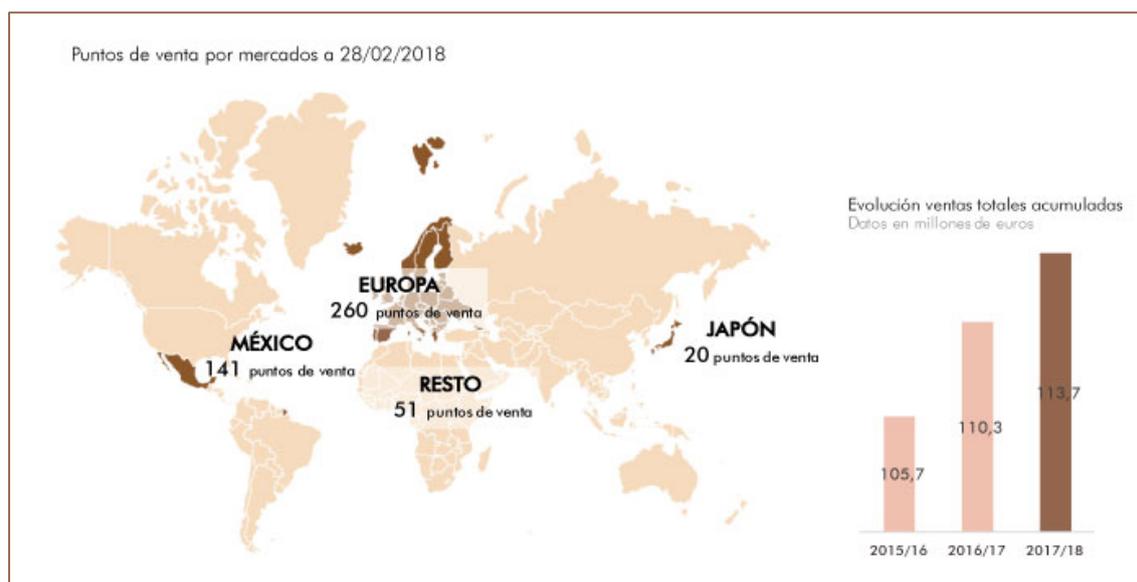


FUSIÓN DE MARCAS y RESULTADOS 2017/18

Adolfo Domínguez fusiona sus marcas y factura 114 millones, un 3% más

- La unificación de tiendas y diseño genera sinergias para la marca
- El resultado operativo avanza 6,5 millones, un 75% más que en 2016



25 de abril de 2018. El grupo Adolfo Domínguez pone en marcha un plan de fusión de marcas para centrar todo su diseño, negocio y red de tiendas en la marca principal (*Adolfo Domínguez*). En el plazo de 5 meses el proceso habrá concluido con la transformación de aproximadamente 115 tiendas de sus submarcas (*U* y *AD+*) en tiendas *Adolfo Domínguez*. El plan genera importantes sinergias para la compañía en los procesos de diseño, logística y red de tiendas. La fusión de marcas en una sola, *Adolfo Domínguez*, está directamente orientada a mejorar la oferta al cliente, tanto en el producto como en la percepción de la marca.

Adolfo Domínguez presentó hoy los resultados del ejercicio 2017/18 (marzo 2017- febrero 2018), en el que se alcanzan los 113,7 millones de euros en ventas, un 3,1% más que en el ejercicio anterior. El resultado operativo (Ebitda) mejora un 75%, avanzando 6,5 millones (hasta los -2,1 millones). El beneficio neto atribuido pasa de -22,7 millones a -6,9 millones de euros, con una mejora del 70%.

Comunicación Adolfo Domínguez

manuelvsola@puntoga.com / pancho.tristan@puntoga.com / maria.bragado@puntoga.com

628 274 100 / 659 193 403 / 647 79 11 05

En la nueva etapa de la firma, con nuevo consejo de administración y bajo la dirección de Adriana Domínguez, es la primera vez, desde 2006, que encadena dos ejercicios consecutivos con incremento de ventas. La empresa también ha logrado este año la mejor progresión del resultado operativo en 6 ejercicios. En los 18 meses transcurridos desde el cambio de gestión, la empresa ha mejorado en 17,5 millones de euros su Ebitda.

Ventas

Las ventas comparables (no tienen en cuenta aperturas, cierres y reformas durante un ejercicio) de la firma crecieron un 7,3% y las ventas *online* un 22,3%. La compañía facturó 113,7 millones de euros en el ejercicio (+3,1%), es decir, aumentó sus ventas en 3,5 millones de euros con 39 puntos de venta menos que en 2016/17.

Red de tiendas

Al término del ejercicio (28/02/18) el grupo tenía 472 puntos de venta en 29 países. Tras el proceso de fusión de marcas, la compañía situará su red en el entorno de las 416 tiendas *Adolfo Domínguez*. La cifra final de puntos de venta en 2018 se completará con las aperturas realizadas y previstas durante este año. El peso de la red internacional superará el 50%.

Nuevas aperturas y renovación de la red comercial

Durante el ejercicio 2017/18 la compañía abrió nuevas tiendas en España, China, México, Irán y Qatar. Este mismo año y después del 28 de febrero de 2018, la firma inauguró su primera tienda en Rusia (Moscú) y en el aeropuerto de Acapulco (México). Adolfo Domínguez tiene programada la entrada en el mercado australiano, con un nuevo establecimiento en la ciudad de Sidney. En 2018, la empresa relanzará sus *flagships*, o tiendas insignia, en España con un *restyling* de sus establecimientos en Barcelona y Madrid.

Comunicación Adolfo Domínguez

manuelvsola@puntoga.com / pancho.tristan@puntoga.com / maria.bragado@puntoga.com

628 274 100 / 659 193 403 / 647 79 11 05