

RESULTADOS 3T 2023/24

## Adolfo Domínguez crece un 13,2% en ventas entre marzo y noviembre



Nueva tienda de Adolfo Domínguez en Granada (España).

- La compañía suma 2 trimestres de beneficio neto positivo
- La marca se enfoca en la innovación y crece un 25% 'online'

**Ourense, 18 enero 2024.** Las ventas de Adolfo Domínguez entre marzo y noviembre de 2023 crecen un 13,2% respecto al mismo periodo del año anterior. El grupo de moda de autor ha presentado hoy ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) sus resultados durante los nueve primeros meses del ejercicio fiscal 2023/24, en los que ha registrado una facturación de 83,8 millones de euros. La puesta en marcha de proyectos de innovación impulsa la actividad de la compañía. Las ventas *online* de la firma crecen un 25%.

En el tercer trimestre acumulado, Adolfo Domínguez ha obtenido un resultado operativo (EBITDA) de 9,7 millones, un 25,2% más que en el mismo periodo de 2022. Entre septiembre y noviembre, la firma ha generado un

## NOTA DE PRENSA

beneficio neto de 0,7 millones y encadena ya dos trimestres con resultado neto positivo.

“Sumamos un nuevo trimestre de buen desempeño. Las ventas continúan creciendo a doble dígito y seguimos mejorando nuestra rentabilidad. Ponemos el foco en la renovación de nuestra red comercial, con ubicaciones *premium*, a la vez que alcanzamos nuevas audiencias *online* que impulsan nuestro *e-commerce*” explica Antonio Puente, consejero delegado del grupo Adolfo Domínguez. La marca cuenta con su propio servicio de alquiler de prendas desde este otoño.

Las ventas de la firma de moda de autor suben en todos los mercados en los que tiene presencia, con aumentos del 10,5% en Europa y 19,9% a nivel internacional.

El resultado neto acumulado de la compañía en los primeros nueve meses se sitúa en -2,7 millones y mejora en 0,7 millones de euros el obtenido en el primer semestre del ejercicio.



### Crecimiento *online*

La innovación y exploración de nuevas formas de consumo es una de las palancas de crecimiento de Adolfo Domínguez. A finales de 2021, la firma se convirtió en la primera marca de moda en España en organizar la experiencia de compra interactiva *social live shopping*: un evento *online* que permite descubrir la colección de hombre y mujer, y aprender a sacarle el máximo partido a sus prendas para impulsar una compra más racional. Desde, entonces cerca de 110.000 personas han participado en la experiencia.

En los nueve primeros meses del ejercicio fiscal 2023/24, la venta *online* de la compañía ha aumentado un 25%.

Adolfo Domínguez cuenta con 356 puntos de venta en 23 países y una facturación anual de 114,2 millones de euros (ejercicio 2022/23).