

RESULTADOS 1S 2023/24

Las ventas de Adolfo Domínguez crecen un 14,2% entre marzo y agosto



Nueva tienda de Adolfo Domínguez en Oporto (Portugal).

- El EBITDA se sitúa en 4,8 millones, un 11,9% más que en el 22/23
- La firma genera beneficio neto positivo en el segundo trimestre

Ourense, 9 de noviembre 2023. El grupo Adolfo Domínguez presenta hoy a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), sus resultados del primer semestre del ejercicio 2023/24 (marzo-agosto 2023), en el que ha alcanzado una facturación de 56,7 millones de euros. Las ventas de la firma de moda de autor crecen un 14,2%.

En los seis primeros meses del ejercicio fiscal, Adolfo Domínguez ha obtenido un resultado operativo (EBITDA) de 4,8 millones, un 11,9% más que en el mismo periodo de 2022. En la segunda mitad del semestre, entre junio y agosto, la compañía ha generado un beneficio neto positivo de 0,2 millones de euros.

NOTA DE PRENSA

“Seguimos construyendo el crecimiento de nuestra compañía. Las ventas comparables, aquellas que muestran la actividad de la red comercial consolidada, aumentan un 8,2%, a la vez que las nuevas aperturas impulsan la facturación. Entre junio y agosto, en la segunda mitad del semestre, generamos beneficio neto positivo como muestra del buen desempeño de nuestra actividad”, explica Antonio Puente, consejero delegado de Adolfo Domínguez.

Las ventas del grupo suben en todos los mercados en los que tiene presencia, con aumentos del 9,9% en Europa y 26,3% a nivel internacional. La marca continúa ampliando y optimizando su red comercial. Entre marzo y agosto, ha comenzado a operar en Arabia Saudí, Ecuador, Emiratos Árabes Unidos, Panamá, Paraguay y Puerto Rico.

El resultado neto de Adolfo Domínguez en el primer semestre del ejercicio se sitúa en -3,4 millones, marcado por la estacionalidad de la moda, que produce sus colecciones con meses de antelación respecto al momento de la venta al cliente final, así como la inversión asociada a la expansión y a la transformación digital de la compañía.

Alquiler de prendas

La marca acaba de lanzar su propio servicio de alquiler de prendas, accesibles entre 4 u 8 días a través de su página web. El proyecto busca ofrecer alternativas a la compra desmedida que fomenta la moda rápida actual.

La innovación y exploración de nuevas formas de consumo es una de las palancas de crecimiento de Adolfo Domínguez. La compañía lanzó en junio de 2020 ADN BOX, el primer *personal shopper online* de una marca de moda en Europa, que mezcla la inteligencia artificial y la experiencia de estilistas.

ADN RENT, nombre comercial del proyecto de alquiler de la firma, ya está disponible en España con una selección de prendas de la colección otoño-invierno 2023.

Adolfo Domínguez cuenta con 350 puntos de venta en 24 países y una facturación anual de 114,2 millones de euros (ejercicio 2022/23).