

Las ventas internacionales de Adolfo Domínguez crecen un 32% hasta mayo



Nueva tienda de Adolfo Domínguez en Melbourne (Australia).

- La marca abre una tienda por semana entre marzo y mayo
- El 58% de los establecimientos están fuera de España

Ourense, 13 de julio 2023. Las ventas internacionales del grupo Adolfo Domínguez suben un 32,2% entre marzo y mayo. La internacionalización continúa impulsando el crecimiento de la marca de moda de autor, que cuenta con un 58% de sus puntos de venta fuera de España. La compañía abre una tienda por semana en el primer trimestre del ejercicio fiscal 2023/24 y expande su presencia en Japón, Oriente Medio y América Latina.

Adolfo Domínguez comunica hoy a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) los resultados de su actividad entre marzo y mayo de 2023, en el que su facturación asciende hasta los 21,8 millones de euros, un 13,5% más que el mismo periodo del año anterior.

En los primeros tres meses del ejercicio, la compañía refuerza su inversión respecto al 2021 con la consolidación de proyectos para la optimización

NOTA DE PRENSA

de su operativa logística, digitalización y la puesta en marcha de nuevas plataformas para una mayor interacción con su cartera de clientes, cada vez más rejuvenecida.

Adolfo Domínguez cuenta desde esta primavera con el ecosistema ADN: un espacio interactivo que incluye servicios como un nuevo club de fidelización para clientes, la posibilidad de vivir los desfiles inmersivos de la firma *online*, o la venta en *streaming* a través de la tecnología *social live shopping*.

“Tras alcanzar la senda de la rentabilidad, sentamos las bases para crecer de manera sostenible. Apostamos por la internacionalización e innovación como principales palancas para impulsarnos hacia el futuro”, afirma Antonio Puente, consejero delegado de Adolfo Domínguez. La inversión continuada en el desarrollo de proyectos de digitalización y las nuevas aperturas sitúan el EBITDA en +0,4 millones de euros y el resultado neto en -3,5 millones.

Una nueva tienda por semana

Adolfo Domínguez acelera su expansión con la inauguración de una tienda por semana entre marzo y mayo de 2023, el 70% de ellas fuera de España. La marca cuenta con nuevos establecimientos en Europa (8), Asia y Oceanía (3) y América (3).

Entre las aperturas, destaca el espacio de la firma de moda de autor en el *outlet premium* de Mitsui Park Kadoma en Osaka (Japón) y su nueva tienda en el Dubai Hills (Dubai, Emiratos Árabes), fruto del acuerdo firmado con Chalhoub Group. Además, la marca ha comenzado su actividad en Ecuador, Panamá y Paraguay.

La alianza con Chalhoub Goup, el mayor distribuidor de lujo de Oriente Medio, permitirá a Adolfo Domínguez abrir 16 nuevos establecimientos en la zona en los próximos cuatro años. Las tiendas internacionales suponen ya el 58% de la red comercial del grupo de moda, 14 puntos más que en 2016.

Adolfo Domínguez cuenta con 347 puntos de venta en 22 países y una facturación anual de 114,2 millones de euros (ejercicio 2022/23).