

Adolfo Domínguez se compromete con la racionalidad en 'Repíte Más. Piensa Menos'

- Steven Pinker y Elizabeth Duval protagonizan la campaña



6 de octubre de 2022. Adolfo Domínguez se compromete con la racionalidad y lanza 'Repíte Mas. Piensa Menos', una nueva campaña en la que la marca aúna su apuesta por la sostenibilidad con la toma de decisiones conscientes para reducir nuestro impacto en el planeta y el tiempo que pasamos pensando en la ropa. La campaña está acompañada de reflexiones del profesor de Psicología de Harvard, psicólogo y pensador, Steven Pinker, y la activista y filósofa Elizabeth Duval.

La firma continúa la conversación iniciada con la sociedad con las campañas *Se más viejo*, *Piensa. Luego compra*, *Ropa Vieja* o *Repíte Más. Necesita menos*, en las que anima a valorar la calidad y durabilidad de las prendas frente a la industria textil de usar y tirar.

"Piensa menos. Dicen que pensar nos hace más libres. Según Steven Pinker, uno de los pensadores más influyentes de este siglo, no siempre es así. Elizabeth Duval, una de las nuevas voces de la filosofía española, cree que viviríamos mejor si no pensáramos tanto. Pensamos demasiado. Demasiado tiempo dedicado a

Comunicación Adolfo Domínguez

<https://www.adolfodominguez.com/es-es/press-area>
manuelvsola@puntoga.com / maria.bragado@puntoga.com

986 11 9298 / 628 274 100

decisiones irrelevantes. Demasiadas cosas en la cabeza. ¿Y si la ropa dejara de ser una de ellas? Pensar menos en lo que está de moda, en reinventarse cada día, en gustar a los demás. Pensar menos en acumular ropa porque, si eres mujer, necesitas más ropa. Liberar espacio para las cosas que importan. Repetir más la ropa que mejor te sienta por pura sostenibilidad: sostenibilidad mental. Repite más. Piensa menos". Así explica la firma la apuesta de su última campaña en su manifiesto.

Repite Más. Piensa Menos profundiza en la exigencia de tomar decisiones continuamente, incluido qué prendas compramos o vestimos. "Tomamos miles de pequeñas decisiones durante el día, el qué vestirnos no tiene porqué ser necesariamente una de ellas. El tiempo es uno de los mayores lujos de nuestro momento. Queremos que vestirse no quite tiempo, si no que lo genere, que podamos hacerlo en automático y mantener nuestros pensamientos centrados en aquello que realmente importa" explica Adriana Domínguez, presidenta ejecutiva de Adolfo Domínguez.

Uniforme atemporal y de calidad

La compañía propone la creación de un uniforme atemporal y de calidad que permita reducir esa fatiga generada por la toma de decisiones constantes (*decision fatigue*) y que facilite la tarea de vestirse cada mañana. La marca de moda de autor avanza además en su transición hacia el uso de materiales más respetuosos: 1 de cada 3 fibras utilizadas por la compañía son ya certificadas como sostenibles.

La conversación que la firma mantiene con la sociedad a través de sus campañas de comunicación, en colaboración con la agencia publicitaria China, para impulsar un nuevo modelo de consumo ha recibido desde su primer lanzamiento en 2018 más de una decena de premios. Entre los galardones recibidos destacada el Gran Premio Nacional de Creatividad. *Repite Más. Piensa Menos* invita a tener un armario atemporal y de calidad para que no dediques ni un segundo a pensar qué ponerte.

La apuesta por la sostenibilidad es uno de los pilares sobre los que asientan la nueva era que vive la compañía de moda de autor. Adolfo Domínguez cuenta desde 2010 con su propia Política de Bienestar Animal y no utiliza pieles en sus prendas desde hace una década. El grupo desarrolla un plan de impacto positivo que analiza su huella medioambiental desde todas las perspectivas, y trabaja para transformarla progresivamente en un impacto positivo. Adolfo Domínguez tiene 350 puntos de venta en 19 países de todo el mundo.

Comunicación Adolfo Domínguez

<https://www.adolfo Dominguez.com/es-es/press-area>

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

986 11 9298 / 628 274 100