

RESULTADOS 1º SEMESTRE 2018/19 [marzo-agosto 2018]

Adolfo Domínguez crece un 5% en ventas comparables y mejora el resultado un 43%

- El 52% de las tiendas se sitúa fuera de España, tras la fusión de marcas
- El Ebitda de la compañía, a agosto de este año, es el mejor en 8 años

Nuevas aperturas por países en el 1º semestre del ejercicio
Datos en puntos de venta



16 de noviembre de 2018. El grupo Adolfo Domínguez ha vuelto a incrementar sus ventas comparables, esta vez en un 5,4% en el primer semestre fiscal de este año (marzo-agosto 2018), con respecto al mismo período del año pasado. El reposicionamiento de la marca (menos tiendas, menos ventas totales pero mayor margen y más ventas por tienda) continúa mejorando el resultado neto atribuido de la firma que crece un 43,5% interanual y se sitúa en -2,8 millones de euros. El resultado neto incluye los costes extraordinarios imputados al semestre asociados al proceso de fusión de marcas, que contabilizan un gasto de 1,1 millones de euros.

La cifra de ventas en estos seis meses es de 52 millones de euros y el resultado operativo (Ebitda) de la firma se sitúa en -1,5 millones de euros, el mejor de la empresa en 8 años. Desde el cambio de gestión, en el ejercicio 2016/17, el Ebitda ha mejorado en 8,3 millones de euros (un 85%).

El director de Operaciones de la compañía, Antonio Puente, subraya que “el avance de los datos del primer semestre no solo nos permite generar ventas

Comunicación Adolfo Domínguez

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

986 11 9298 / 628 274 100 / 647 79 11 05

más rentables y un reposicionamiento fuera de España; también en España nuestras ventas comparables están evolucionando muy bien y de hecho el acumulado se sitúa en agosto 4 puntos por encima del sector”.

Reposicionamiento: 52% tiendas fuera de España

Por vez primera en los 43 años de historia, la compañía ha alcanzado este semestre un mayor despliegue de su red de tiendas fuera de España, con un 52% de sus puntos de venta en 29 países. Hasta agosto de 2018, la compañía ha abierto 12 nuevas tiendas, 9 de ellas en los mercados internacionales con mayor crecimiento: Sidney (Australia), Melbourne (Australia), Chongqing (China), Huizhou (China), Zhuhai (China), Acapulco (México), Ciudad de México (México) y dos en Moscú (Rusia). En el mismo período la marca ha abierto tres nuevas tiendas en España: Bilbao, Barcelona y A Coruña. Adolfo Domínguez también acaba de reinaugurar su tienda insignia en Barcelona, en el Paseo de Gracia, tras 10 meses en remodelación.

La firma desarrolla una estrategia para optimizar su red comercial, con el cierre de las tiendas menos rentables y concentrando la inversión en nuevos puntos de venta situados en las calles y mercados de mayor rentabilidad. Este verano ha firmado un acuerdo estratégico con la multinacional mexicana Gin Group para acelerar su expansión en diversos países de Latinoamérica y que se concretará en un plan de crecimiento en los próximos meses.

La compañía de moda de autor con sede en Galicia termina agosto de 2018 con 443 tiendas en 29 países. El grupo Adolfo Domínguez facturó 113,7 millones de euros en el último ejercicio completo 2017/2018.

Comunicación Adolfo Domínguez[manuelvsola@puntoga.com/](mailto:manuelvsola@puntoga.com) maria.bragado@puntoga.com

986 11 9298 / 628 274 100 / 647 79 11 05