

www.adolfodominguez.com
claudia.moran@puntoga.com

986 119 298 / 620 62 87 41

NOTA DE PRENSA

Adolfo Domínguez presenta 'Croma' en la Mercedes-Benz Fashion Week de Madrid

La colección experimenta con el color desde un prisma científico, creativo y emocional



La directora de Diseño, Tiziana Domínguez, preparando el desfile de la nueva colección.

11 de septiembre 2026. Adolfo Domínguez presentará su nueva colección *Croma* en la jornada inaugural del 14 de septiembre en la Mercedes-Benz Fashion Week de Madrid. El evento tendrá lugar en el invernadero del Palacio de Cristal de Arganzuela, en las inmediaciones del Centro cultural *Matadero Madrid*, a las 16.00 horas.

Croma es la propuesta para la temporada primavera-verano 2027 de la firma de moda de autor, una colección que convierte el color

www.adolfodominguez.com
claudia.moran@puntoga.com

986 119 298 / 620 62 87 41

en el centro de la investigación creativa y lo aborda desde tres dimensiones: la científica, la creativa y la emocional.

La experimentación en el diseño se traduce en prendas como vestidos, camisas y faldas construidas a partir de pañuelos; en *patchworks* geométricos y bordados con lentejuelas inspirados en el caleidoscopio, el primer juego de infancia asociado al color; y en un maxi estampado fotográfico que representa la memoria colectiva del color de los objetos industriales.

Como siluetas clave, destacan los vestidos de cintura caída y los pantalones vaqueros de inspiración 'dosmilera'. La mirada de autor también se refleja en los accesorios de *Croma*: bolsos escultóricos, deportivas translúcidas y gorros de rafia y lino.

La colección presenta materiales y tejidos ligeros, vaporosos e irisados, como la organza, el tafetán, el popelín o la garza. La paleta cromática parte de colores naturales, que se acentúan con tonos lima, mandarina y oliva. También cobran protagonismo el rojo y el amarillo.

Laboratorio Creativo Ágora

El Ágora es el punto de partida de cada colección de la marca. Las propuestas de diseño nacen de un concepto o una idea. *Croma* surge de la pregunta: *¿qué es realmente el color?*

Como respuesta a esta cuestión, los diseñadores participaron en un taller de tintes naturales donde experimentaron con fibras y pigmentos para comprender cómo la materia modifica la luz y la percepción del color.

"En Adolfo Domínguez todas las colecciones empiezan a partir del color. En *Croma* nos propusimos ahondar más sobre el color en sí mismo. Estudiamos sus propiedades científicas y llegamos a conclusiones que nos parecieron fascinantes. Por ejemplo, descubrimos que el color no existe, es un reflejo de la luz que incide sobre los objetos. Esta colección es una propuesta que

www.adolfodominguez.com
claudia.moran@puntoga.com

986 119 298 / 620 62 87 41

nace de la experimentación y de la curiosidad”, destaca la directora de Diseño de Adolfo Domínguez, Tiziana Domínguez.

Colorimetría con la Cátedra I+AD

Como parte del proceso creativo de *Croma*, los equipos de la compañía recibieron una formación especializada en colorimetría y moda en el marco de la Cátedra I+AD en Calidad & Innovación Textil de Adolfo Domínguez y la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC).

La sesión, impartida en las instalaciones de la firma en Ourense, abordó aspectos como la percepción del color, su medición y aplicación en el diseño, además del papel que juegan los materiales textiles en la funcionalidad y la experiencia emocional de las prendas. Contó con la participación de los profesores de Ingeniería Textil de la ESEIAAT-UPC Enric Carrera Gallissà, Diana Cayuela, Marta Riba-Moliner, Heura Ventura y Mònica Ardanuy.

Seis nuevas tiendas

La compañía, que este año conmemora su 50 aniversario, ha abierto 6 tiendas entre enero y septiembre. Los nuevos establecimientos operan en Santiago de los Caballeros (República Dominicana), Asunción (Paraguay), Lima (Perú), Cuenca (Ecuador), Braga (Portugal) y Santa Cruz de Tenerife (España).

La firma cuenta con 379 puntos de venta en 54 países, según los datos recogidos en el último ejercicio (2025-2026).

Adolfo Domínguez factura 139 millones de euros, con un 43,4% de las ventas procedentes del mercado internacional, que creció un 9%.