



## Adolfo Domínguez apuesta por el consumo sostenible y lanza 'Piensa. Luego compra'

- La compañía impulsa un modelo de consumo responsable y sostenible
- Las ventas comparables de la firma crecen un 26% en 2 años desde el cambio

25.02.2019. Adolfo Domínguez avanza en su apuesta por un modelo de consumo responsable y sostenible con un llamamiento a la sociedad para que reflexione sobre la utilidad que le da a la ropa. La campaña profundiza en la conversación iniciada en septiembre con *Sé más viejo*, en la que anima a los consumidores a valorar la calidad y durabilidad de las prendas frente a la industria textil de usar y tirar. La comunicación se ha convertido en unos de los pilares más visibles de la renovación que vive la compañía desde julio de 2016 y que ha permitido mejorar sus ventas comparables en dos años un 26,2% de marzo a noviembre de 2018.

“La industria textil es la segunda más contaminante del mundo. Las marcas y los consumidores debemos ser conscientes de la necesidad de sensibilizarnos y concienciarnos sobre nuestra actividad y nuestros hábitos de consumo si queremos vivir en un planeta sostenible. Lo normal es que una falda dure diez años, no comprar una camiseta para usar y tirar”, explica Mario Ávila, director de *Concept Art* de Adolfo Domínguez.

**Comunicación Adolfo Domínguez**

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

986 119 298 / 628 274 100 / 647 791 105

En *Piensa. Luego Compra*, la marca de diseño de moda de autor emplea la escultura del pensador de Rodin como referencia para animar a la sociedad a reflexionar antes de la adquisición de una nueva prenda de ropa o complemento ante lo efímero de la moda y el *fast fashion*.

Tras el lanzamiento de campañas como *Esto no es un selfie*, *Yo no soy Adolfo* y *Sé más viejo*, la comunicación se ha convertido en uno de los pilares de la renovación del grupo Adolfo Domínguez. En los últimos dos años y bajo el liderazgo de Adriana Domínguez como máxima ejecutiva, la firma ha renovado su posicionamiento en el mercado con un nuevo concepto de tienda y la comercialización desde el pasado mes de septiembre de todas sus prendas y complementos bajo una sola marca, Adolfo Domínguez.

El grupo Adolfo Domínguez facturó 113,7 millones de euros en el último ejercicio completo 2017/2018. Los últimos resultados publicados por la compañía (marzo-noviembre de 2018) presentan una mejora de su resultado operativo Ebitda del +72,8%. La firma de moda de autor dispone de 396 tiendas en 23 países (un 52% de la red está fuera de España) y un equipo de 1.100 profesionales.

#### MANIFIESTO



*Cada español consume, de media, 34 prendas al año. Y tira entre 12 y 14 kilos de ropa. Compramos un 60% más de ropa que en el año 2000, pero nos dura la mitad de tiempo.*

*¿Qué es lo que estamos haciendo?*

*¿Por qué compramos hoy cosas que no queremos mañana?*

*En Adolfo Domínguez nos gustan los viejos. Porque los viejos no se dejan llevar por las modas. Los viejos no son impulsivos ni caprichosos. Los viejos, antes de hacer algo, lo piensan.*

*Así que antes de comprar, piensa.*

*Piensa si te queda bien.*

*Piensa si te durará.*

*Piensa si lo necesitas.*

*Piensa.*

*Luego compra.*

*Sé más viejo.*