

La 'colección Galicia' impulsa las ventas comparables de mujer un 6,4%

- Éxito de 'Toxo', 'Fento' o 'Cíes' en México, Japón y 19 países
- La nueva colección de la firma se centrará en el *gender fluid*



M.Riopa /Punto GA Comunicación

La estampación original de la colección se inspira en 18 motivos gallegos.

29 de agosto de 2019. El grupo Adolfo Domínguez ha completado el primer trimestre de 2019 (marzo-mayo 2019) con un crecimiento global en las ventas comparables del 6,4% en las colecciones de mujer, que siguen un nuevo sistema de trabajo implantado en la compañía. Se trata de la *colección Galicia*, un conjunto de 18 sub-colecciones de mujer inspiradas en el territorio gallego y que se han distribuido en sus 387 tiendas en 22 países, además de en el canal *online*. Cada subcolección recrea un motivo de Galicia, bajo denominaciones e inspiraciones creativas como *Toxo*, *Orballo*, *Atlántico*, *Fento*, *Queimada* o *Cíes*.

Galicia es la primera serie de colecciones completa que pertenece al 100% a la etapa liderada por la consejera delegada Adriana Domínguez e inaugura una nueva forma de trabajo en los equipos de diseño de la compañía que desarrollan toda la colección alrededor de un mismo concepto. La firma acaba de lanzar ahora la segunda

Comunicación Adolfo Domínguez

manuelvsola@puntoqa.com / maria.bragado@puntoqa.com

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

colección ideada bajo esta fórmula, en esta ocasión centrada en el concepto *gender fluid* que desmarca las prendas de la categorización de género.

El proyecto *Galicia* arrancó en noviembre de 2018, tras el proceso de fusión de marcas en una sola (ADOLFO DOMINGUEZ).

La acogida de las prendas y de los estampados originales ha sido especialmente buena en los mercados de España, Japón y México, con crecimientos de entre el 6% y el 7%, y con mejora de las ventas en los otros 19 países donde la firma de moda de autor dispone de tiendas.

Galicia como inspiración

La colección incluye 18 motivos trabajados, que se secuenciaron en las tiendas bajo las siguientes denominaciones: *Fento, Mariña, Queimada, Lume, Néboa, Area, Mondariz, Ons, O Liño, Terra, Luar estampado, Orballo, Atlántico, Sálvora, Cíes, Finisterre, Muxía* y *Nemiña*.

El trabajo creativo comenzó hace más de un año y empezó a desarrollarse en fábrica en noviembre de 2018, incorporándose paulatinamente a las tiendas a partir de diciembre de 2018 y hasta julio de 2019.

Desde este mes, Adolfo Domínguez cuenta en sus tiendas con la nueva colección otoño-invierno, que destila el concepto *gender fluid*, es decir, sin enfoque de género.

El grupo Adolfo Domínguez facturó 111,9 millones de euros en el último ejercicio completo 2018/2019 y cuenta con un plantel profesional de más de 1.100 empleados.

Comunicación Adolfo Domínguez

manuelvsola@puntoqa.com / maria.bragado@puntoqa.com

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