

Adolfo Domínguez lanza 'yo no soy Adolfo' con Ágatha Ruiz de la Prada y Óscar Jaenada

- La campaña de marca establece un diálogo novedoso con sus clientes
- La firma de moda de autor supera los 110 millones en ventas en 30 países
- La campaña de 2017, 'Esto no es un *selfie*' premiada con el Ampe de plata



22.03.2018. El grupo Adolfo Domínguez lanza esta semana una rompedora campaña de marca bajo el título *#yonosoyAdolfo*, protagonizada por la diseñadora de otra marca española de moda, Ágatha Ruiz de la Prada, el actor Óscar Jaenada y el propio presidente de la compañía, Adolfo Domínguez. "En Adolfo Domínguez no hacemos ropa para que te disfraces de alguien que no eres. Ni siquiera para que se note que vas de Adolfo Domínguez", subraya el manifiesto *#yonosoyAdolfo*.

La vinculación de Ágatha Ruiz de la Prada a la campaña *#yonosoyAdolfo* surgió de una propuesta de la dirección de Adolfo Domínguez a la diseñadora para el establecimiento de un diálogo creativo en una experiencia puntual y compartida. La base conceptual de la campaña, que defiende la personalidad de cada cliente por encima de la de las marcas con las que se viste, invitaba a una iniciativa así. Ágatha Ruiz de la Prada aceptó sumarse.

Comunicación Adolfo Domínguez

manuelvsola@puntoga.com / pancho.tristan@puntoga.com / maria.bragado@puntoga.com
986 119 298 / 628 274 100

La campaña tratará de establecer un diálogo con sus clientes, tanto a través de las redes sociales como de los medios de comunicación convencionales a partir del 24 de marzo, fecha escogida para su lanzamiento.

El proyecto *#yonosoyAdolfo* avanza en la construcción del nuevo modelo de empresa de la firma de diseño de moda de autor, que tiene en los profundos cambios en la comunicación y la relación con sus clientes uno de sus pilares. Los cambios en la compañía se han consolidado en el último año con la incorporación de Adriana Domínguez a la dirección general y de Antonio Puente a la dirección de Operaciones. La renovación ha permitido mejorar áreas como la red comercial, la división internacional o el mayor peso del *e-commerce*, cambios que se han traducido en aumento de las ventas y mejora de los resultados.

Localizaciones en Compostela y Navarra

Las fotografías de Ágatha Ruiz de la Prada se realizaron en diferentes parajes de las afueras de Santiago de Compostela a finales del pasado mes de febrero y las del actor Óscar Jaenada –Piratas del Caribe, Cantinflas, Escobar-, se realizaron en Navarra en el mes de marzo.

El proyecto *#yonosoyAdolfo* está desarrollado por el equipo de Comunicación de Adolfo Domínguez en colaboración con la agencia publicitaria China. La campaña se divulgará en medios de comunicación hasta finales de abril y en redes sociales servirá para abrir un diálogo con clientes y seguidores de la marca hasta el mes de agosto.

La anterior campaña de marca de Adolfo Domínguez, *#estonoesunselfie* (con Luis Tosar e Inma Cuesta), lanzada en 2017, recibió ayer el premio Ampe de plata a la mejor propuesta publicitaria española en la categoría de revistas.

El grupo Adolfo Domínguez ha alcanzado una facturación anual de 110 millones de euros en ventas en 30 países en los que dispone de tiendas.