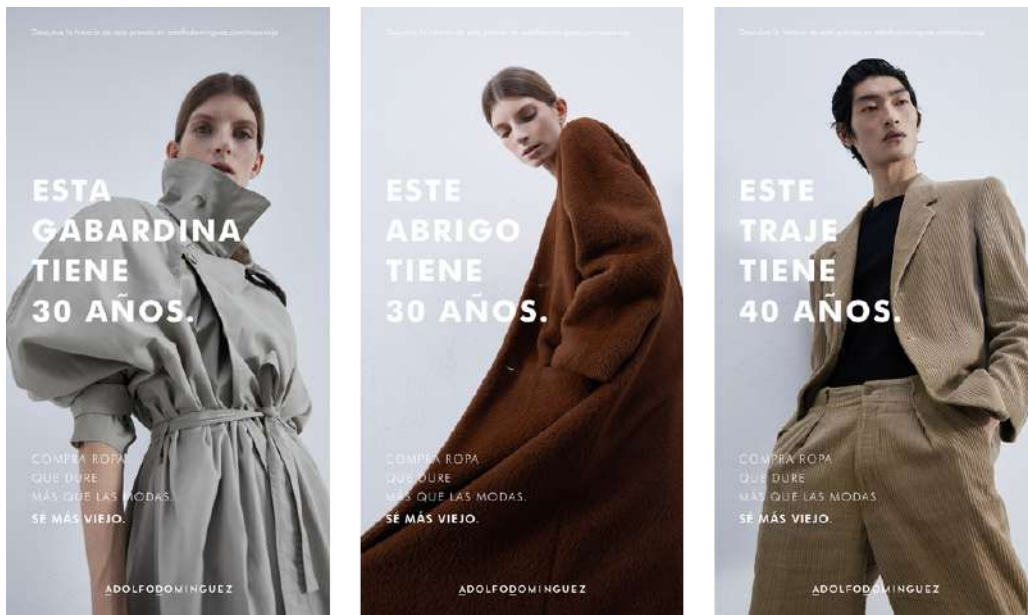




Prendas con más de 20 años protagonizan la nueva campaña de Adolfo Domínguez

- La campaña 'Ropa Vieja' incluye la reedición de 29 prendas
- La compañía apuesta por ropa que dure más que las modas

31.01.2020. Adolfo Domínguez refuerza su compromiso con un nuevo modelo de consumo que pone en valor la durabilidad de la ropa y recupera y retrata 29 prendas de la firma con entre 20 y 40 años de antigüedad. La iniciativa forma parte de la nueva campaña de marca de la compañía, *Ropa Vieja*, que destaca prendas de Adolfo Domínguez que décadas después de comercializarse siguen siendo utilizadas por sus clientes.

Ropa Vieja avanza en la conversación iniciada por la firma de moda de autor con las campañas *Sé más viejo* y *Piensa. Luego Compra* en colaboración con la agencia publicitaria China, con la que anima a la sociedad a reflexionar sobre los hábitos de consumo y a valorar la durabilidad y atemporalidad frente a lo efímero del *fast fashion*. La sostenibilidad y la comunicación son dos de los pilares que sustentan la transformación de la compañía, con un aumento del 10,6% de sus ventas comparables en el último año.

Las prendas que protagonizan la campaña han sido cedidas por clientes de Adolfo Domínguez que han respondido a un llamamiento a través de las redes sociales para recuperar prendas icónicas de la marca que siguen vigentes años después de su confección. Una selección de las prendas protagonistas de la

Comunicación Adolfo Domínguez

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

986 119 298 / 628 274 100 / 647 791 105

campana serán reeditadas en una serie limitada de coleccionista confeccionada al 100% en su *atelier* de San Cibrao das Viñas.

"Ropa vieja recoge la esencia de moda de autor que reivindicamos desde hace 44 años en Adolfo Domínguez: creatividad atemporal y respetuosa con el medio ambiente", explica Tiziana Domínguez, directora Creativa de la firma.

Como parte de la apuesta de Adolfo Domínguez por la atemporalidad y calidad, Benedicta Sánchez, ganadora del premio a actriz revelación en los Goya 2020, recibió su galardón vestida con un diseño original de Adolfo Domínguez de 1990. Durante los premios, otros rostros conocidos asistieron al evento con ropa recuperada del archivo histórico de la marca.

Como parte del movimiento *Ropa Vieja*, la compañía profundiza en la reflexión sobre la durabilidad de las prendas a través de un concurso, que se lanzará en redes sociales a partir de la próxima semana, con el que anima a sus seguidores a rescatar la prenda más antigua que tengan en su armario y mostrarla al mundo.

Colaboración con escuelas de diseño

El grupo gallego de moda de autor colabora, además, con las escuelas de diseño de Madrid y Barcelona para abrir sus escaparates a jóvenes diseñadores. Los estudiantes realizarán estilismos con las prendas protagonistas de la compañía para exhibirlos en los escaparates de las *flagships* de Adolfo Domínguez en Madrid y Barcelona.

El grupo Adolfo Domínguez facturó 112 millones de euros en el último ejercicio completo 2018/2019. La firma de moda de autor dispone de 391 tiendas en 22 países (un 52% de la red está fuera de España) y un equipo de 1.100 profesionales.