

# Adolfo Domínguez lanza su tercera colección confeccionada 100% en su taller de Ourense

- La edición aprovecha al máximo las telas, con desperdicio cero
- El lanzamiento incluye 186 prendas hechas con lino europeo



La 3ª edición limitada de Adolfo Domínguez está basada en 9 modelos sin género.

**13.08.2020.** El grupo Adolfo Domínguez lanza hoy su tercera colección limitada *Limited Edition*, confeccionada al 100% en sus talleres de sastrería de Ourense. La colección está integrada por 186 prendas de 9 modelos diferentes, sin género, para ser utilizadas tanto por hombres como por mujeres. La colección está íntegramente elaborada con lino europeo y bajo un procedimiento *zero waste*, resultado de un sistema de patronaje creativo que reduce a cero los desechos durante su elaboración.

La tercera edición de la *Limited Edition* de Adolfo Domínguez es una nueva apuesta de la firma por la sostenibilidad, al confeccionar las prendas mediante un proceso que comienza en el patronaje y aprovecha al máximo la tela, y con

**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

la utilización del lino, un material de cultivo amable con la tierra, que consume menos agua que el algodón y que no necesita pesticidas.

“El patronaje *zero* no es solo un procedimiento creativo, sino una filosofía que pone en el centro la sostenibilidad frente a la basura textil. La *Limited Edition* de Adolfo Domínguez es la materialización de esta idea mediante el aprovechamiento de la prenda en un proceso en el que el patronista sale de la sombra: la elaboración no acaba en el patrón, sino que empieza en él”, señala Tiziana Domínguez, directora creativa de la firma.

Las prendas de la nueva *Limited Edition* pueden adquirirse desde hoy en las *flagships* de Adolfo Domínguez en Madrid y Barcelona y en la tienda de Ourense, además de en el canal *online* para toda Europa.

La sostenibilidad es una de las apuestas más importantes de Adolfo Domínguez en el proceso de transformación de la compañía iniciado en 2016, especialmente con el inicio en 2018 de un diálogo con la sociedad a través de la campaña *Piensa, luego compra*, en la que se invita a los consumidores a valorar la calidad y durabilidad de las prendas frente a la industria textil de usar y tirar. En este nuevo concepto, Adolfo Domínguez se inclina por combatir el 15% de desperdicio de tela que se genera al cortar y hacer ropa en la industria textil, así como los 15 kilos de basura textil que almacenamos en nuestras casas.

Adolfo Domínguez cuenta en la actualidad con 390 tiendas en 22 países y un resultado operativo de +2,2 millones de euros, además de una facturación anual de 115 millones de euros en el último ejercicio completo (2019/20), un 2,6% más que en el ejercicio anterior.