

ADOLFO DOMINGUEZ

Adolfo Domínguez, S.A. (la “**Sociedad**”), en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 82 de la Ley del Mercado de Valores hace público el siguiente

HECHO RELEVANTE

Que la Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada en el día de hoy, 31 de agosto de 2015, en segunda convocatoria, ha adoptado los acuerdos que se sometían a su aprobación y que son los siguientes:

- 1.- Aprobar las Cuentas Anuales individuales de “Adolfo Domínguez, S.A.” y las consolidadas de la Sociedad y su grupo y de los Informes de Gestión individual de la Sociedad y consolidado de la Sociedad y su grupo, todos ellos correspondientes al ejercicio iniciado el 1 de marzo de 2014 y cerrado a 28 de febrero de 2015.
- 2.- Aprobar la gestión realizada por el Consejo de Administración de “Adolfo Domínguez, S.A.” durante el ejercicio iniciado el 1 de marzo de 2014 y finalizado el 28 de febrero de 2015.
- 3.- Aprobar la propuesta de aplicación del resultado de “Adolfo Domínguez, S.A.” correspondiente al ejercicio iniciado el 1 de marzo de 2014 y finalizado el 28 de febrero de 2015.
- 4.- Aprobar el importe máximo de remuneración para los miembros del Consejo de Administración, en su condición de tales.
- 5.- Aprobar la modificación de los Estatutos Sociales en los términos del informe de administradores elaborado a tal efecto.
- 6.- Aprobar la modificación del Reglamento de la Junta General de Accionistas en los términos del informe de administradores elaborado a tal efecto.
- 7.- Aprobar la fijación del número de miembros del Consejo de Administración en ocho, la reelección de los consejeros Dña. Elena González Álvarez (consejera ejecutiva) y Luxury Liberty, S.A. (consejero dominical representado por Dña. Agnès Noguera Borel), y el nombramiento de D. Estanislao Carpio Martínez (consejero ejecutivo).
- 8.- Aprobar la reelección de Deloitte, S.L. como auditores de cuentas de la Sociedad y de su grupo consolidado.
- 9.- Aprobar la delegación en el Consejo de Administración de la Sociedad de la facultad de emitir bonos, obligaciones y demás valores de renta fija, simples, canjeables y/o convertibles en acciones, así como pagarés, warrants y cualesquiera otros instrumentos financieros que den derecho a la adquisición de acciones de nueva emisión de la Sociedad o acciones en circulación de la Sociedad o de otra sociedad, con atribución de la facultad de excluir el derecho de suscripción preferente y autorización para que la Sociedad pueda garantizar emisiones de valores de renta fija efectuadas por sociedades filiales.
- 10.- Autorizar la aportación de uno o varios activos titularidad de la Sociedad a una compañía filial, conforme a lo previsto en los artículos 160.f) y 511.bis de la Ley de Sociedades de Capital.

ADOLFO DOMINGUEZ

- 11.- Delegar las facultades para la formalización e inscripción de los acuerdos adoptados por la Junta General y para llevar a cabo el preceptivo depósito de cuentas.
- 12.- Aprobar, con carácter consultivo, el informe anual sobre remuneraciones de los consejeros de la Sociedad y, por tanto, la política de remuneraciones a efectos de lo previsto en el artículo 529 novodecies de la Ley de Sociedades de Capital.

Asimismo, se ha informado a la Junta General sobre las modificaciones del Reglamento del Consejo de Administración aprobadas desde la celebración de la última Junta General de Accionistas.

Se adjunta a la presente, la presentación del Director General expuesta en la Junta General, la cual se encuentra disponible asimismo en la página web corporativa de la sociedad (www.adolfodominguez.com).

Finalmente, se informa de que el Consejo de Administración ha acordado la designación de D. Estanislao Carpio Martínez como nuevo consejero delegado de la Sociedad, en sustitución de D. Adolfo Domínguez Fernández, quien seguirá desempeñando su cargo como Presidente ejecutivo de la Sociedad.

Orense, 31 de agosto de 2015

Marta Rios Estrella
Secretaria del Consejo de Administración

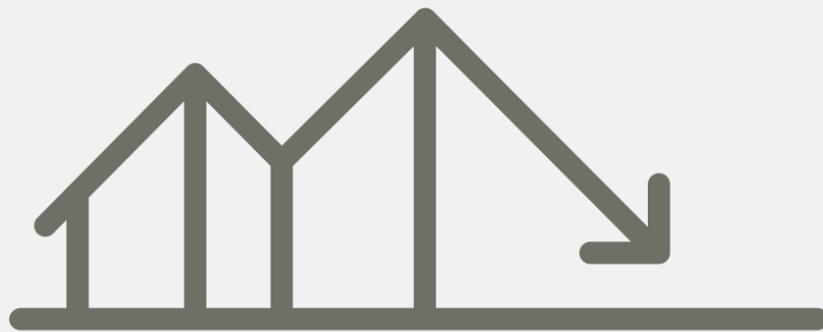


ADOLFO DOMINGUEZ
JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

31.08.2015

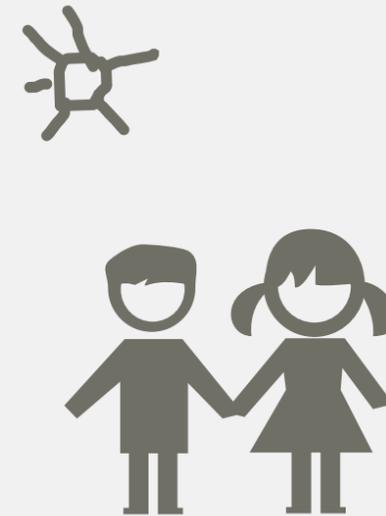
1. HECHOS RELEVANTES Y PRESENTACIÓN RESULTADOS 2014.
2. PLAN ESTRATÉGICO 2014/2018.
3. EVOLUCIÓN 2015.
4. EVOLUCIÓN DE LA ACCIÓN.

1.1. CONTINÚAN LOS AJUSTES.



CIERRE DE TIENDAS

- TERRITORIOS NO ESTRATÉGICOS Y CON EBITDA NEGATIVO.



CIERRE DE LA LÍNEA AD NIÑOS

- LÍNEA DEFICITARIA QUE OTRAS MARCAS PREMIUM SUELEN LICENCIAR.

1. HECHOS RELEVANTES Y PRESENTACIÓN RESULTADOS 2014.

1.2. REESTRUCTURANDO PARA CRECER.



CONTROL DE CALIDAD
EN ORIGEN: INDIA
Y CHINA



ENVÍO DIRECTO DEL
PROVEEDOR A LOS
PRINCIPALES MERCADOS



REESTRUCTURACIÓN
DEL CENTRO LOGÍSTICO
DE OURENSE (-50%)

1. HECHOS RELEVANTES Y PRESENTACIÓN RESULTADOS 2014.

1.3. ALGUNOS LOGROS.



INTERNACIONAL

ACUERDO DE DISTRIBUCIÓN EN CHINA.



NACIONAL

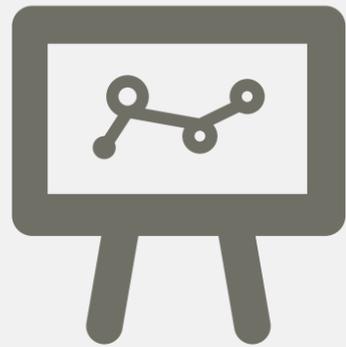
EVENTOS CON CLIENTES, ÉXITO DE CONVOCATORIA Y VENTAS.



RECONOCIMIENTO DE MARCA

PREMIO NACIONAL DE MODA 2014.

1.4. PROYECTOS.



PLAN ESTRATÉGICO

ELABORACIÓN
PLAN 2014/2018.



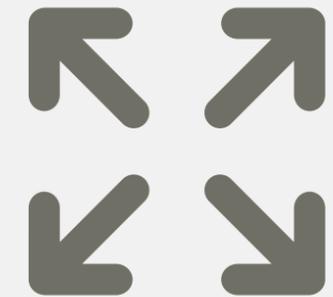
EFICIENCIA

- NUEVO SISTEMA
DE GESTIÓN INTEGRAL
SAP.
- BRIEF-TO-BUY,
REESTRUCTURACIÓN
DEL PROCESO
DE CREACIÓN
DE COLECCIONES.



CONTROL DE RIESGOS

CAMBIO DE MODELO
COMERCIAL VENTA EN
FIRME PARA
DISTRIBUIDORES.



E-COMMERCE

- APERTURA TIENDA
ONLINE EN MÉXICO.
- APP ESPECÍFICA PARA
MÓVILES.

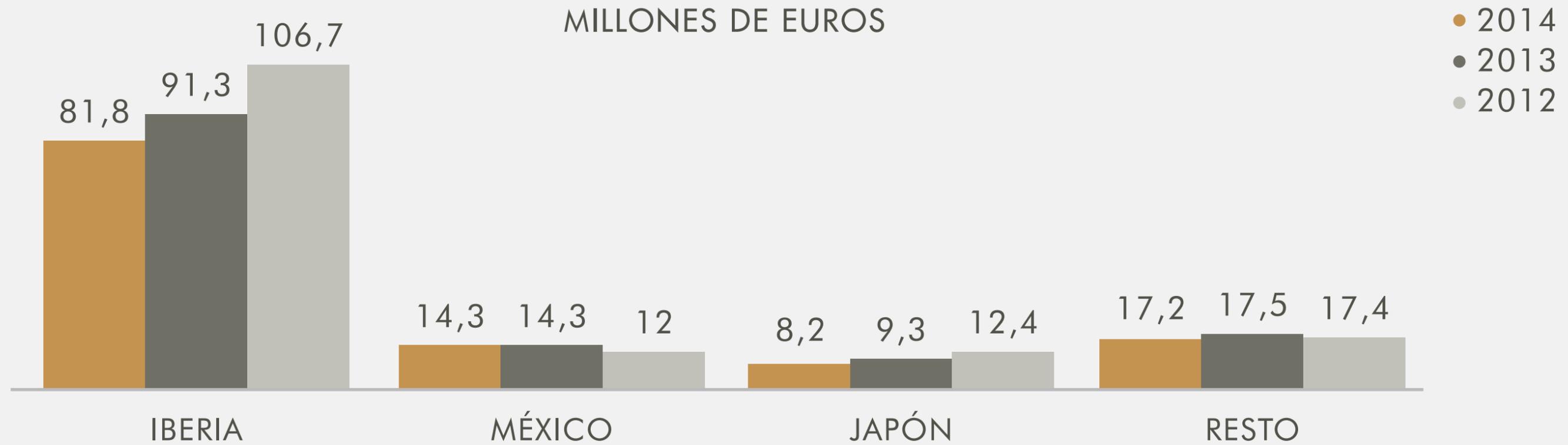
1.5. RESULTADOS 2014: PREPARANDO LA ORGANIZACIÓN PARA CRECER.

2014, EJERCICIO MARCADO POR LOS AJUSTES Y EL INICIO DE UNA REESTRUCTURACIÓN QUE CONTINÚA HASTA HOY.

- ♦ Reducción de 8,2% en ventas, debido principalmente al plan de cierre de tiendas que registraban pérdidas.
- ♦ Ligera mejora del EBITDA recurrente (+0,2 M€) gracias a:
 - Menor descuento de ventas, se refleja en +1,1 de margen bruto.
 - Ahorro en gastos operativos (-6,6%)
- ♦ Mejora del resultado financiero neto (+4,2 M€), gracias a la contratación de seguros de tipo de cambio.
- ♦ Aumenta el gasto del impuesto de sociedades debido a un cambio en la normativa fiscal.
- ♦ Mejora de +20% la posición financiera neta.

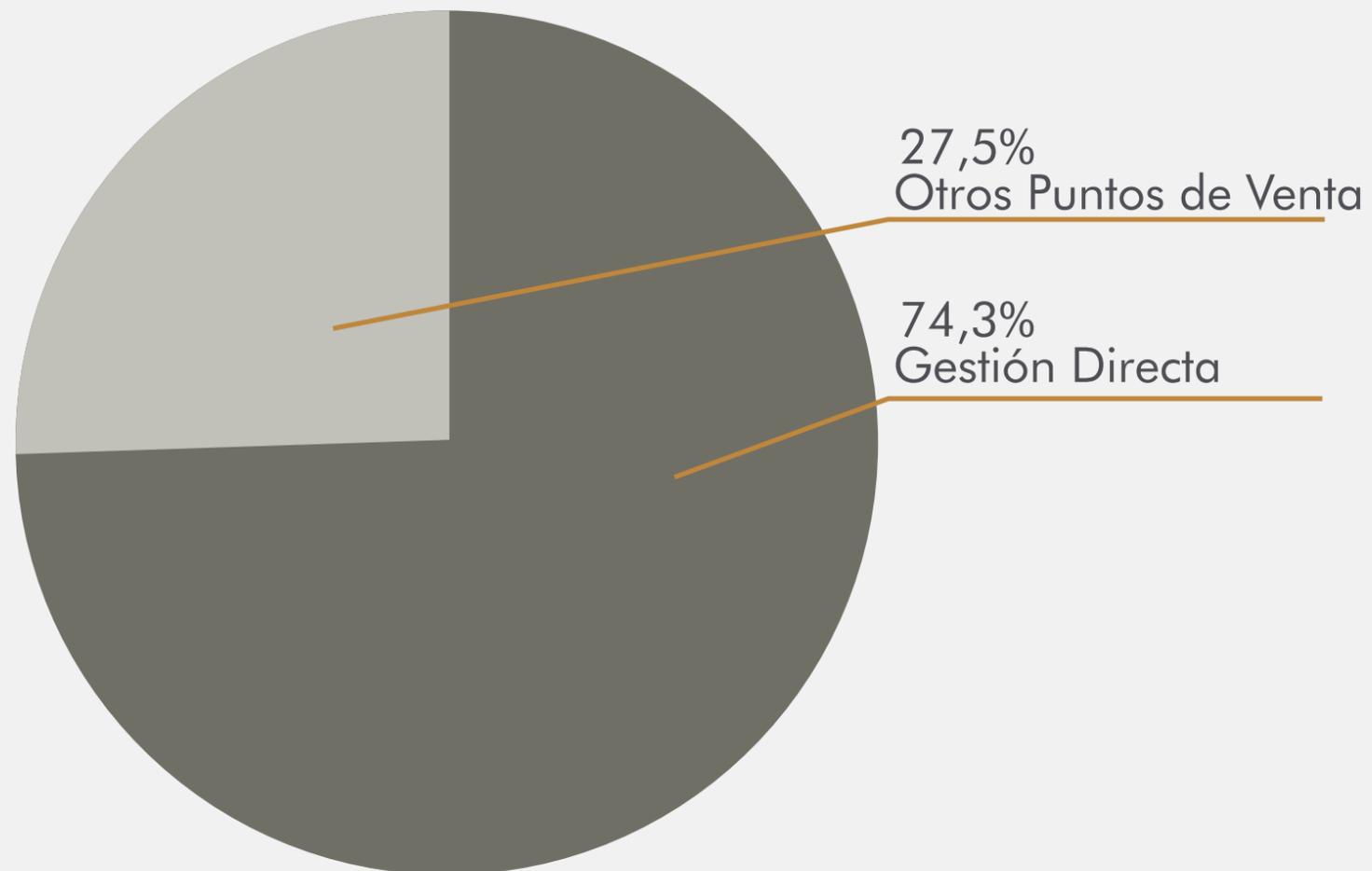
1. HECHOS RELEVANTES Y PRESENTACIÓN RESULTADOS 2014.

1.6. VENTAS. CONTINÚA EL AJUSTE.

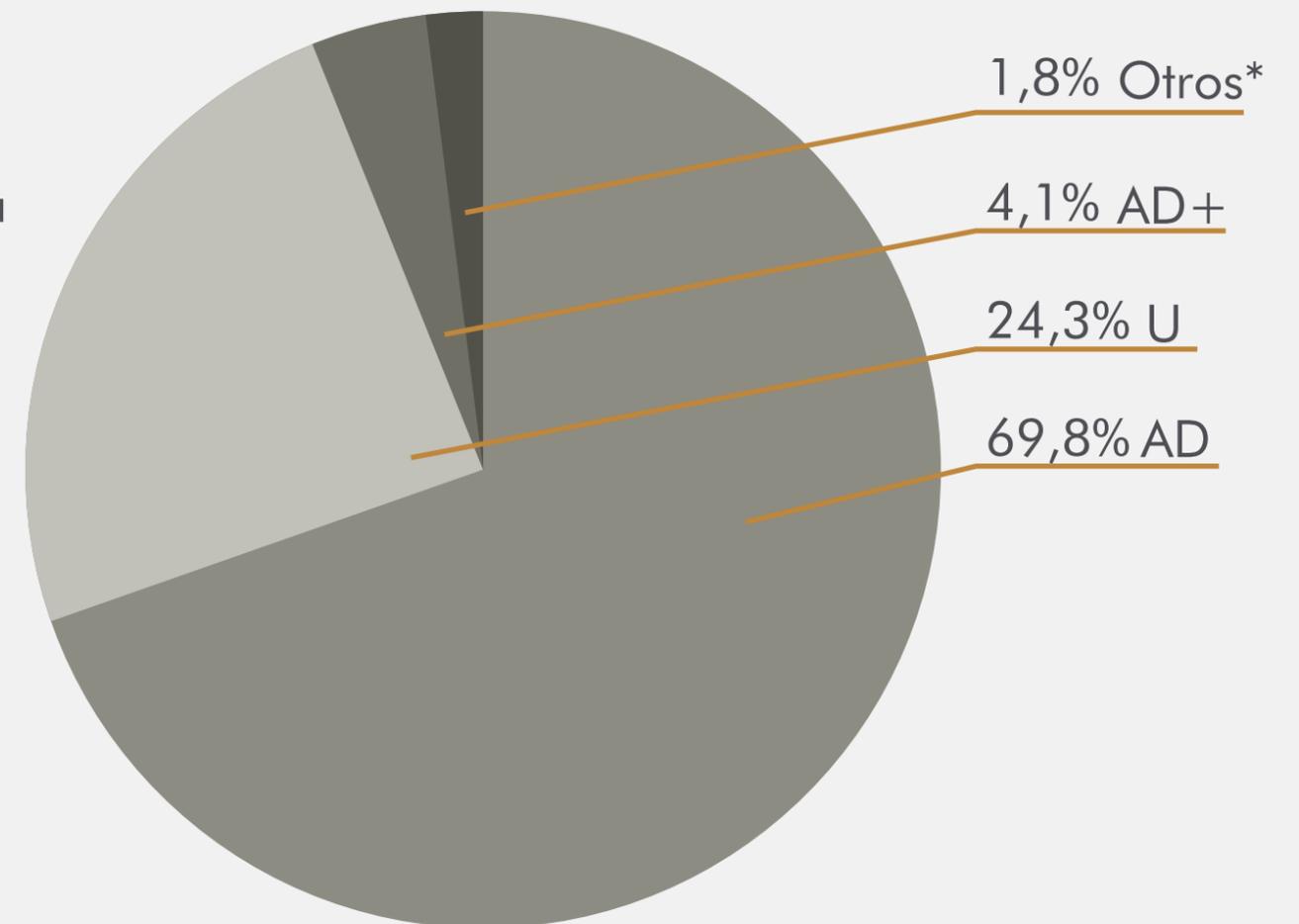


1.6. VENTAS. CONTINÚA EL AJUSTE.

VENTAS POR CANAL



VENTAS POR MARCA

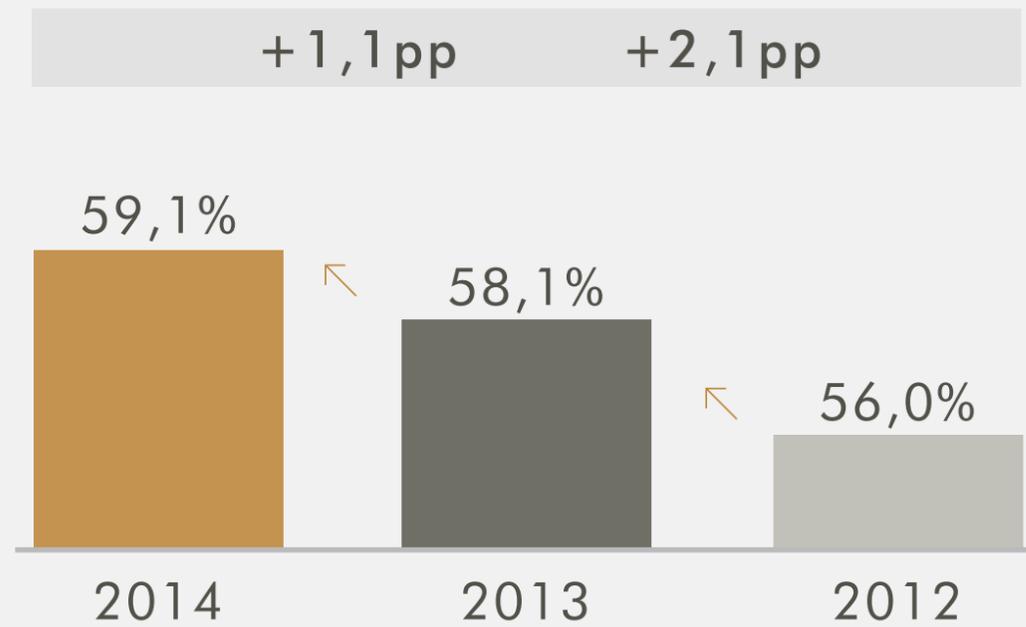


*Incluye líneas ya cerradas como Niños.

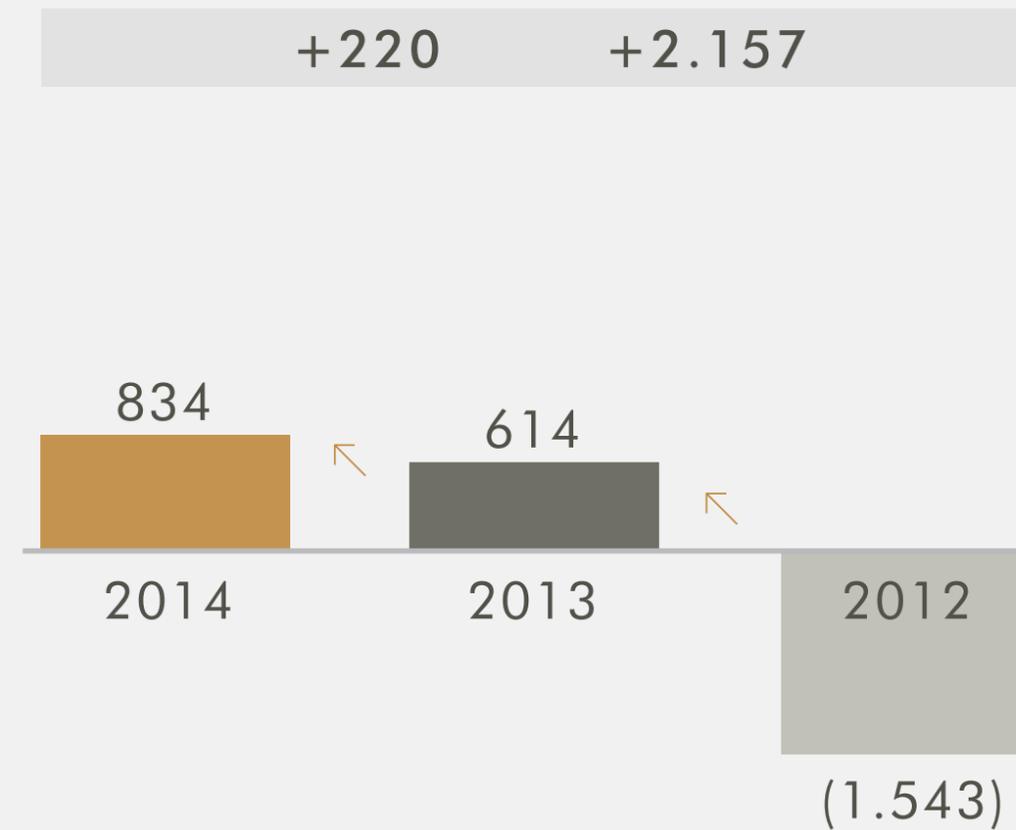
1. HECHOS RELEVANTES Y PRESENTACIÓN RESULTADOS 2014.

1.7. EBITDA, EVOLUCIÓN DEL RESULTADO.

MARGEN BRUTO (%)

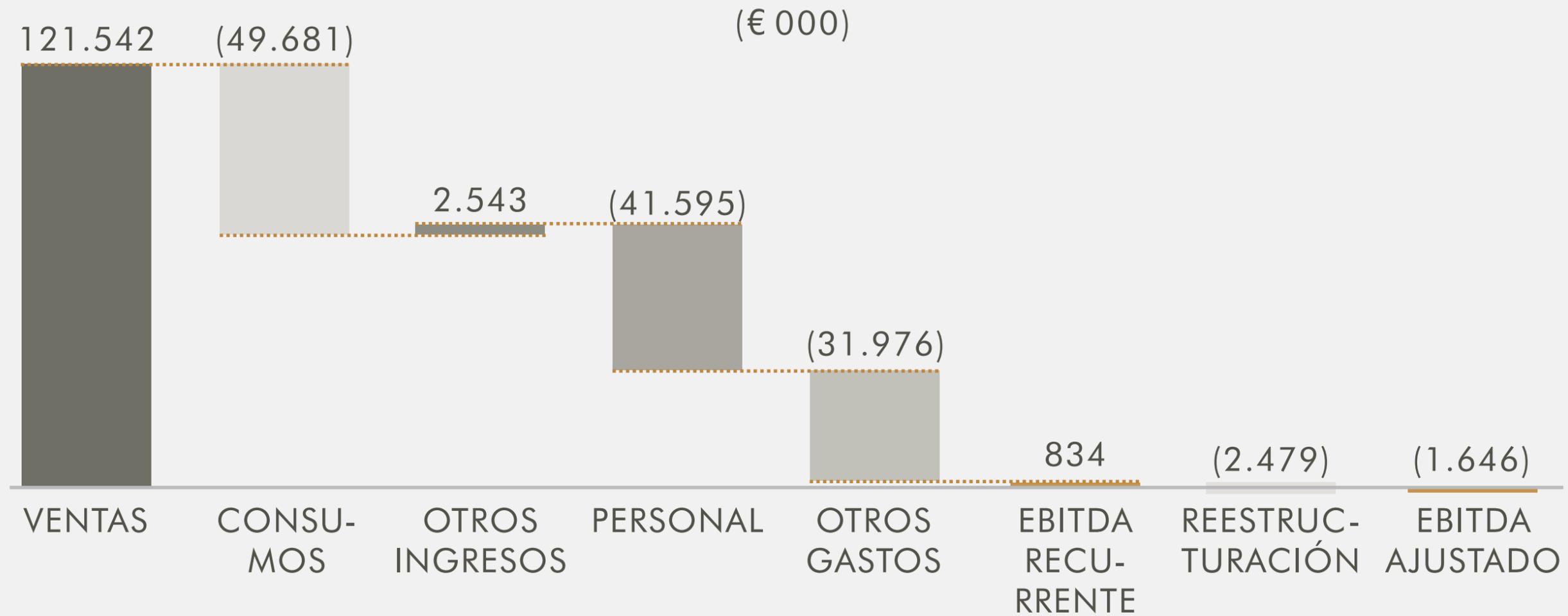


EBITDA RECURRENTE (€000)



1. HECHOS RELEVANTES Y PRESENTACIÓN RESULTADOS 2014.

1.7. EBITDA. PRINCIPALES CONTRIBUCIONES.



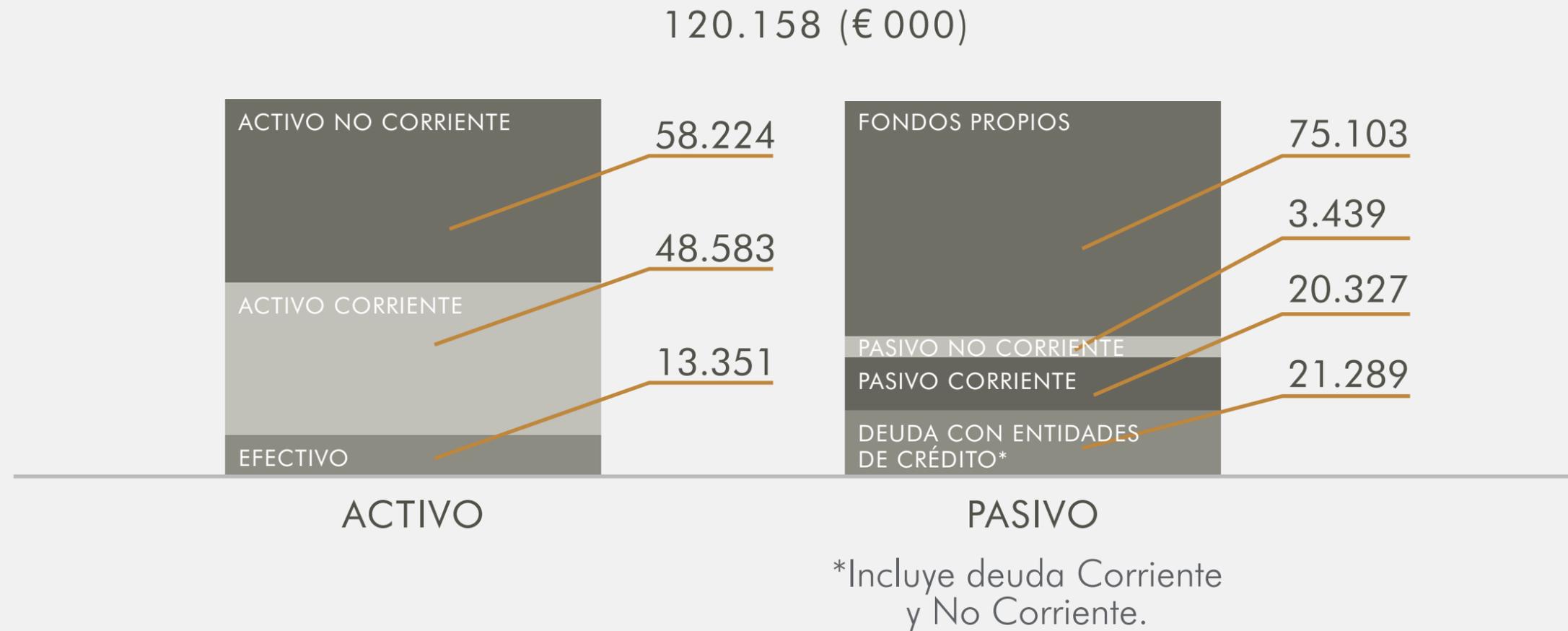
1. HECHOS RELEVANTES Y PRESENTACIÓN RESULTADOS 2014.

1.7. RESULTADO NETO.

(€000)	2014	2013	2014 vs 2013		2012	2013 vs 2012	
VENTAS	121.542	132.469	(10.927)	(8,2%)	148.446	(15.977)	(10,8%)
MARGEN BRUTO	71.861	76.925	(5.064)	(6,6%)	83.083	(6.158)	(7,4%)
EBITDA - RECURRENTE	834	614	220	35,8%		614	n.a.
EBITDA - AJUSTADO	(1.646)	(1.090)	(555)	(50,9%)	(1.543)	453	(29,4%)
RESULTADO EXPLOTACIÓN (EBIT)	(7.789)	(11.733)	3.944	33,6%	(32.086)	20.352	(63,4%)
RESULTADO FINANCIERO	1.478	(2.766)	4.244	153,4%	(2.130)	(636)	29,9%
IMPUESTOS SOBRE BENEFICIOS	(4.688)	4.199	(8.887)	(211,6%)	10.108	(5.909)	(58,5%)
RESULTADO NETO	(10.999)	(10.301)	(698)	(6,8%)	(24.108)	13.807	(57,3%)

1. HECHOS RELEVANTES Y PRESENTACIÓN RESULTADOS 2014.

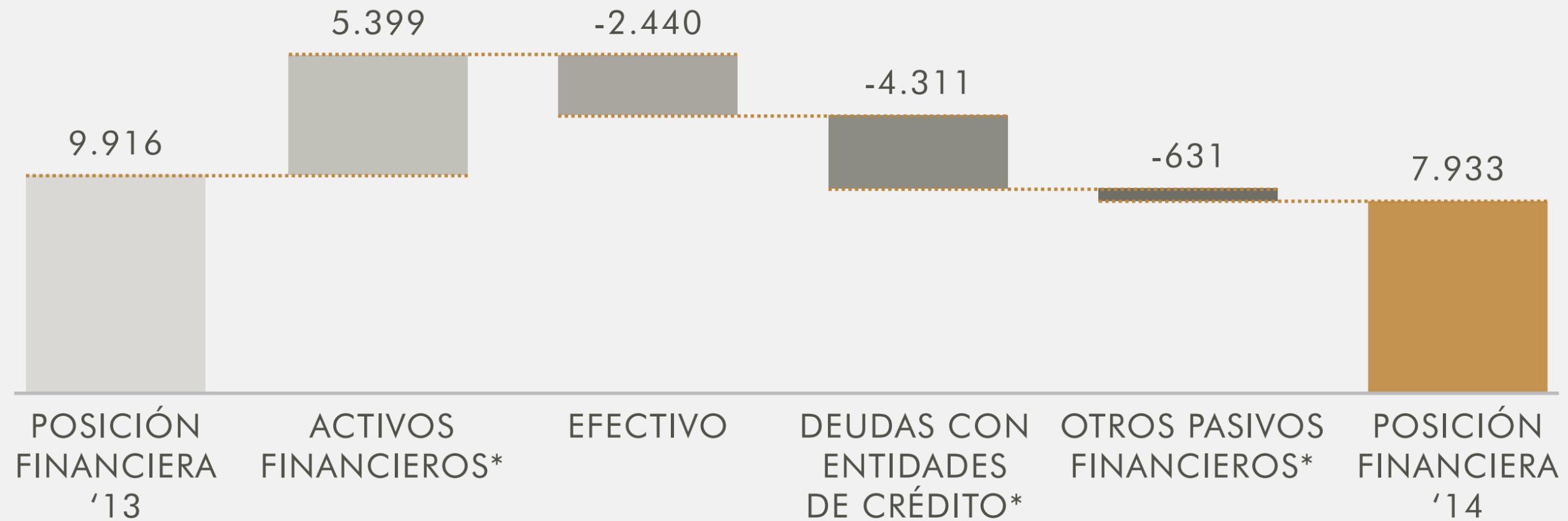
1.8. BALANCE. SÓLIDA ESTRUCTURA FINANCIERA.



- ♦ Fondos propios – 63% del balance.
- ♦ Deuda (Incluye corriente y no corriente) – 28% de los fondos propios.

1. HECHOS RELEVANTES Y PRESENTACIÓN RESULTADOS 2014.

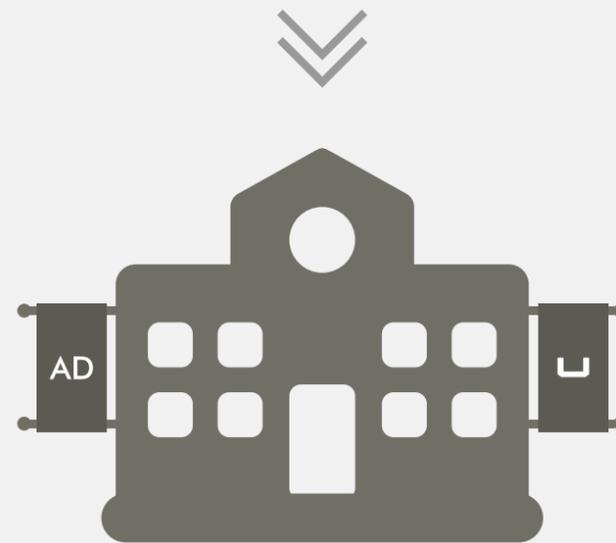
1.9. POSICIÓN FINANCIERA. MEJORA EN 2M€.



*Incluye Corrientes y No Corrientes.

OBJETIVO

CRECER DE FORMA SÓLIDA Y RENTABLE,
CREANDO VALOR PARA EL ACCIONISTA.



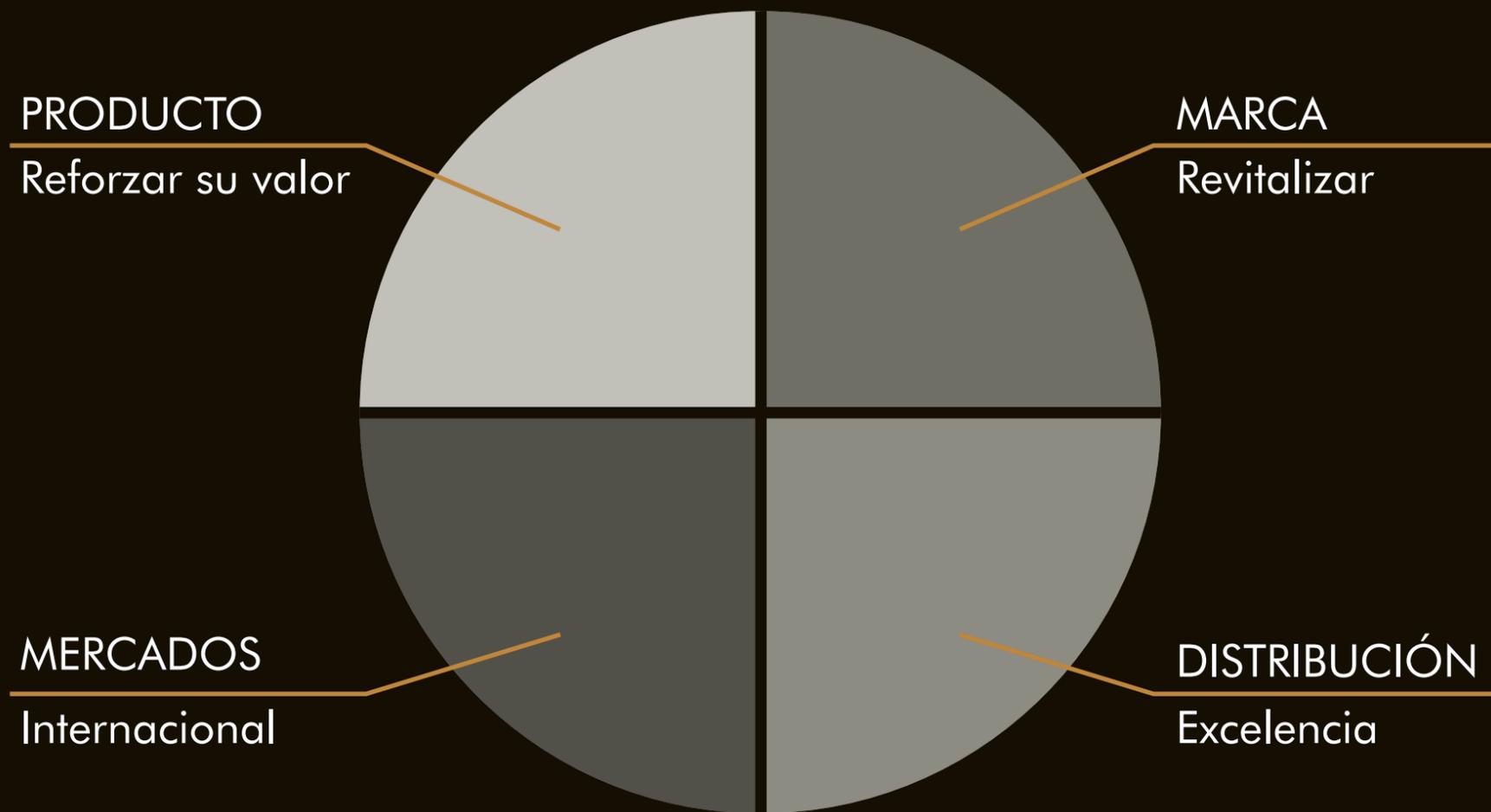
UNA COMPAÑÍA, DOS MARCAS

- REORGANIZAR LA ESTRUCTURA DE LA COMPAÑÍA
- DESARROLLO DE CAPACIDADES ORGANIZATIVAS
- OPTIMIZACIÓN DE SERVICIOS CENTRALES.

AD

ADOLFO DOMINGUEZ

ADOLFO DOMÍNGUEZ COMO FIRMA REFERENTE
CON SELLO ESPAÑOL EN EL MERCADO PREMIUM INTERNACIONAL.



2.3. AD. PRODUCTO, REFORZAR SU VALOR.



ARMONIZAR
LAS LÍNEAS
DE HOMBRE Y MUJER.



POSICIONAR
LA COLECCIÓN
EN LÍNEA CON EL
MERCADO
PREMIUM LIFESTYLE.



REFORZAR
ACCESORIOS
DE PIEL.



REDUCIR
LA COMPLEJIDAD
DE LA COLECCIÓN.

2. PLAN ESTRATÉGICO 2014/2018.
2.3. AD. MARCA, REVITALIZAR.



REVITALIZAR LA RELEVANCIA
Y DESEABILIDAD POR LA
MARCA.



AUMENTAR INVERSIÓN
EN COMUNICACIÓN.

2. PLAN ESTRATÉGICO 2014/2018.

2.3. AD. MERCADOS, COBERTURA INTERNACIONAL.

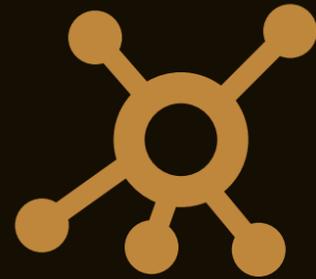


REFORZAR PRESENCIA:

- ◆ EUROPA
- ◆ ORIENTE MEDIO
- ◆ LATAM (Ej. Colombia)

PRÓXIMOS DESTINOS:

- ◆ CHINA
- ◆ EE.UU.



EXCELENCIA EN RETAIL:
PLANIFICACIÓN DE RED
Y CALIDAD
EN OPERACIONES.



NUEVO CONCEPTO
DE TIENDA.

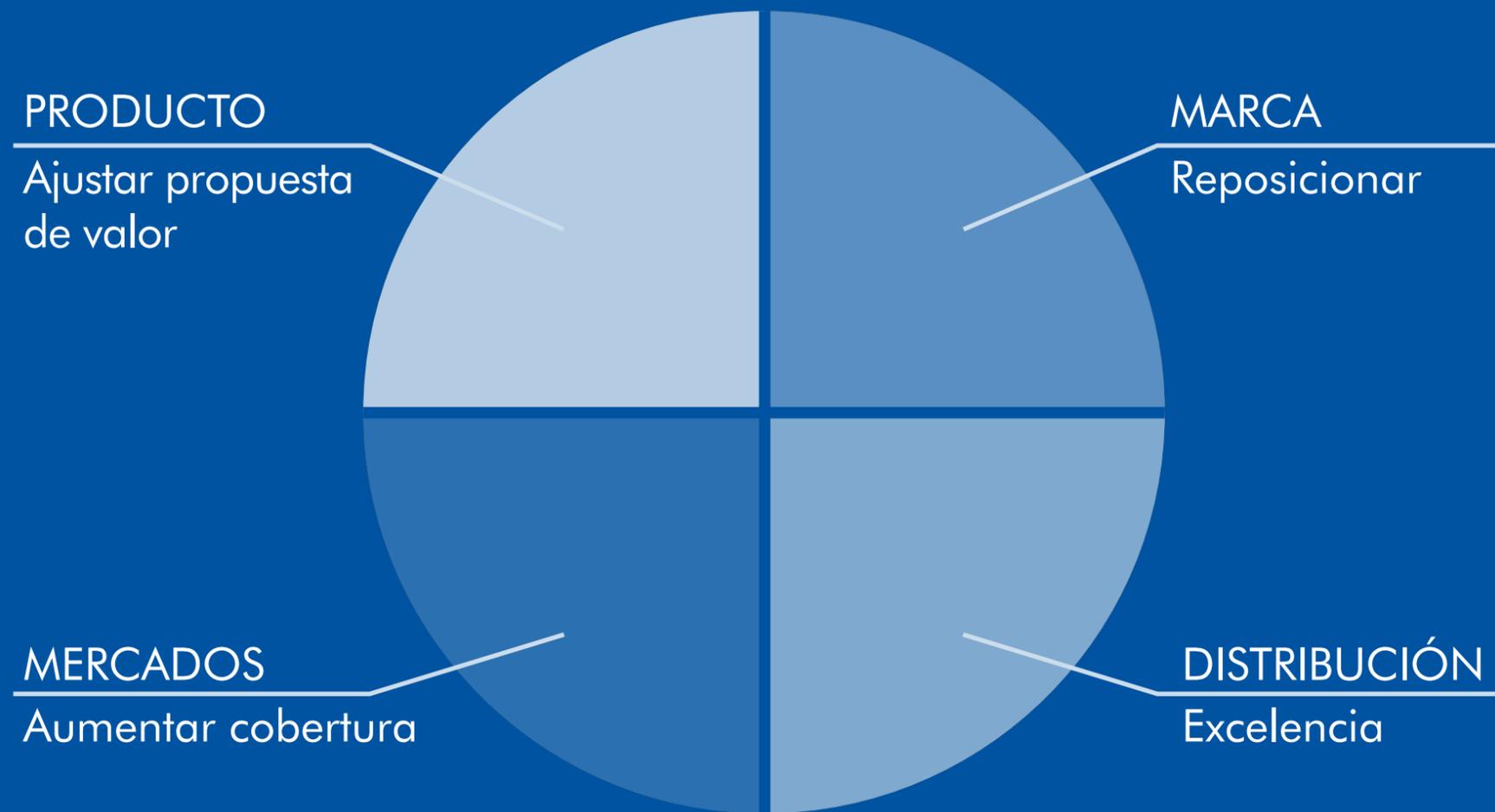


IMPULSAR NEGOCIO
ONLINE.



ADOLFO DOMINGUEZ

GENERAR RENTABILIDAD APORTANDO AL MERCADO PRODUCTOS PREMIUM
INSPIRADOS EN LA VISIÓN CREATIVA DEL DISEÑADOR.



2.4. U. PRODUCTO, AJUSTAR PROPUESTA DE VALOR.



FORTALECER LA IDENTIDAD
DE PRODUCTO.



REDUCIR COMPLEJIDAD
DE LA COLECCIÓN.



REPOSICIONAR OFERTA
EN SEGMENTO PREMIUM
(CALIDADES Y PRECIOS).



Tiziana Dominguez



MARCA SOPORTADA
POR LA VISIÓN
DEL DISEÑADOR.

IDENTIDAD
CORPORATIVA
REVISADA.

MARCA DESEABLE PARA
SU TARGET.

COMUNICACIÓN
INNOVADORA.

2. PLAN ESTRATÉGICO 2014/2018.

2.4. U. MERCADOS, AUMENTAR COBERTURA.

MÉXICO
Expandir

ESPAÑA
Desarrollar una red
de tiendas premium.

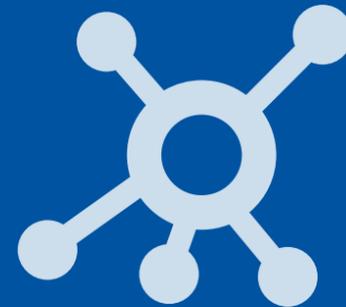
JAPÓN
Testar

ESTUDIO:

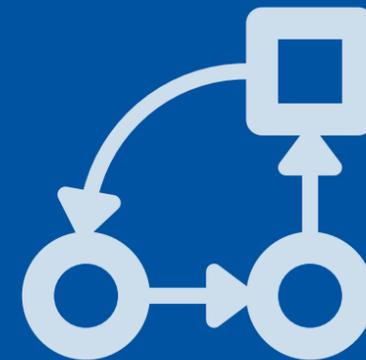
- ◆ EUROPA (Ciudades Clave)
- ◆ CHINA (Ciudades Clave)
- ◆ ONLINE



NUEVO CONCEPTO
DE TIENDA.



EXCELENCIA EN RETAIL:
PLANIFICACIÓN DE RED
Y CALIDAD
EN OPERACIONES.



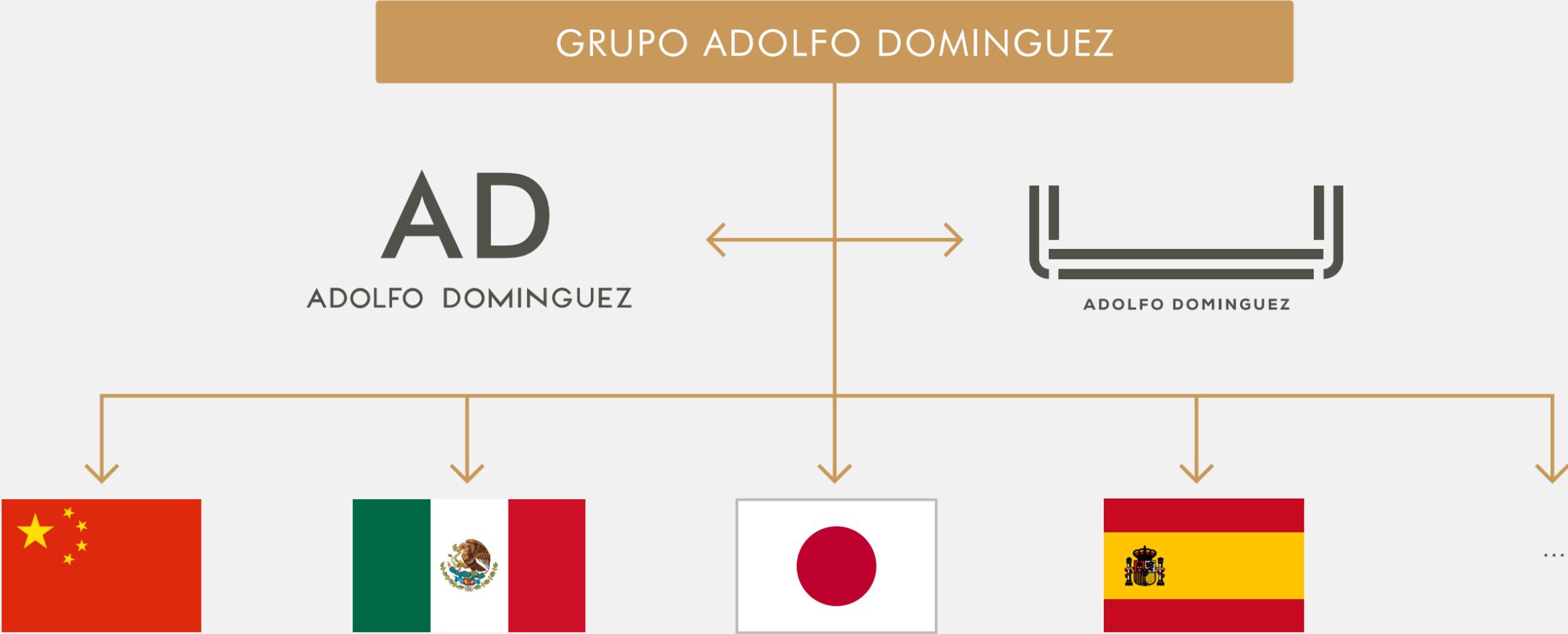
DESARROLLAR ESTRATEGIA
MULTICANAL.

2. PLAN ESTRATÉGICO 2014/2018.

2.5. CALENDARIO PLANIFICADO, AD y U.

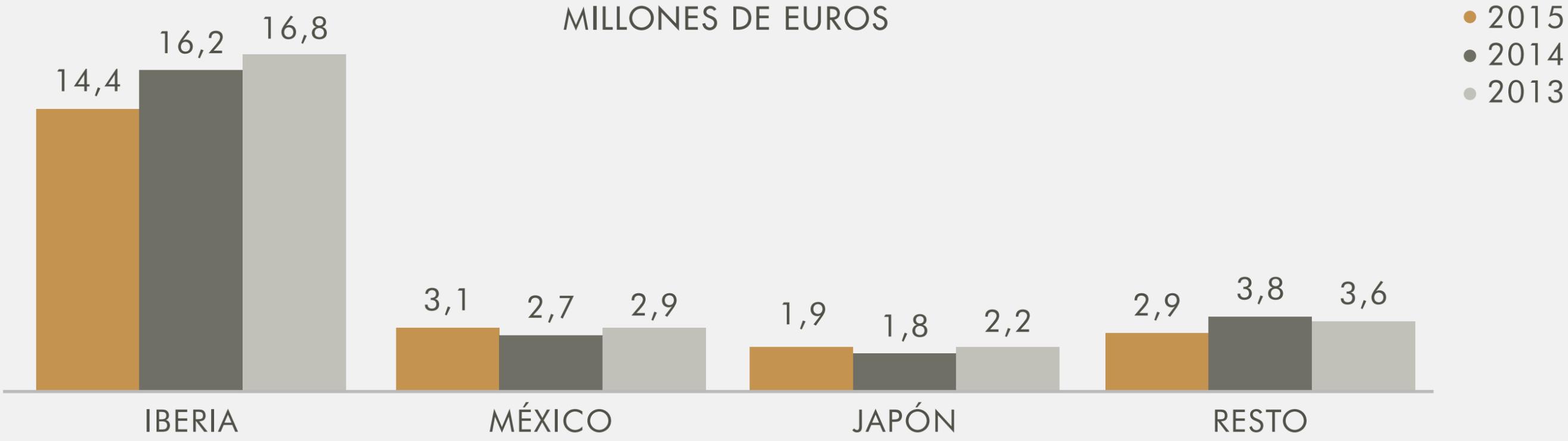


2.6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA, RECOGE LOS CAMBIOS.



3. EVOLUCIÓN 2015.

3.1. VENTAS. PRIMER TRIMESTRE 2015.



3. EVOLUCIÓN 2015.

3.2. HECHOS RELEVANTES PRIMER SEMESTRE 2015.



PROBLEMAS EN LA ENTREGA DE PRODUCTO

SITUACIÓN COYUNTURAL PRODUCIDA POR LA REORGANIZACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO Y LA IMPLANTACIÓN DE SAP.



ERE

SERVICIOS CENTRALES (105 TRABAJADORES).



VENTA PASEO DE LA HABANA

ACTIVO NO ESTRATÉGICO.

3. EVOLUCIÓN 2015.

3.3. DESARROLLO ORGANIZATIVO. INCORPORACIONES.



DIRECTOR CORPO-
RATIVO DE RRHH
DESDE ENERO 2015

JUAN DE MORA,
CON MÁS DE 10
AÑOS DE EXPERIEN-
CIA EN GRUPOS
COMO PROSEGUR
Y NH HOTELES.



DIRECTOR RETAIL
EUROPA
DESDE MAYO 2015

RAÚL RAMIREZ,
PROCEDE DEL GRUPO
CORTEFIEL Y TIENE
MÁS DE 10 AÑOS DE
EXPERIENCIA EN
EMPRESAS DE RETAIL.



DIRECTOR RETAIL
MÉXICO
DESDE MAYO 2015

JOSÉ DOMINGO PÉREZ,
MÁS DE 25 AÑOS
DE EXPERIENCIA EN
EMPRESAS DEL SECTOR
COMO HUGO BOSS
ENTRE OTRAS.



DIRECTOR RETAIL
JAPÓN PRÓXIMA
INCORPORACIÓN

3. EVOLUCIÓN 2015.

3.4. AD. EVOLUCIÓN DE LA COBERTURA INTERNACIONAL.



CHINA, EXPANSIÓN

- MARZO 2015, APERTURA KERRY CENTER (SHANGHAI).
- JUNIO 2015, APERTURA GRAND GATEWAY (SHANGHAI).



JAPÓN, REVITALIZAR

REUBICACIÓN HIROSHIMA.

3. EVOLUCIÓN 2015.

3.5. U. SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGIA.



SEPARACIÓN MARCAS

- DISEÑO / PRODUCTO / VISUAL / MERCHANDISING / COMUNICACIÓN. JULIO 2015, TRASLADO EQUIPO U A MADRID.



BRANDING

IMAGEN REVISADA.



MERCADOS

U, APERTURA AEROPUERTO DE MÁLAGA.

4. EVOLUCIÓN DE LA ACCIÓN.

4.1. EVOLUCIÓN DE LA ACCIÓN.



GRACIAS.