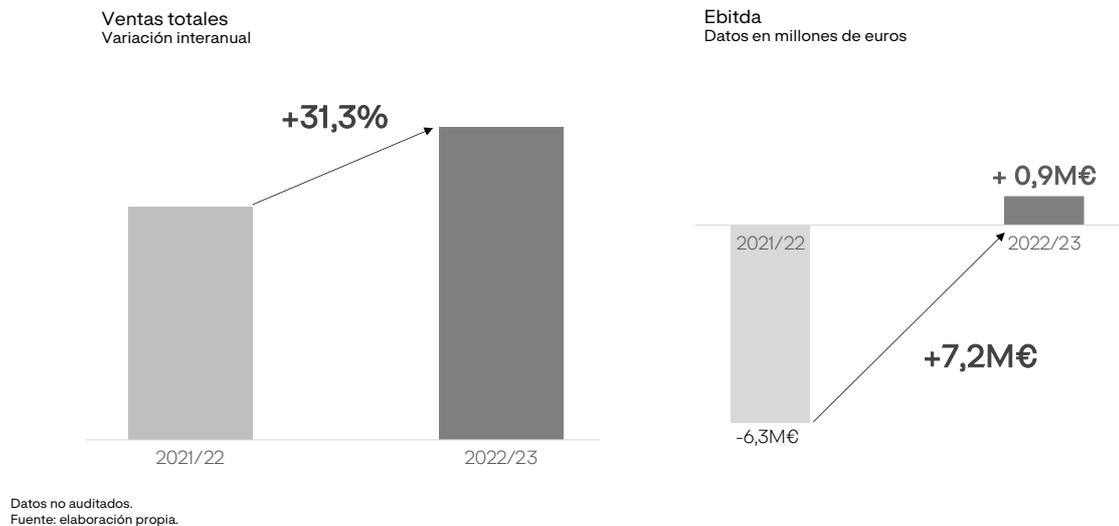


RESULTADOS PRIMER TRIMESTRE 2022/23 (MARZO-MAYO 2022)

Adolfo Domínguez crece un 31% en ventas y consolida un año de Ebitda positivo

- La red internacional de la firma de moda aumenta hasta el 54%
- La marca crece en todos los mercados, con 350 tiendas en 19 países



14 de julio de 2022. Las ventas de Adolfo Domínguez crecen un 31,3% hasta situarse en los 19,2 millones de euros en el primer trimestre del ejercicio 2022/23 (marzo-mayo 2022). El Ebitda alcanza los 0,9 millones de euros y supera en 7,2 millones el obtenido en el mismo periodo del ejercicio anterior. La compañía encadena cuatro trimestres consecutivos, un año completo, con Ebitda positivo (desde junio de 2021). La firma de moda de autor sigue aumentando el peso de su red internacional con el 54% de sus tiendas en el extranjero.

Las ventas del grupo crecen en todos los mercados en los que tiene presencia. En Europa, con España como principal mercado y con 177 puntos de venta, la facturación se incrementa en un 32,7%. Las ventas *online* de la compañía ya se extienden en 29 países, tanto en los que la marca tiene tienda física como en otros 10 mercados donde solo distribuye a través del *e-commerce*.

Comunicación Adolfo Domínguez

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

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

“Nuestra facturación está al 94% respecto a los niveles pre-covid de 2019 y es más rentable: mejoramos nuestro margen sobre ventas hasta el 69%. Mejoramos en eficiencia, en ventas por tienda y encadenamos cuatro trimestres consecutivos (desde junio de 2021) con Ebitda positivo”, explica Antonio Puente, consejero delegado del grupo Adolfo Domínguez.

El grupo de moda de autor comunica hoy sus resultados del primer trimestre del ejercicio 2022/23 (marzo – mayo 2022) a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). El resultado neto de Adolfo Domínguez se sitúa en -2,2 millones de euros.

Las ventas comparables de la firma crecen en todos los mercados un 25,7% con respecto al mismo período del ejercicio anterior. Las ventas comparables miden el crecimiento medio de la facturación sin tener en cuenta aperturas, cierres, reformas o cambios en los sistemas de gestión de las tiendas.

La internacionalización sigue siendo uno de los pilares de crecimiento de la marca, que cuenta con 350 puntos de venta en 19 países. El 54% de las tiendas se encuentran fuera de España. Entre marzo y mayo de este año, la marca ha abierto 6 nuevas tiendas: 1 en España, 2 en Japón, y 3 en Chipre que refuerzan las 24 aperturas realizadas por la compañía en el ejercicio 2021/22. Japón, donde Adolfo Domínguez fue marca española pionera en tener red propia de tiendas, cuenta con 18 puntos de venta.

El organigrama del consejo de Adolfo Domínguez está encabezado por la presidenta ejecutiva, Adriana Domínguez y Antonio Puente como consejero delegado. José Luis Sainz es el vicepresidente y coordinador del consejo de administración.