

Las ventas 'online' de Adolfo Domínguez crecen un 21,9%

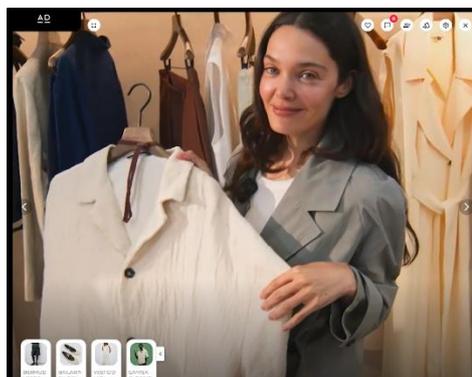
1 de cada 3 nuevos clientes tiene menos de 35 años
Los accionistas respaldan la gestión y cuentas del grupo



Consejo de administración de Adolfo Domínguez.

30 mayo 2024. Las ventas *online* del grupo Adolfo Domínguez crecen un 21,9% en el ejercicio 2023/24 y alcanzan máximos históricos. Así lo ha desvelado la presidenta ejecutiva de la firma de moda de autor, Adriana Domínguez, en la junta general de accionistas de la compañía celebrada hoy en Ourense.

La presidenta ha puesto en valor la renovación de los servicios digitales de la firma. Además de su tienda *online*, accesible desde 29 países, Adolfo Domínguez cuenta con un nuevo *hub* de servicios interactivos que incluye: el alquiler de prendas y complementos de la marca (ADN RENT), un personal shopper con inteligencia artificial (ADN BOX), o el social live shopping, la experiencia de compra interactiva que permite conocer y comprar la colección en tiempo real de la mano de *influencers* y estilistas (ADN PLAY), entre sus servicios.



La actriz de *La Mesías*, Ana Rujas, durante el social live shopping de la marca mayo.

La actriz Ana Rujas y la modelo Laura Ponte han sido las últimas protagonistas de esta iniciativa lanzada por Adolfo Domínguez

ADOLFODOMINGUEZ

www.adolfo Dominguez.com
press@adolfo Dominguez.com

988 398 705 / 690 153 114

de forma pionera en septiembre de 2021. La oferta *online* de la marca se completa con su presencia en *marketplaces* como Zalando, About You, así como El Corte Inglés (España y Portugal), y Palacio de Hierro (México).

El mundo digital del grupo de moda es una de sus principales palancas de crecimiento entre los consumidores más jóvenes. 1 de cada 3 nuevos clientes captados por Adolfo Domínguez en el último año tiene menos de 35 años.

“Somos una marca con 48 años en el mercado, pero nuestra preocupación principal continúa siendo estar en contacto con nuestro tiempo, con los clientes de hoy y de mañana” ha explicado ante la junta la presidenta ejecutiva.

Consolidación de la recuperación

El consejero delegado de Adolfo Domínguez, Antonio Puente, ha desvelado ante los accionistas las claves que han permitido a la firma encadenar beneficio neto positivo por segundo año consecutivo.

“El 2023-24 ha sido un ejercicio marcado por el aumento de ventas y la consolidación de nuestra recuperación, a la vez que transformamos la compañía para seguir impulsando el crecimiento. Siempre con la moda de autor, sostenibilidad, innovación en el centro de todo lo que hacemos”, ha destacado el consejero delegado.

Durante la junta, los accionistas respaldaron la gestión y cuentas del grupo de moda en el ejercicio 2023-24, en el que Adolfo Domínguez generó una facturación de 126,7 millones de euros, un 10,9% más que en el año anterior. En la junta se ratificó la renovación de Adolfo Domínguez Fernández, fundador y principal accionista, como miembro del consejo de administración.

Adolfo Domínguez cuenta con 360 puntos de venta en 24 países de todo el mundo (datos a cierre del ejercicio 2023-24) y emplea a más de 1.000 personas.