



MODA DE AUTOR DE DOBLE IMPACTO

ADOLFODOMINGUEZ

Equity Story

Mayo 2024

Nota legal

La información contenida en esta presentación ha sido preparada por Adolfo Domínguez e incluye información financiera extraída de los estados financieros de Adolfo Domínguez, S.A. y sus filiales para el ejercicio 2023/24, auditados por Mazars Auditores, S.L.P., así como declaraciones sobre perspectivas futuras.

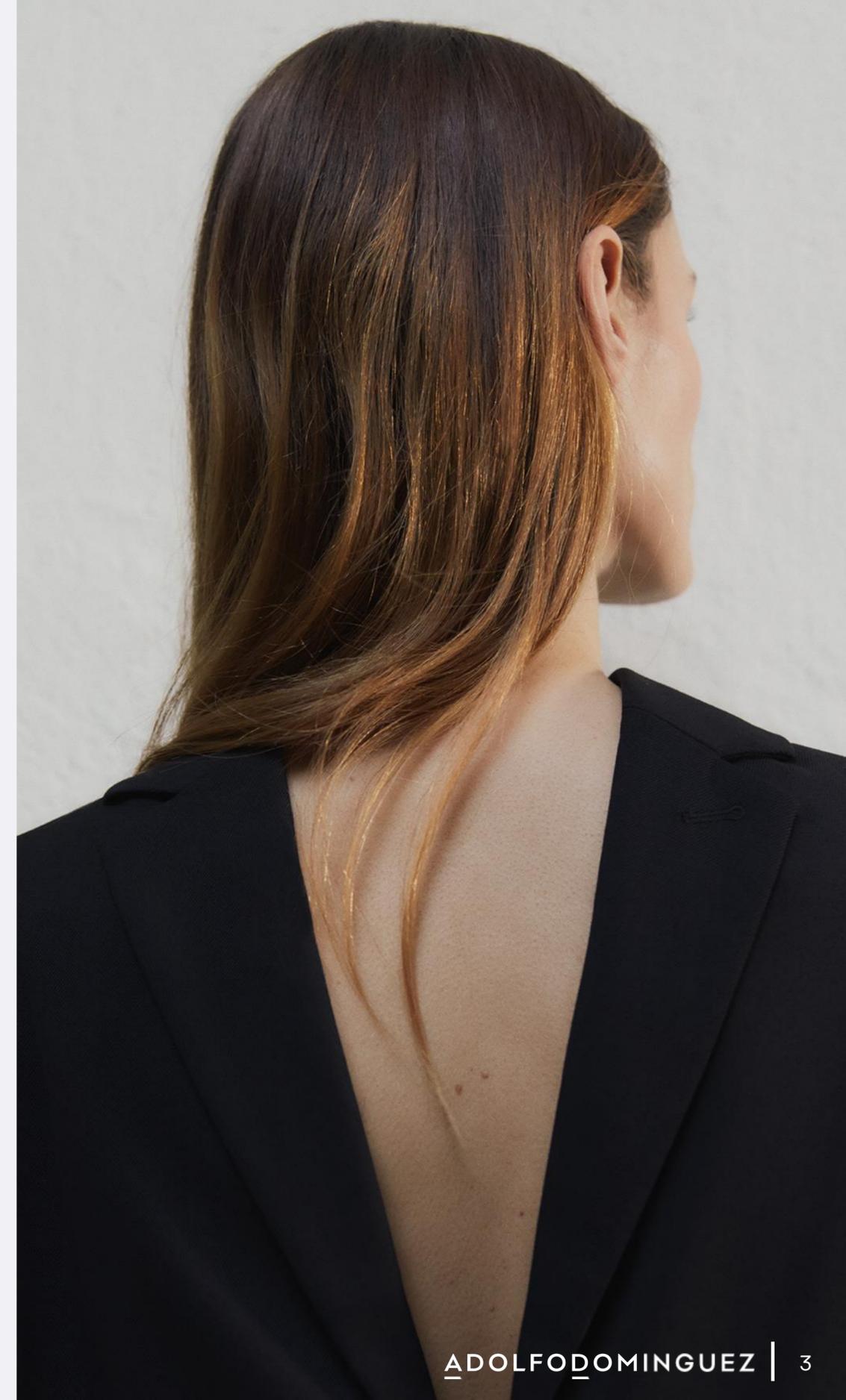
La información y las declaraciones sobre perspectivas futuras de Adolfo Domínguez no son hechos históricos y se basan en numerosas hipótesis y están sujetas a riesgos e incertidumbres, muchos de los cuales son difíciles de predecir y, en general, están fuera del control de Adolfo Domínguez. Por consiguiente, se advierte a los accionistas e inversores de que estos riesgos podrían hacer que los resultados y la evolución reales difirieran sustancialmente de los expresados, implícitos o proyectados en la información y previsiones de carácter prospectivo.

Con excepción de la información financiera a la que se hace referencia, la información y cualesquiera opiniones y afirmaciones contenidas en este documento no han sido verificadas por terceros independientes y, por lo tanto, no se ofrece garantía alguna, ni implícita ni explícita, en cuanto a la imparcialidad, exactitud, exhaustividad o corrección de la información o de las opiniones y afirmaciones aquí expresadas.

Este documento no constituye una oferta o invitación para adquirir o suscribir acciones, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 6/2023, de 17 de marzo, de Mercados de Valores y Servicios de Inversión y su normativa de desarrollo. Asimismo, este documento no constituye una oferta de compra, venta o canje ni una solicitud de oferta de compra, venta o canje de valores, ni una solicitud de voto o aprobación en ninguna otra jurisdicción.

Índice

1. Qué es Adolfo Domínguez.
2. Gestión y transformación.
3. Resultados: consolidación y crecimiento.
4. Visión y palancas de crecimiento.
5. AD como oportunidad de inversión.



1

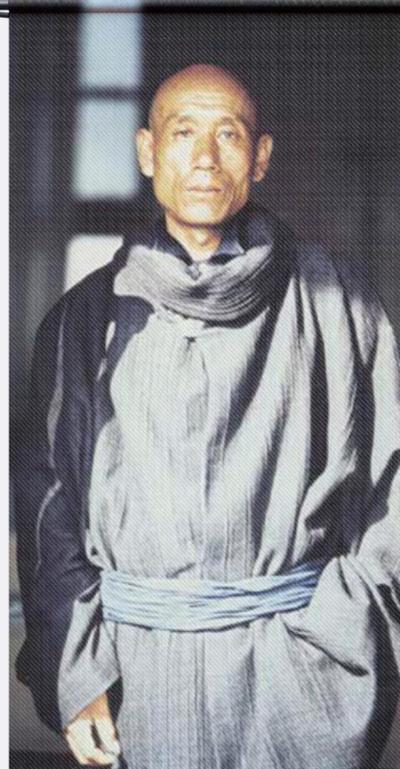
Qué es Adolfo Domínguez



Somos una firma de moda de autor.

Nuestra historia

adolfo domínguez

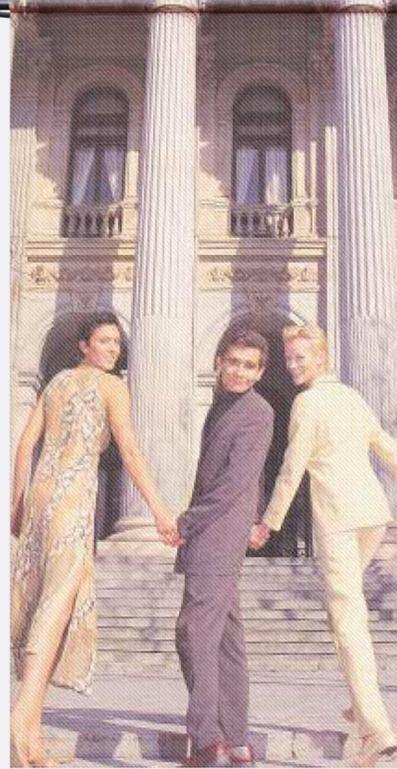


70's:

Dejamos de ser la sastrería El Faro y nos convertimos en Adolfo Domínguez, la marca de moda.

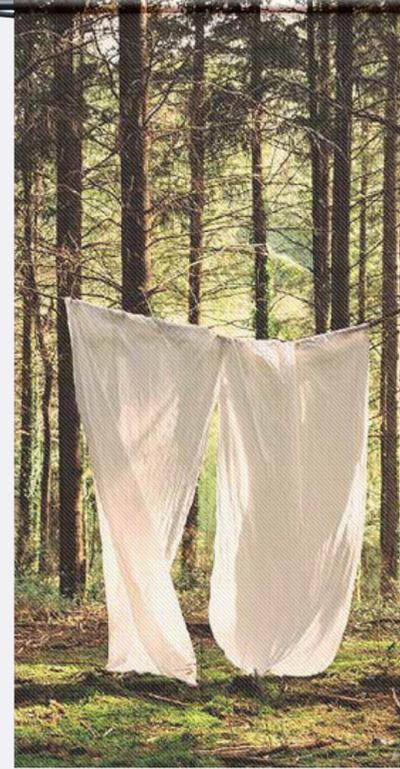
80's:

Internacionalización. Abrimos tiendas en París y Londres. Vestimos a la serie Miami Vice. Éxito rotundo del eslogan "La arruga es bella" que acompaña el vestir de una época.



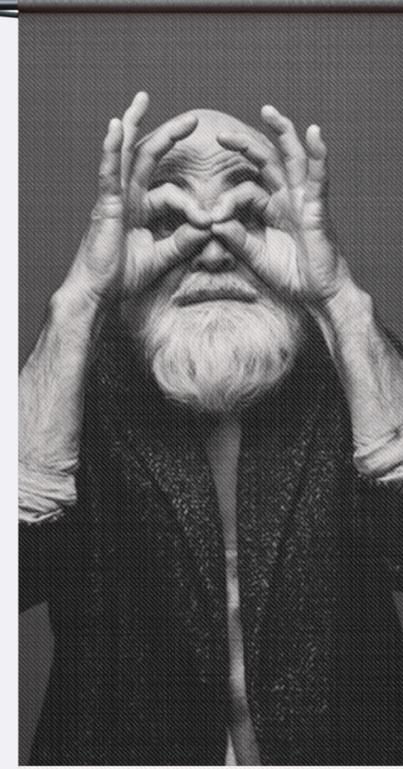
90's:

Bolsa. Fuimos la primera marca de moda española en ser cotizada.



2000's:

Lanzamos el Manifiesto Ecológico. Dejamos de utilizar pieles en nuestras prendas. Creamos la primera línea de bolsos amables con el medioambiente.



10's:

Reestructuración y reposicionamiento de la red de tiendas. Modernización de la empresa, marca e imagen. Lanzamiento de la campaña "Sé más viejo".



20's:

Método Ágora de diseño y Atrio de comunicación. Dan comienzo los proyectos innovadores de fidelización ADN BOX (suscripción), ADN RENT (alquiler) y ADN PREMIUM.

Nuestro propósito: desatar la belleza que hay en ti, que hay en todo.

Misión, visión y valores



Manifiesto Adolfo Domínguez

Misión

Ofrecer moda de autor a un precio cómodo.

Visión

Ser una empresa líder en el mundo de la moda de autor, cuya marca garantice productos con sonido propio.

Valores

Amabilidad.
Creatividad.
Excelencia.

Moda de autor de doble impacto

Nuestras prendas trascienden la edad, el sexo y el estatus social.

Somos una marca para personas que valoran:

- La poesía y la exclusividad de una marca de autor.
- La calidad y atemporalidad de la sostenibilidad.
- La mayoría de nuestros clientes son mujeres.
- Nuestro core target es de 35 a 55 años.
- El target que más crece es el de 18 a 34 años, seguido del de 35 a 44 años.

Nuestras colecciones:

Textil mujer:
ADW

Textil hombre:
ADM

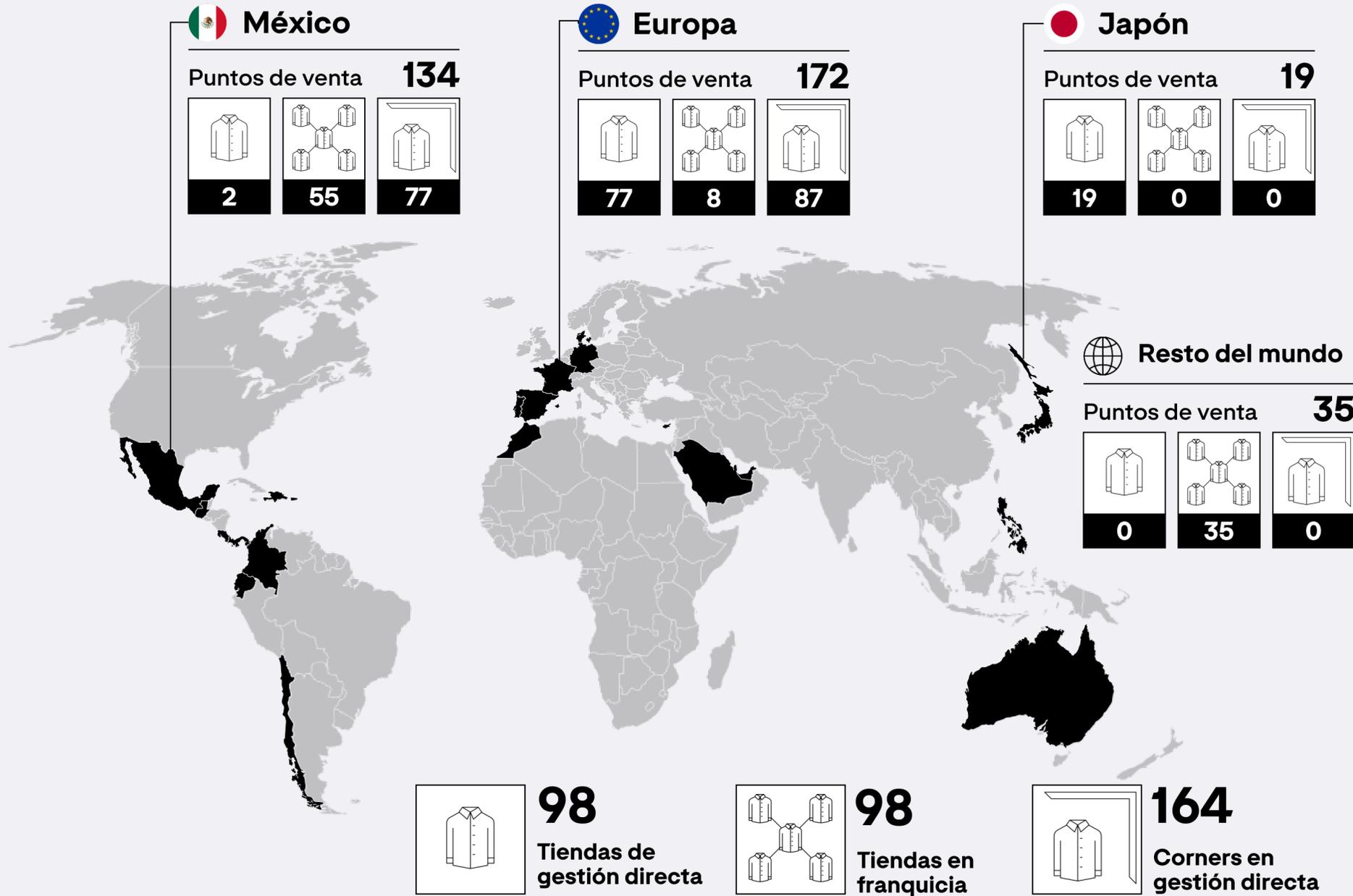
Perfumes

Accesorios mujer:
ADCW

Accesorios hombre:
ADCM

Gafas

Nuestra red: 360 puntos de venta en 24 países.



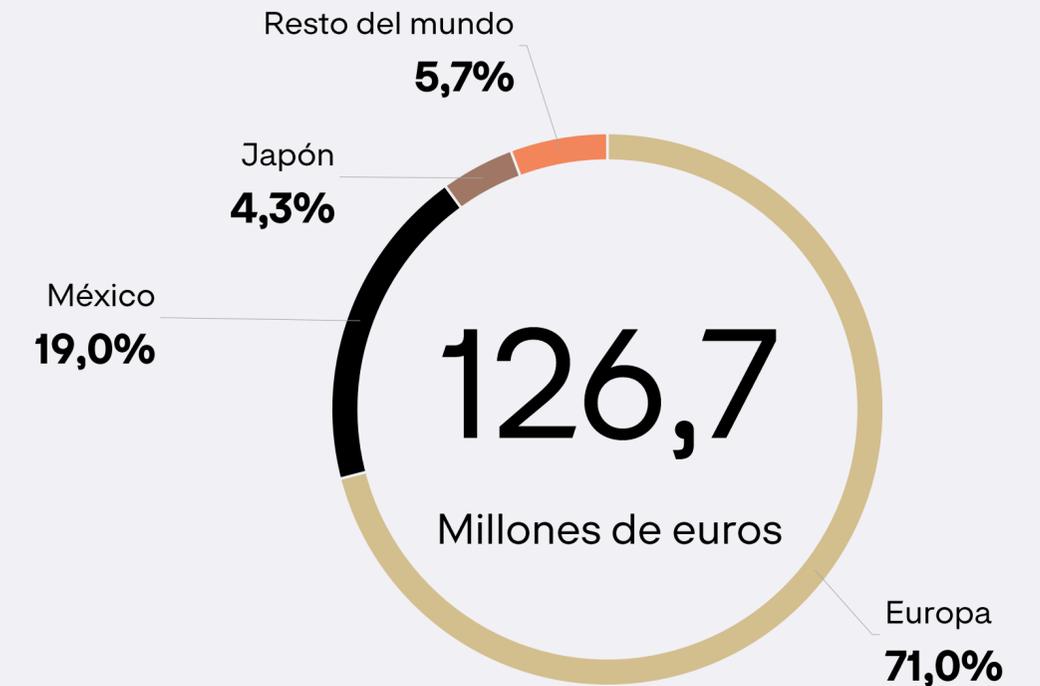
Total puntos de venta

360

Países

24

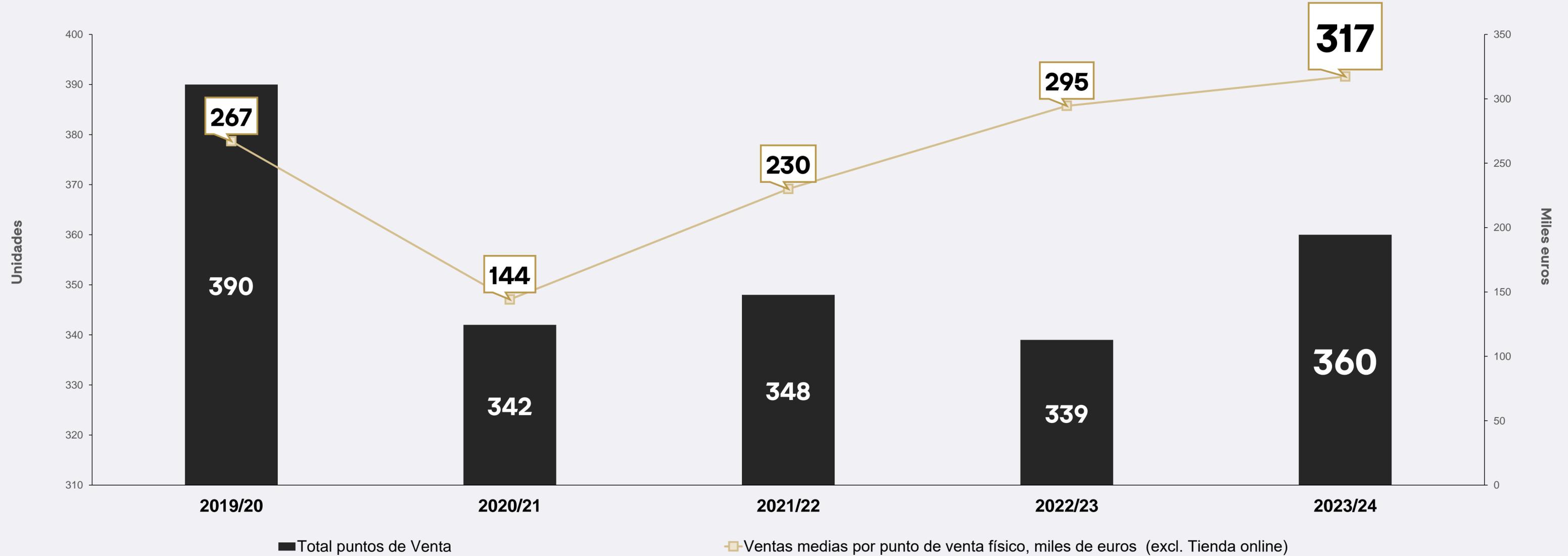
Distribución ingresos por mercados geográficos 2023/24



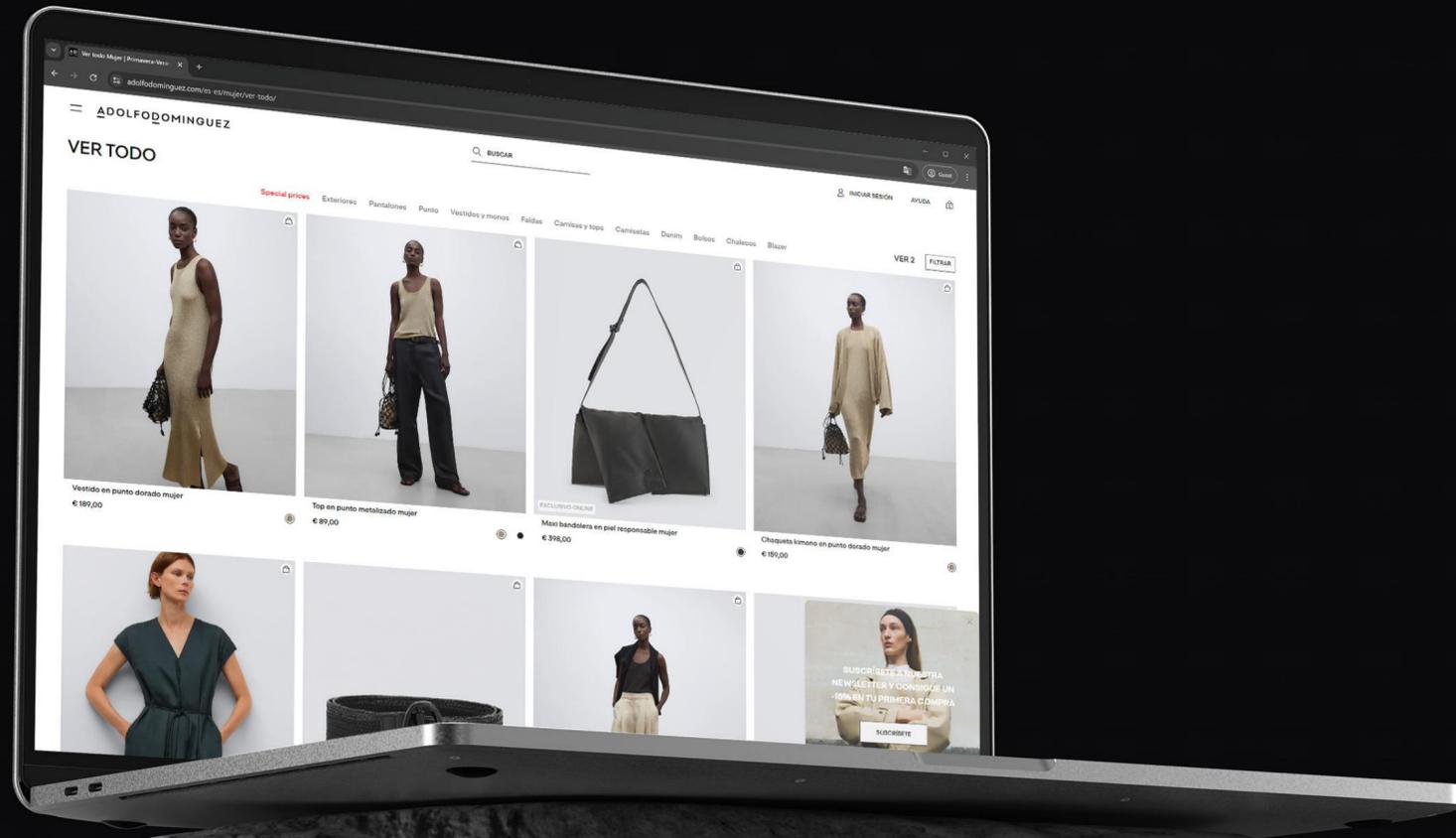
La venta media por tienda crece un 18,7% con una red de distribución más optimizada.

Evolución histórica de ventas medias por punto de venta y de puntos de venta totales 2019/20-2023/24

Cifras expresadas en unidades y miles de euros

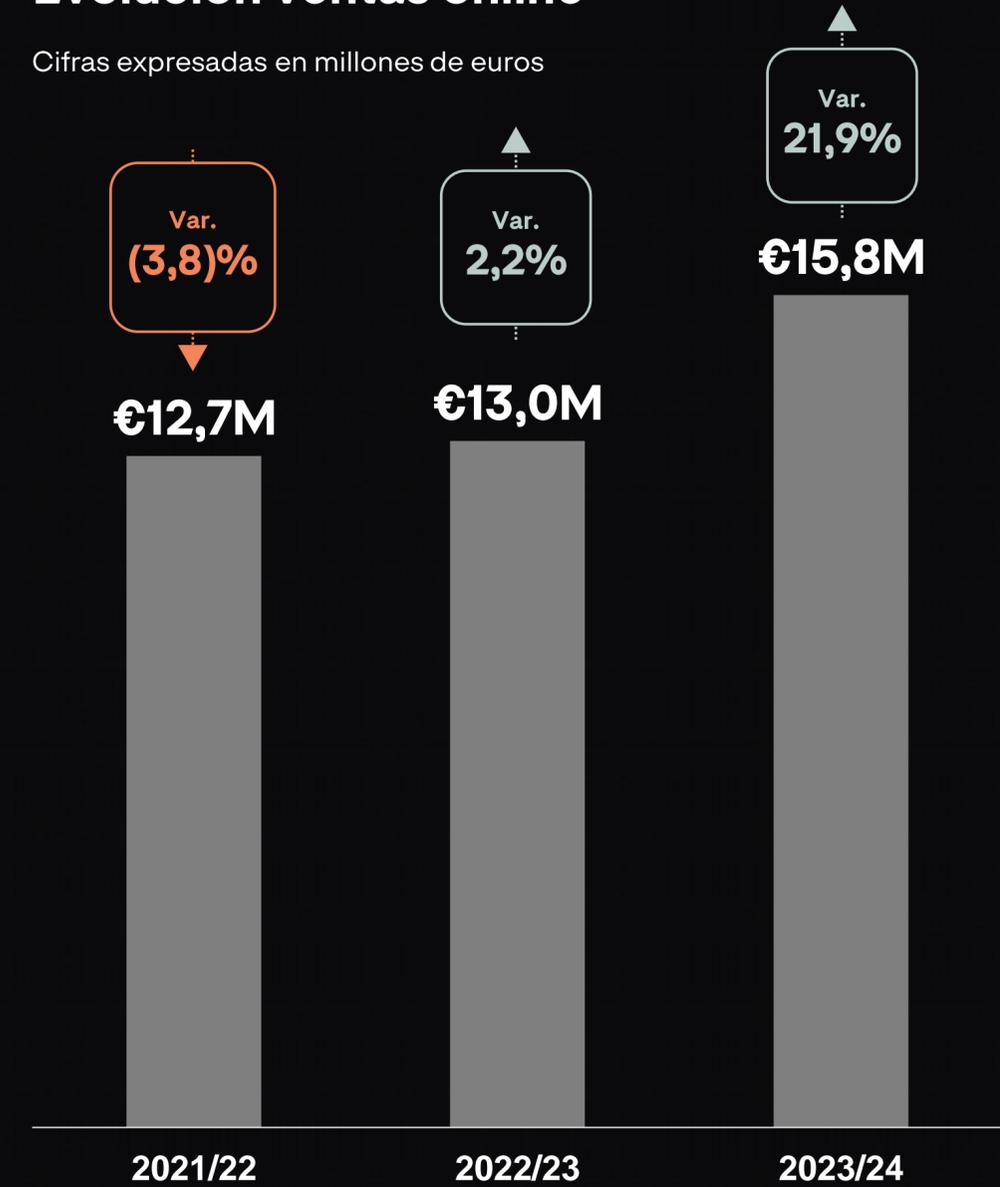


Las ventas de la tienda online crecen un 21,9%.



Evolución ventas online

Cifras expresadas en millones de euros



2

Gestión y transformación



Adolfo Domínguez: el reposicionamiento de una marca única.



Adolfo Domínguez: Esencia de autor.



Ágora: Un método de creación y un concepto para crear colección.



Nuevo concepto de tienda: Espacios abiertos y luminosos. Materiales naturales y detalles de autor.

ADOLFODOMINGUEZ

Nuevo logotipo e imagen de marca.



ESTE TRAJE TIENE 40 AÑOS.

COMPRA ROPA QUE DURE MÁS QUE LAS MODAS. SÉ MÁS VIEJO.

ADOLFODOMINGUEZ

Impulso de un nuevo diálogo con la sociedad a través de las campañas de comunicación. **Sé Más Viejo.**

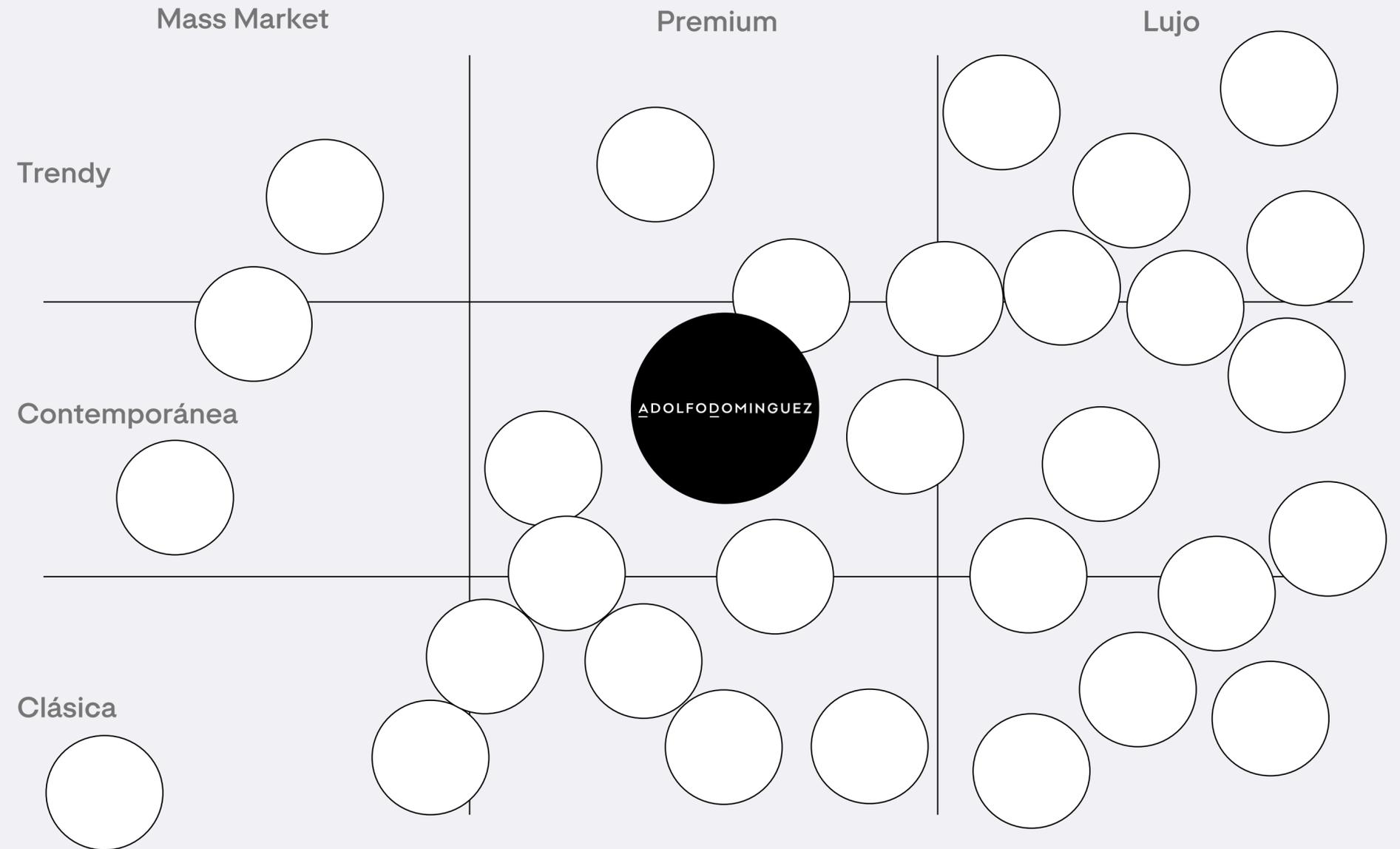
Una marca premium y contemporánea.

Segmento premium

Cliente maduro con alto poder adquisitivo

Diseño a un precio más cómodo

Valora el diseño y la calidad de los productos



Posicionamiento de Adolfo Domínguez entre el resto de marcas de retail

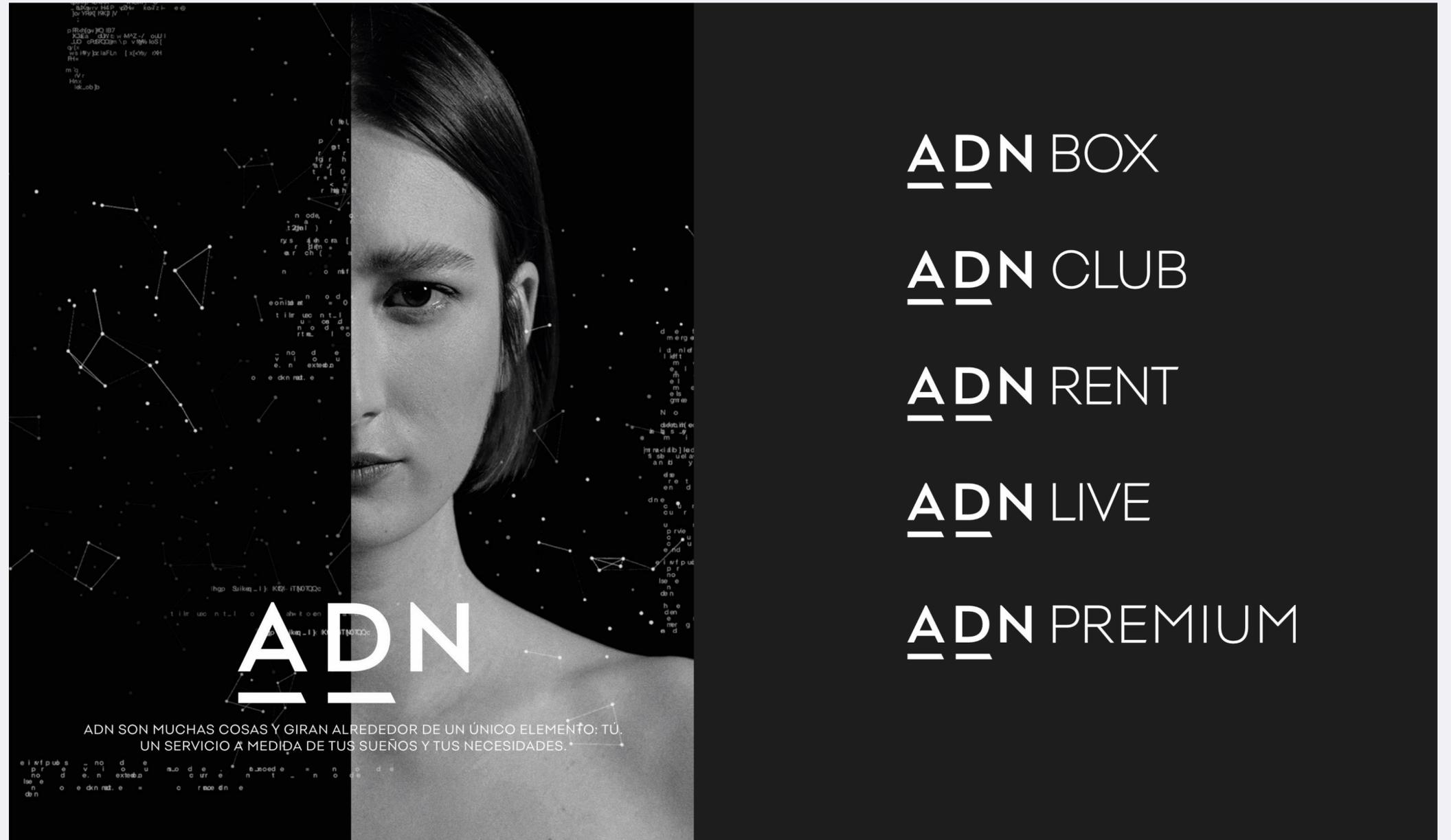
Ecosistema ADN: innovación y nuevos servicios.

Más personalización.

Más engagement.

Más fidelización.

Más clientes.



ADN

ADN SON MUCHAS COSAS Y GIRAN ALREDEDOR DE UN ÚNICO ELEMENTO: TÚ.
UN SERVICIO A MEDIDA DE TUS SUEÑOS Y TUS NECESIDADES.

ADN BOX

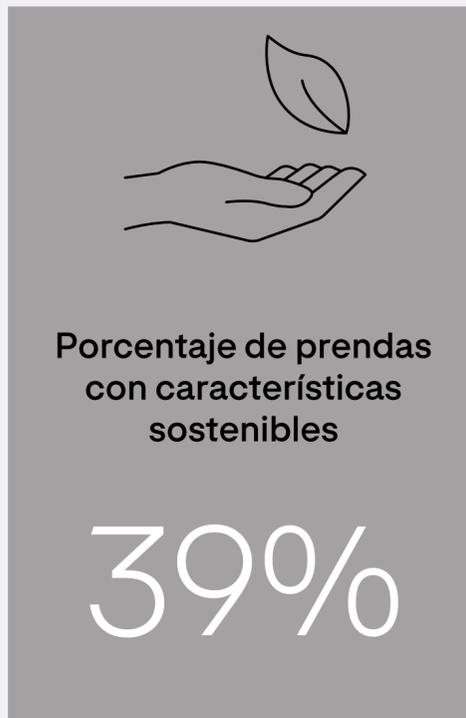
ADN CLUB

ADN RENT

ADN LIVE

ADN PREMIUM

Compromiso con la sostenibilidad: una marca con impacto positivo.



Alianza con Pyratex para incorporar en las colecciones nuevas fibras sostenibles y de producción local.



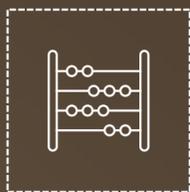
Mejoramos la sostenibilidad de todo nuestro packaging, alcanzamos entre el 90% y el 100% de cartón reciclado y 100% reciclable.

3

Resultados: consolidación y crecimiento



Principales magnitudes financieras 2023/24.



CIFRA DE NEGOCIO

€126,7M

Var. 2022/23: **10,9%**



EBITDA

€17,4M

Var. 2022/23: **30,1%**



EBIT

€3,5M

Var. 2022/23: **16,8%**



RESULTADO NETO

€0,7M

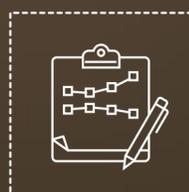
Var. 2022/23: **3,6x**



DFN

€10,9M

Var. 2022/23: **19,4%**



DFN / EBITDA

0,63x

Var. 2022/23: **(0,04) p.**



DFN / PATRIMONIO NETO

0,58x

Var. 2022/23: **0,05 p.**



Capit. bursátil

€50M

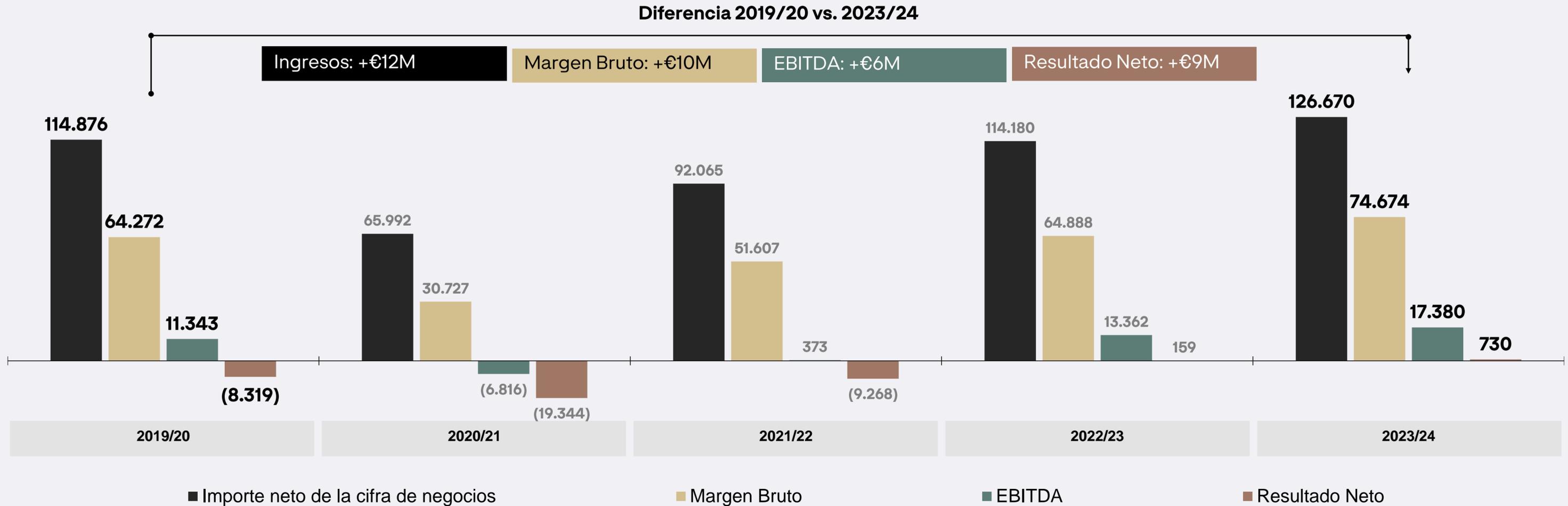
16/05/2024



La firma genera €9M más de beneficio que en 2019/20 con 30 tiendas menos.

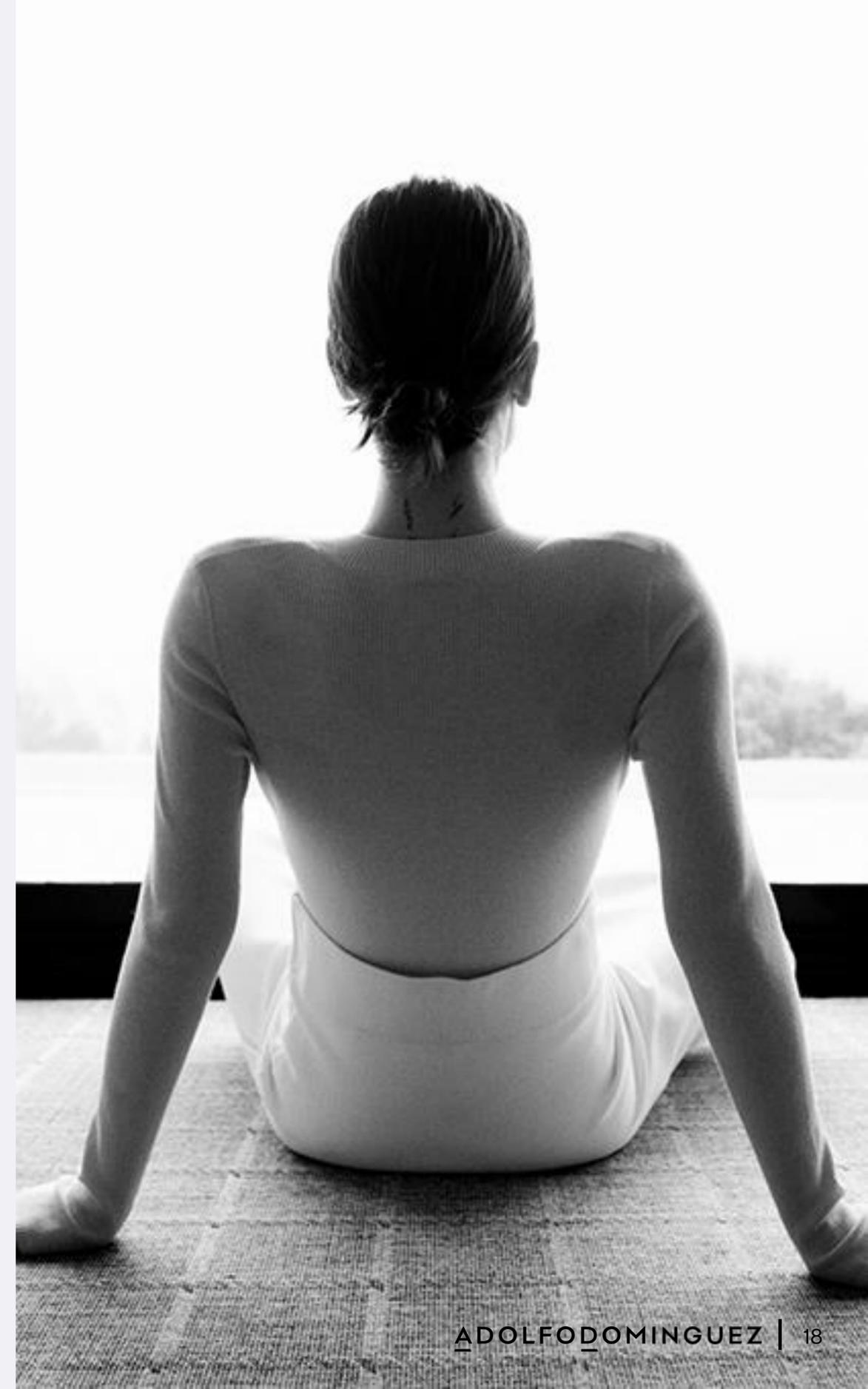
Evolución Ingresos vs Margen Bruto vs EBITDA vs Resultado Neto periodo ejercicios 2019/20 a 2023/24

Cifras expresadas en miles de euros



4

Visión y palancas de crecimiento



Palancas para capturar las nuevas oportunidades de crecimiento.

MARCA



MODELO OPERATIVO

Una empresa a la altura de la marca.



Cada español consume, de media, 34 prendas al año.
Y tira entre 12 y 14 kilos de ropa.

**PIENSA.
LUEGO COMPRA.**

Refuerzo del posicionamiento de marca ante cliente core (presente) y nuevas generaciones (futuro).

Moda de autor conectada con su momento.



Evolución de las colecciones según la esencia de marca, tendencias y nuevos hábitos sociales para apoyar el posicionamiento de la marca.

Inversión en Marketing y Comunicación enfocada hacia el cliente.

Impulso de la estrategia para apoyar el refuerzo del posicionamiento de marca.

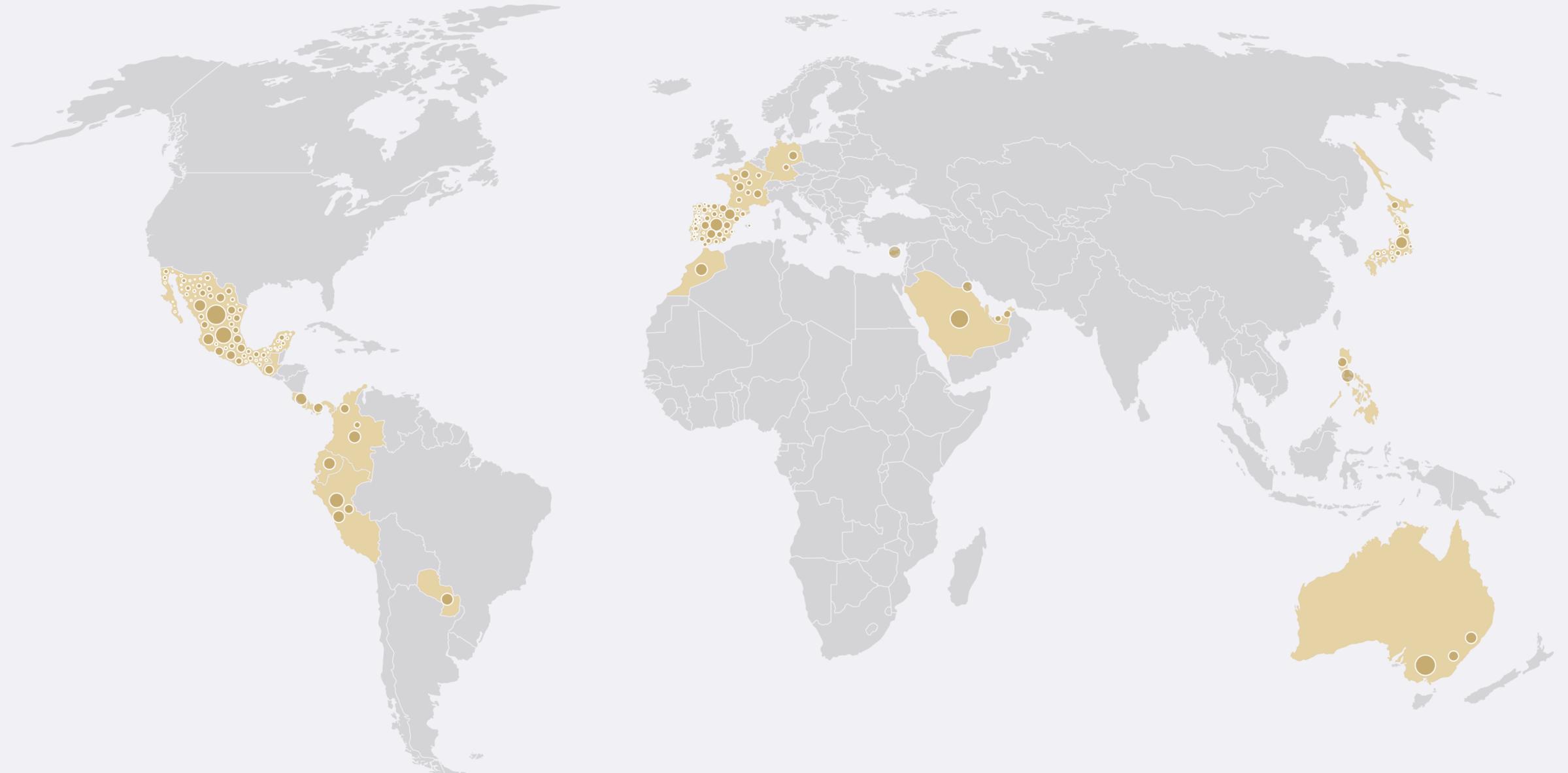
Consolidación del crecimiento del Ecosistema ADN para un mayor engagement y fidelización con la marca.

Potenciar presencia en redes sociales y difusión en canales sociales (social commerce).



Una red comercial optimizada y mejor posicionada.

1. Mejora continua de la optimización de la red comercial (full price y outlet) y tienda online.
2. Impulso presencia mercados maduros afines a la marca y en nuevos mercados con aperturas selectivas.
3. Impulso a la estrategia de omnicanalidad.
4. Internacionalización a través de acuerdos clave.
5. Desarrollo canal online y presencia en marketplaces.
6. Optimización del canal outlet.



Modelo operativo.

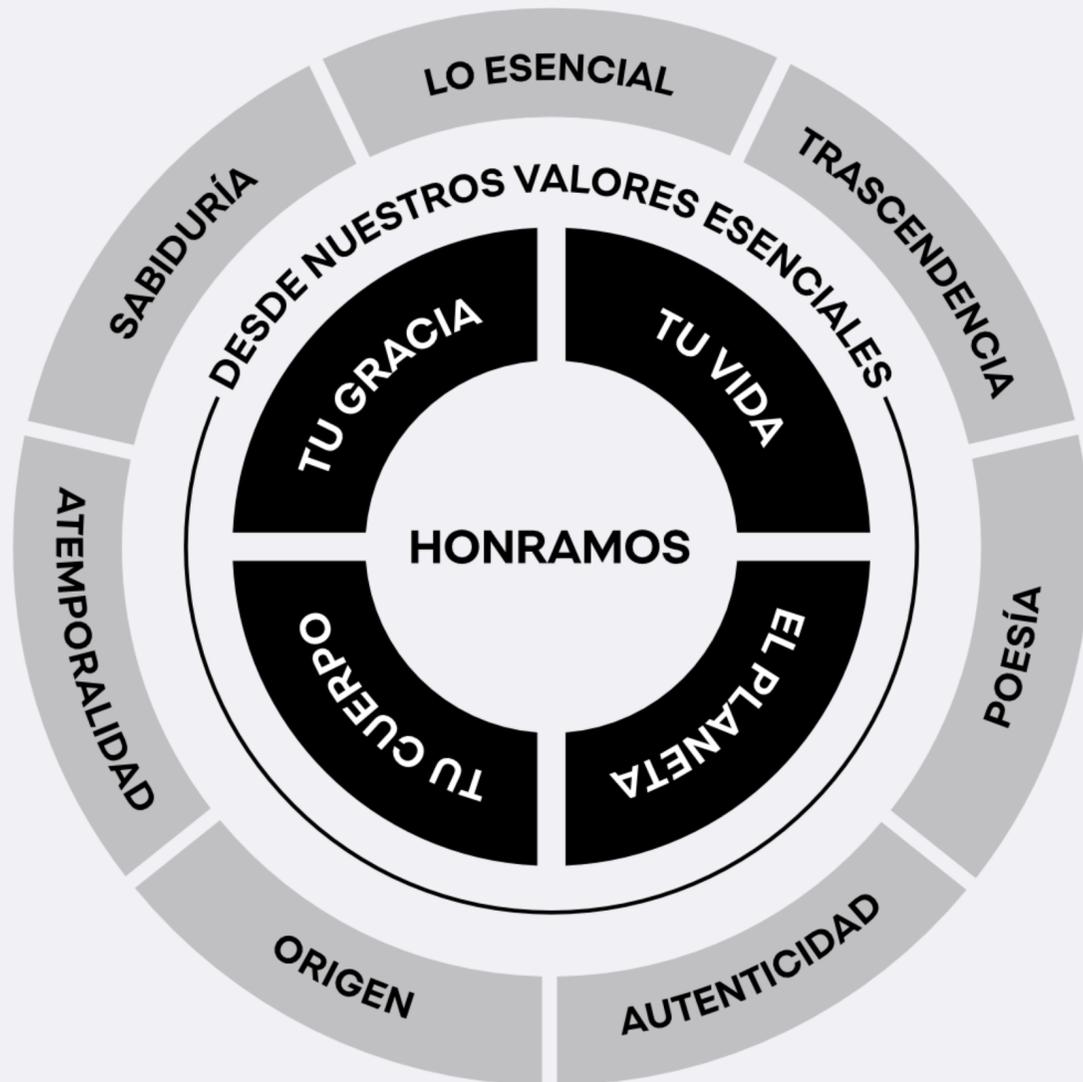
Continuidad de la digitalización de procesos.

Aumento de las eficiencias y sostenibilidad en la cadena de suministro.

Mayor agilidad en toma de decisiones basadas en el análisis de datos.



La sostenibilidad, parte de nuestro ADN.



Área de negocio	Pilar del Plan de Impacto Positivo
Diseño / Producto	1. Materias primas más sostenibles
	2. Durabilidad de las prendas
Cadena de suministro	3. Proveedores aliados en sostenibilidad
	4. Trazabilidad
	5. Eficiencia y circularidad en operaciones internas
	6. Medición de impactos
Gestión	7. Compromiso, rigor y transparencia
Cultura y Talento	8. Gobernanza, integración y cultura de la sostenibilidad
Innovación	9. Redes de colaboración y alianzas para cambios sistémicos
	10. Laboratorio de nuevos modelos de negocio

5

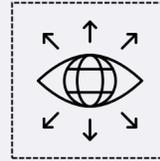
AD como oportunidad de inversión



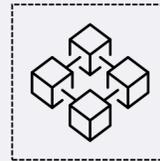
Por qué invertir en Adolfo Domínguez



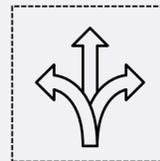
Fase de consolidación finalizada y entrada en un **nuevo ciclo de crecimiento**.



Alto reconocimiento de la propuesta de valor de la **marca** por parte de los clientes a nivel nacional e internacional.



Red comercial mejor **posicionada y optimizada**.



Estrategia **de omnicanalidad exitosa** y con potencial de crecimiento debido a su apuesta por servicios innovadores.



Consolidada experiencia **internacional** y con gran potencial de **crecimiento**.



Elevada capacidad de **generación de efectivo** junto con una sólida posición financiera neta.



Innovación tecnológica para un mejor servicio al cliente.



Bien posicionados en compromiso con la **sostenibilidad**.

Contacto

relacion.inversores@adolfodominguez.com

+34 988 398 705 (08:00 a 16:15)

