

ADOLFODOMINGUEZ

Presentación de Resultados 2025/2026

MAR 2025 – FEB 2026

Mejora de todas las líneas de márgenes

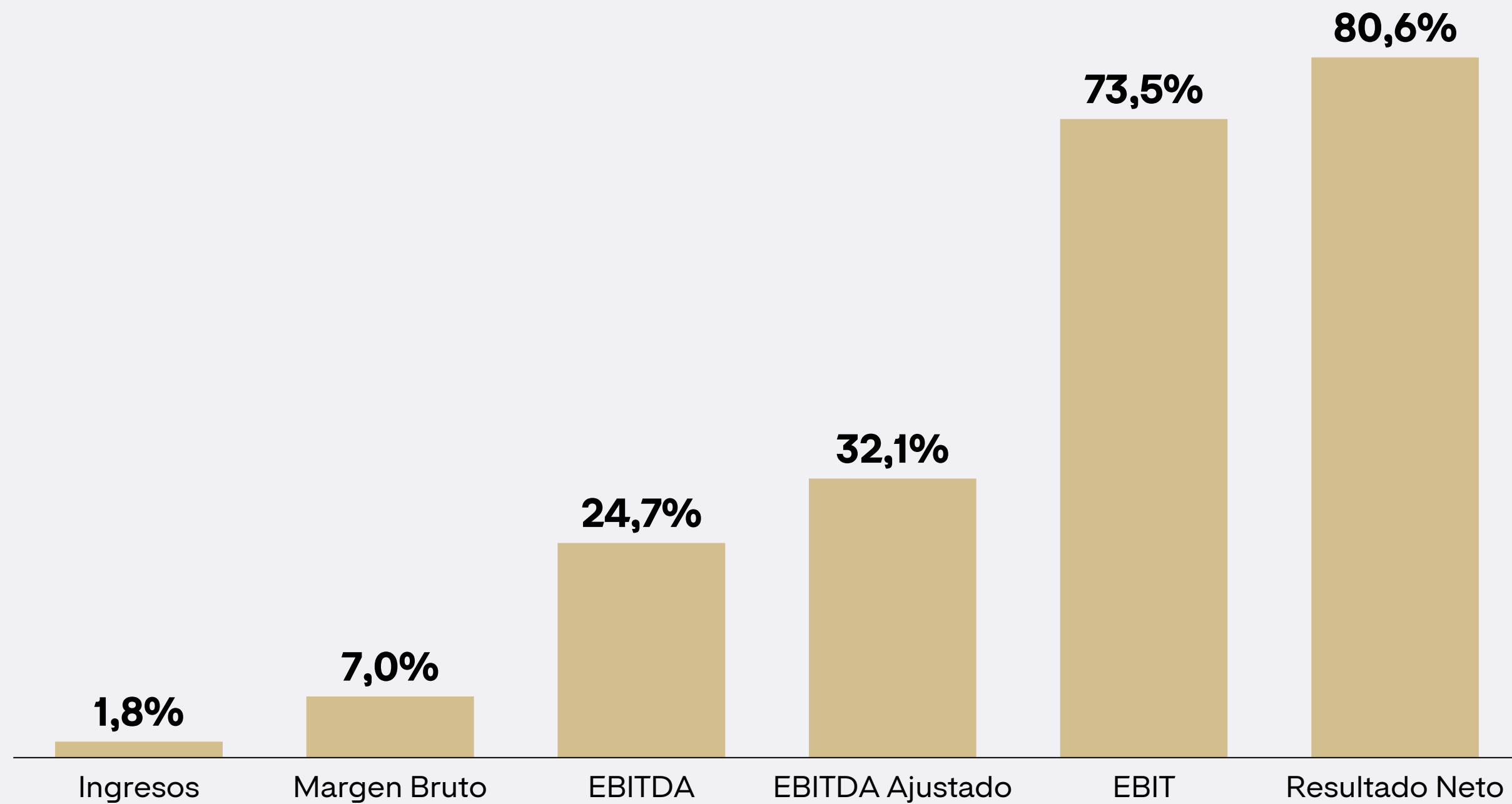
- ✓ Las ventas crecen un +1,8% (3,5% en términos comparables y sin efecto tipo de cambio).
- ✓ El margen bruto alcanza el 59%, +3 puntos porcentuales respecto al año anterior.
- ✓ El EBITDA Ajustado aumenta un 32% y supone ya un 16% de los ingresos.
- ✓ El FCF* alcanza €7,2M, lo que supone un crecimiento de €5,8M respecto a 2024.
- ✓ Reducción de la huella de carbono en todos los alcances 1, 2 y 3 del 13,6%.

* Sin efecto NIIF 16.

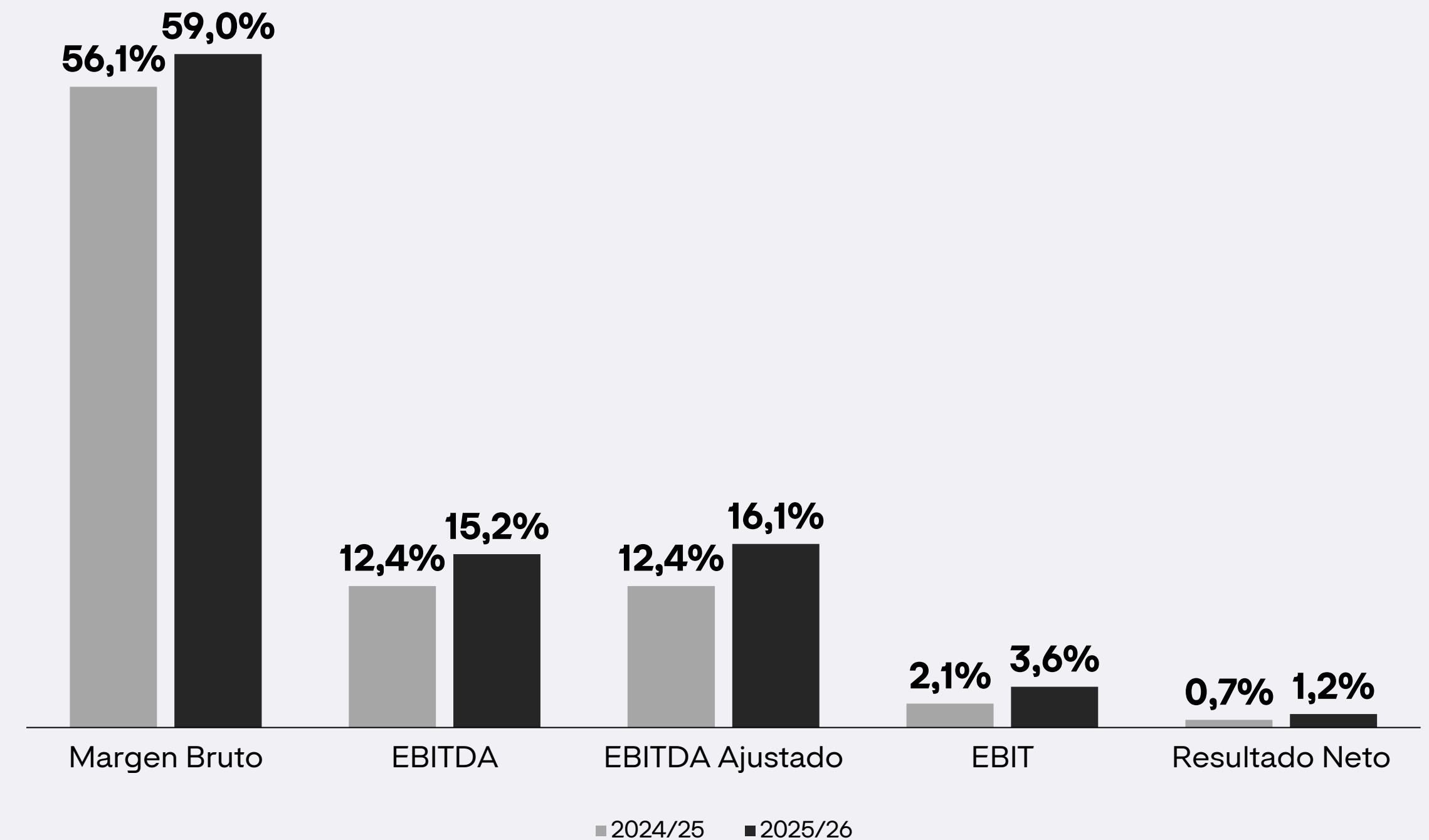


El crecimiento orgánico y las medidas de gestión se traducen en crecimientos progresivos de las diferentes líneas de márgenes

% Crecimiento principales magnitudes
2025/26 vs 2024/25

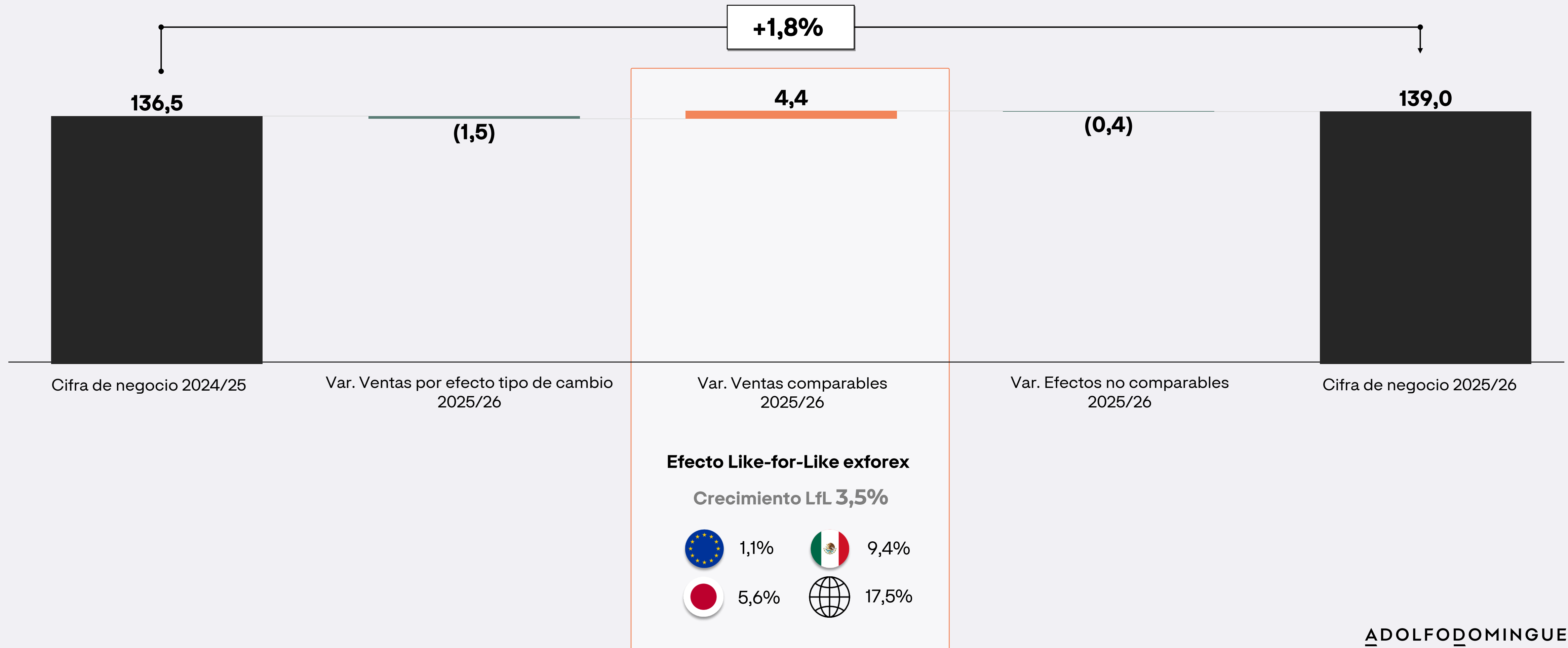


Evolución de los márgenes sobre ingresos
2024/25 - 2025/26 (% sobre ventas)



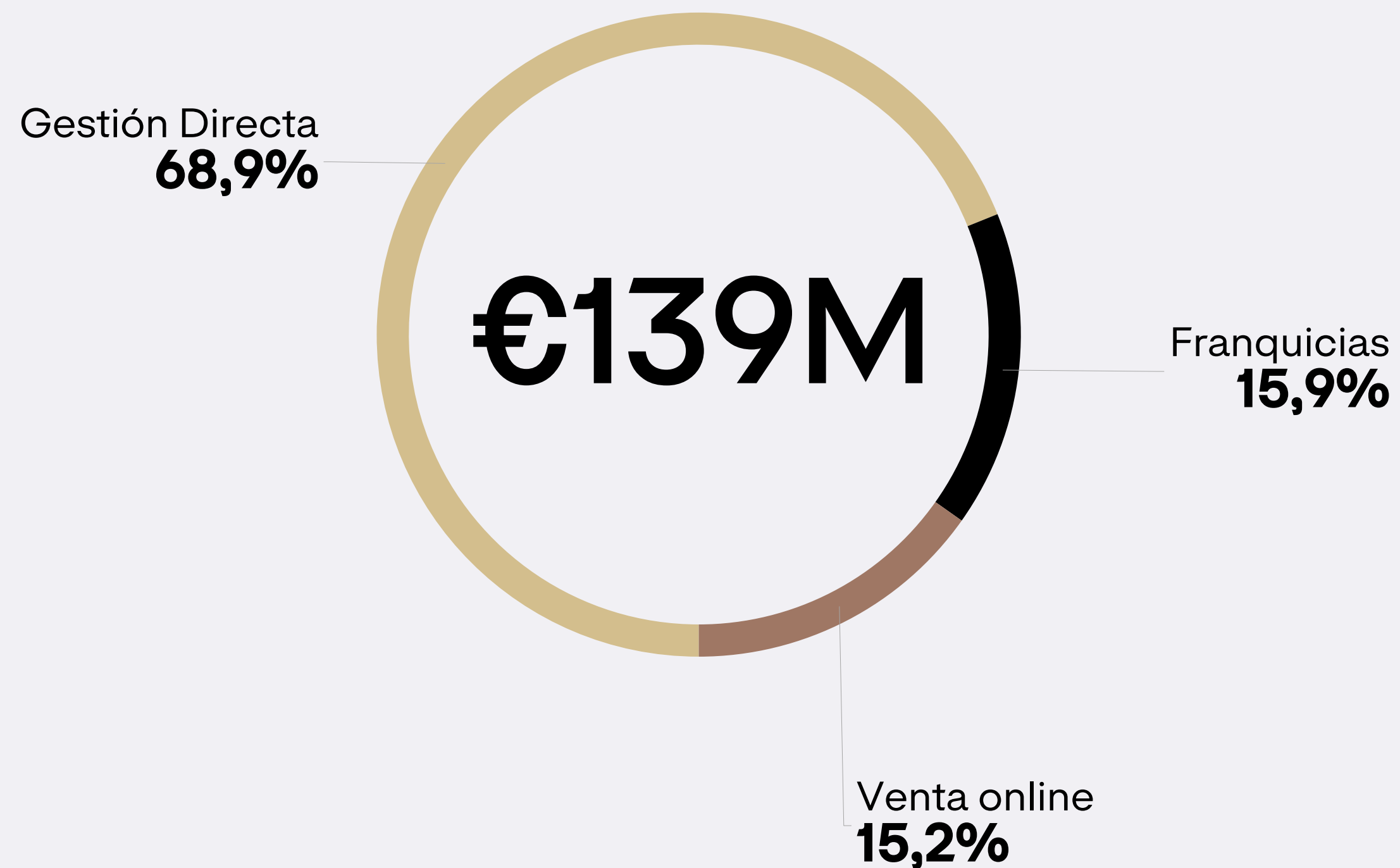
Continúa el crecimiento orgánico comparable en todos los mercados geográficos...

Evolución de ingresos 2025/26 (€M)



... y en las tres principales categorías de puntos de venta de la red de distribución

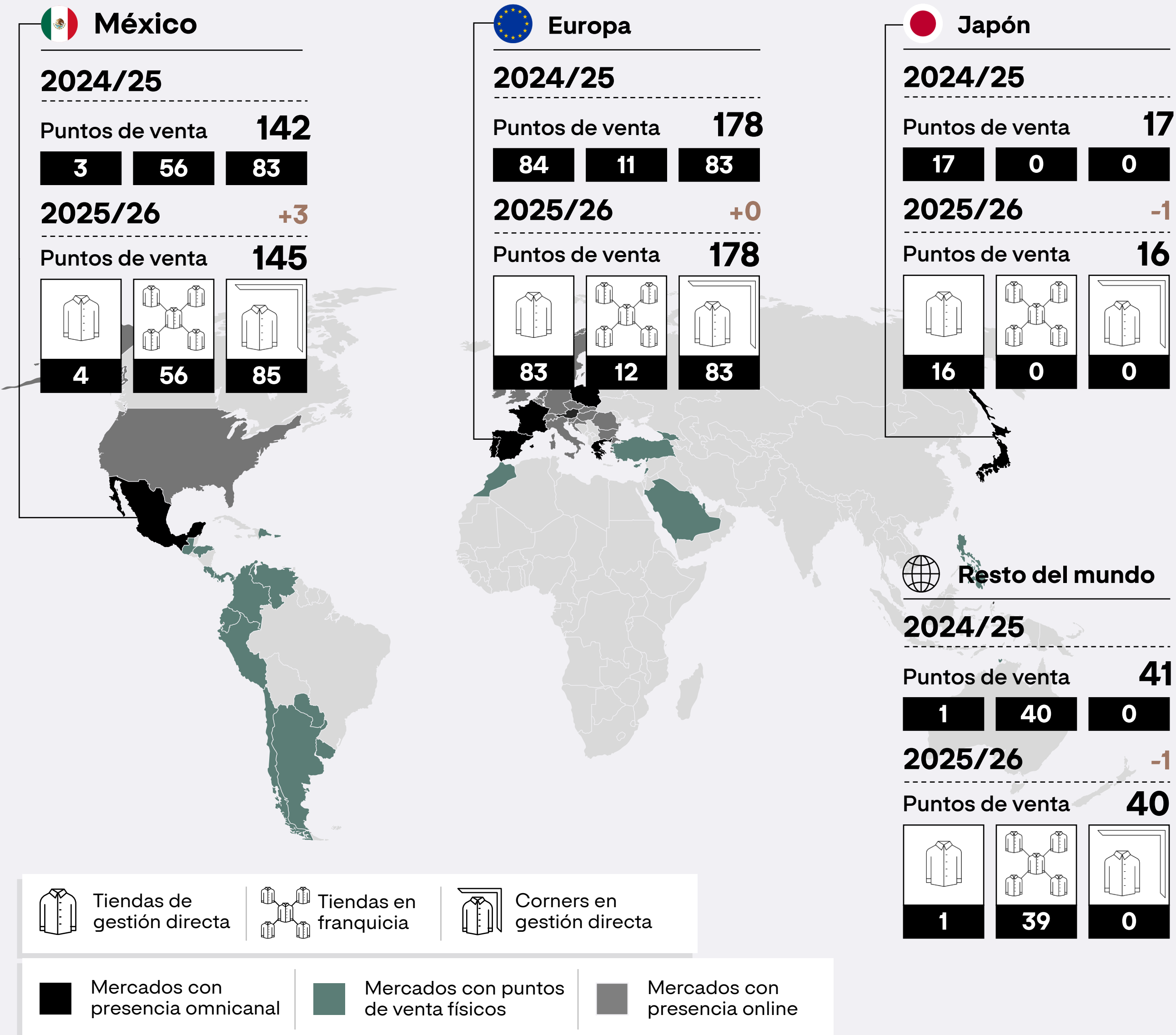
Distribución de ingresos por canales de distribución 2025/26



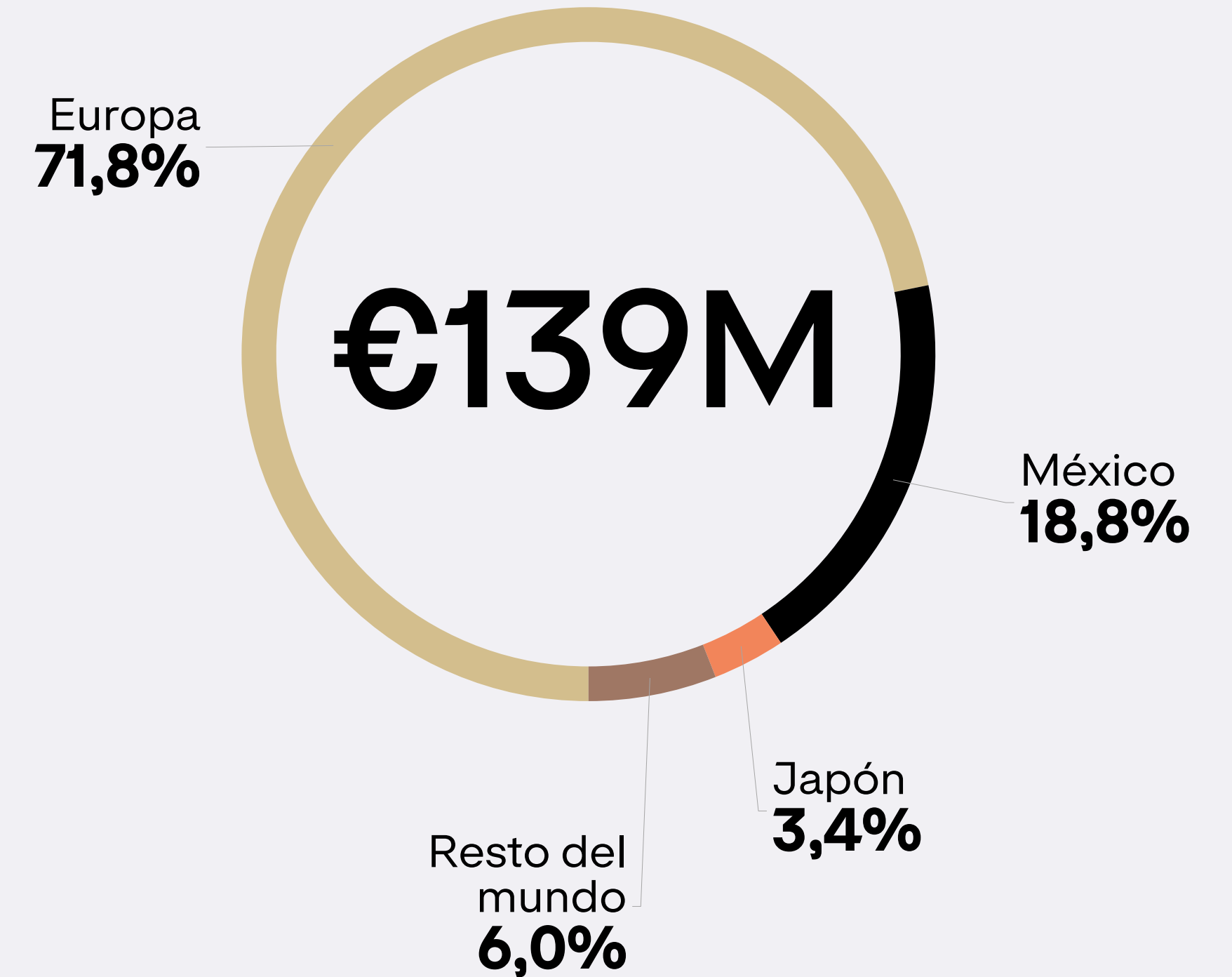
Efecto Like-for-Like exforex

Crecimiento LfL		3,5%
	Gestión directa	1,4%
	Full price	3,6%
	Factory	(3,5%)
	Franquicias	9,4%
	Venta online	7,2%

Red de Distribución y zonas premium: por tipo de canal y geografías

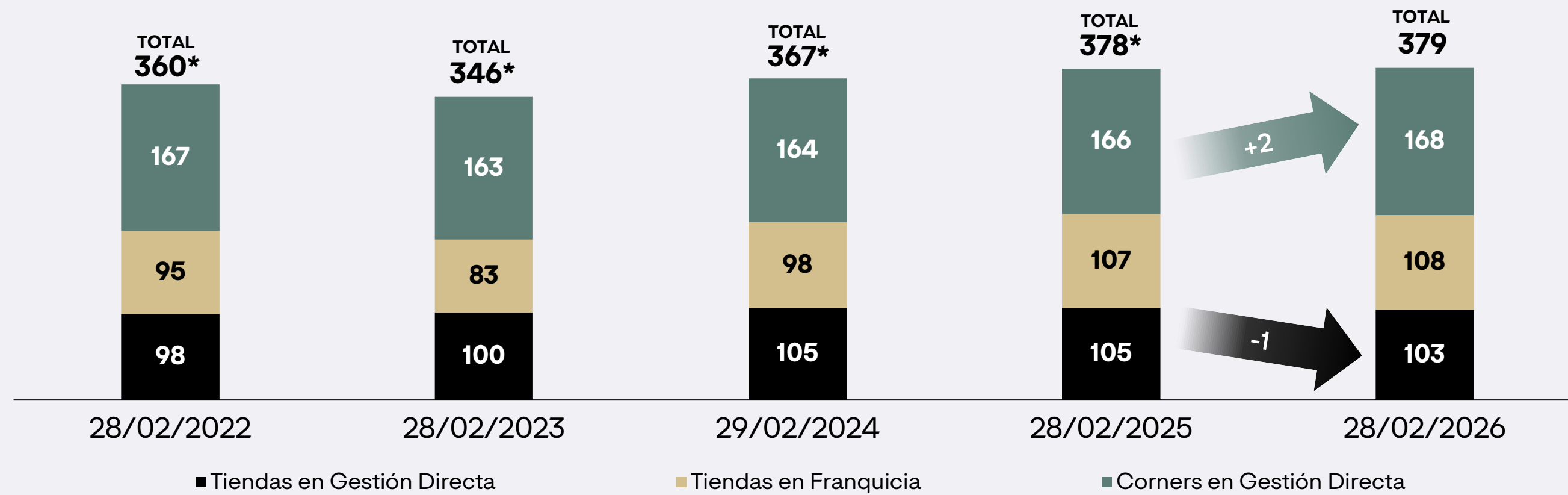


Distribución ingresos por mercados geográficos 2025/26

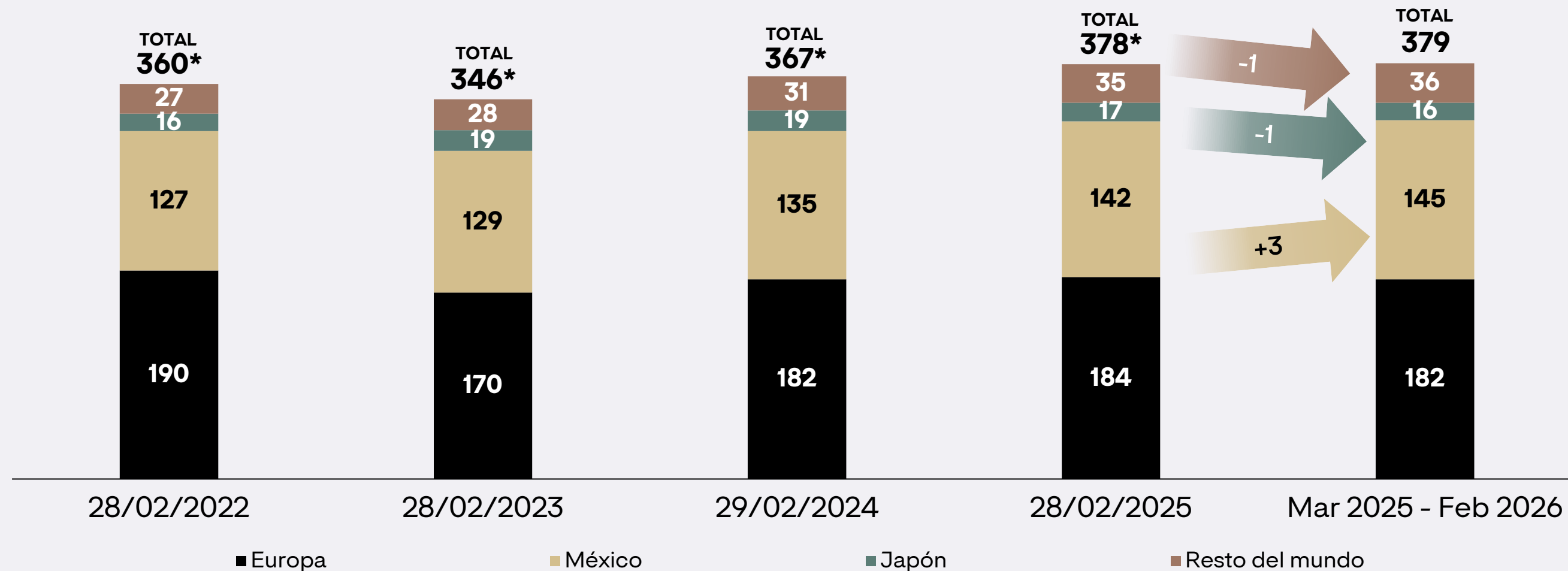


Gestión activa de la red de distribución con un efecto neto de 1 tienda más en zonas de mayor eficiencia

Evolución anual puntos de venta por categoría (uds.)



Evolución anual puntos de venta por mercados geográficos (uds.)



Total puntos de venta

379

Aperturas

13

Cierres

12

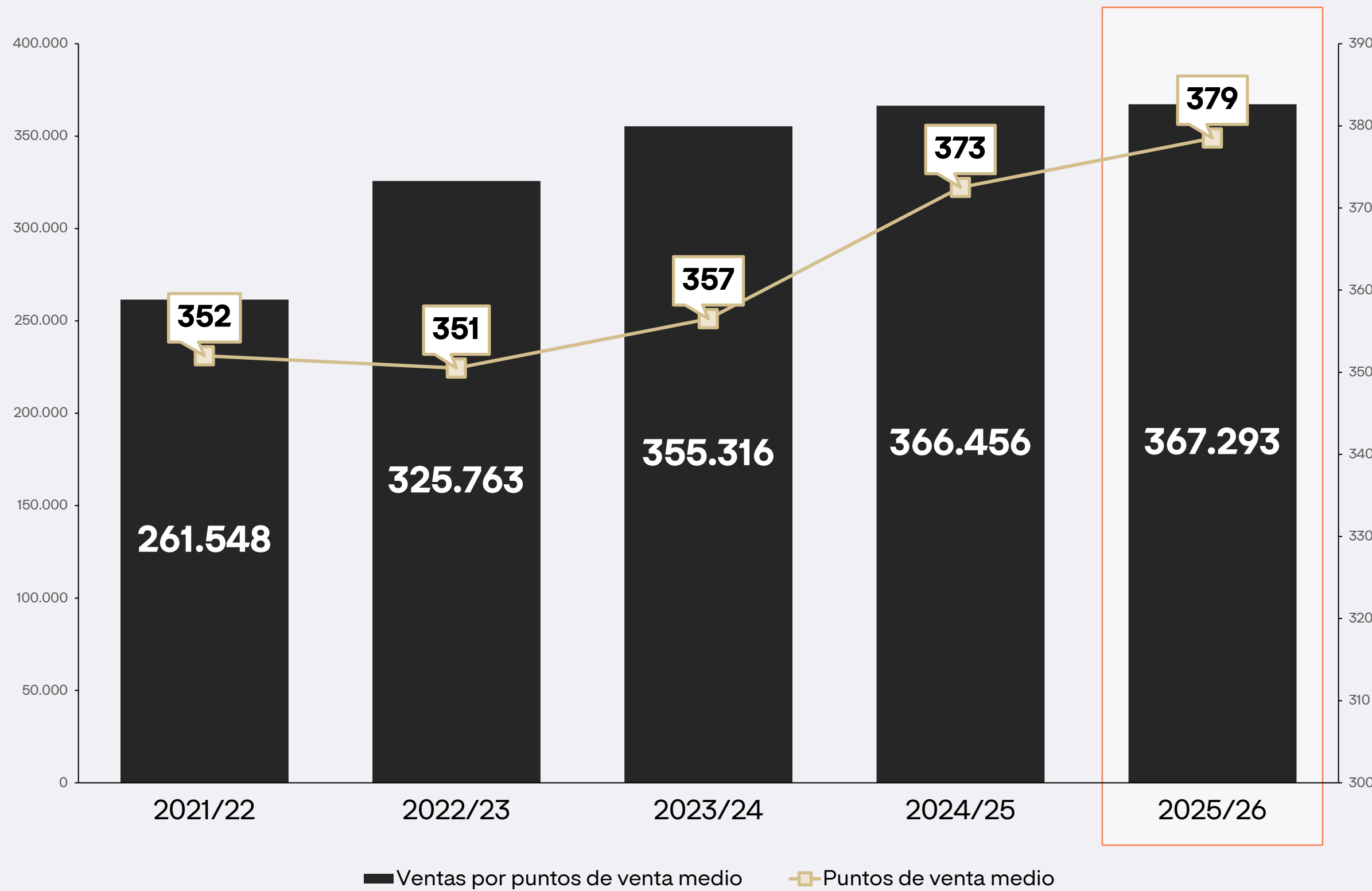
Tiendas de gestión directa

72%

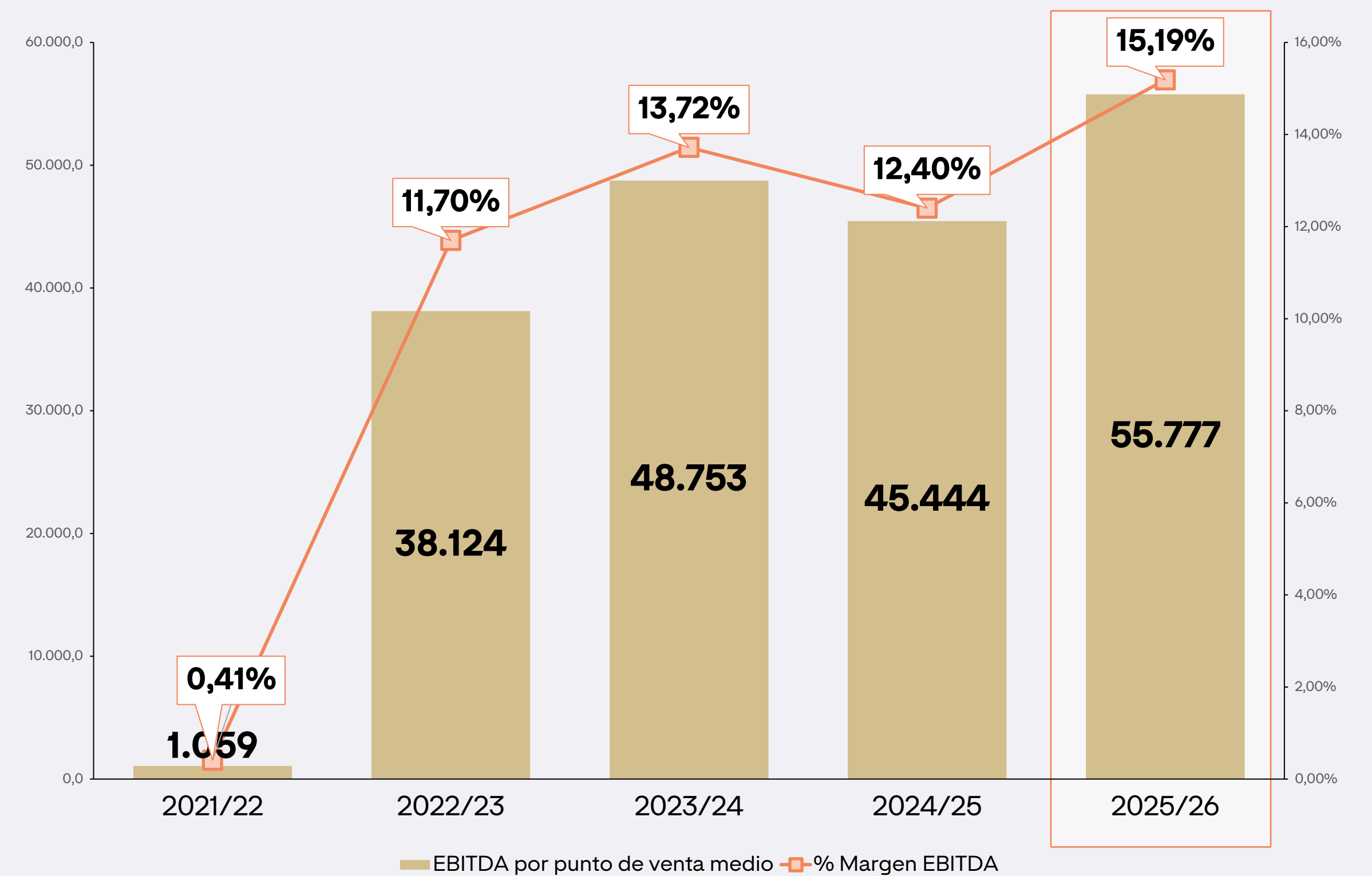
* Se corrigen las tiendas transferidas en la serie histórica.

La estrategia de reposicionamiento de los puntos de venta obtiene mayor rentabilidad

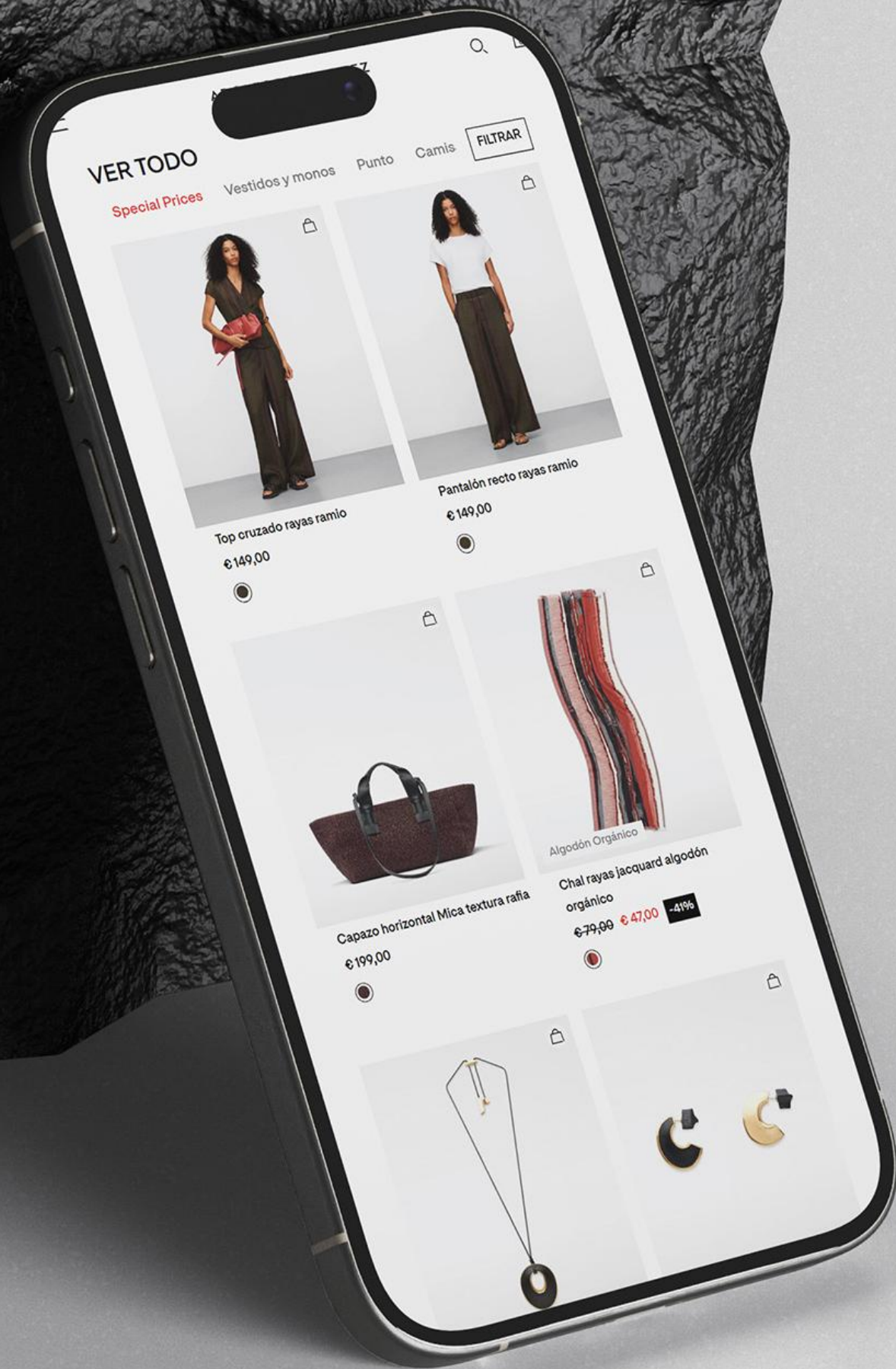
Evolución puntos de venta medio¹ (uds.) y ventas por puntos de venta medio (€)



Evolución de EBITDA por punto de venta medio (€) y Margen EBITDA (%)

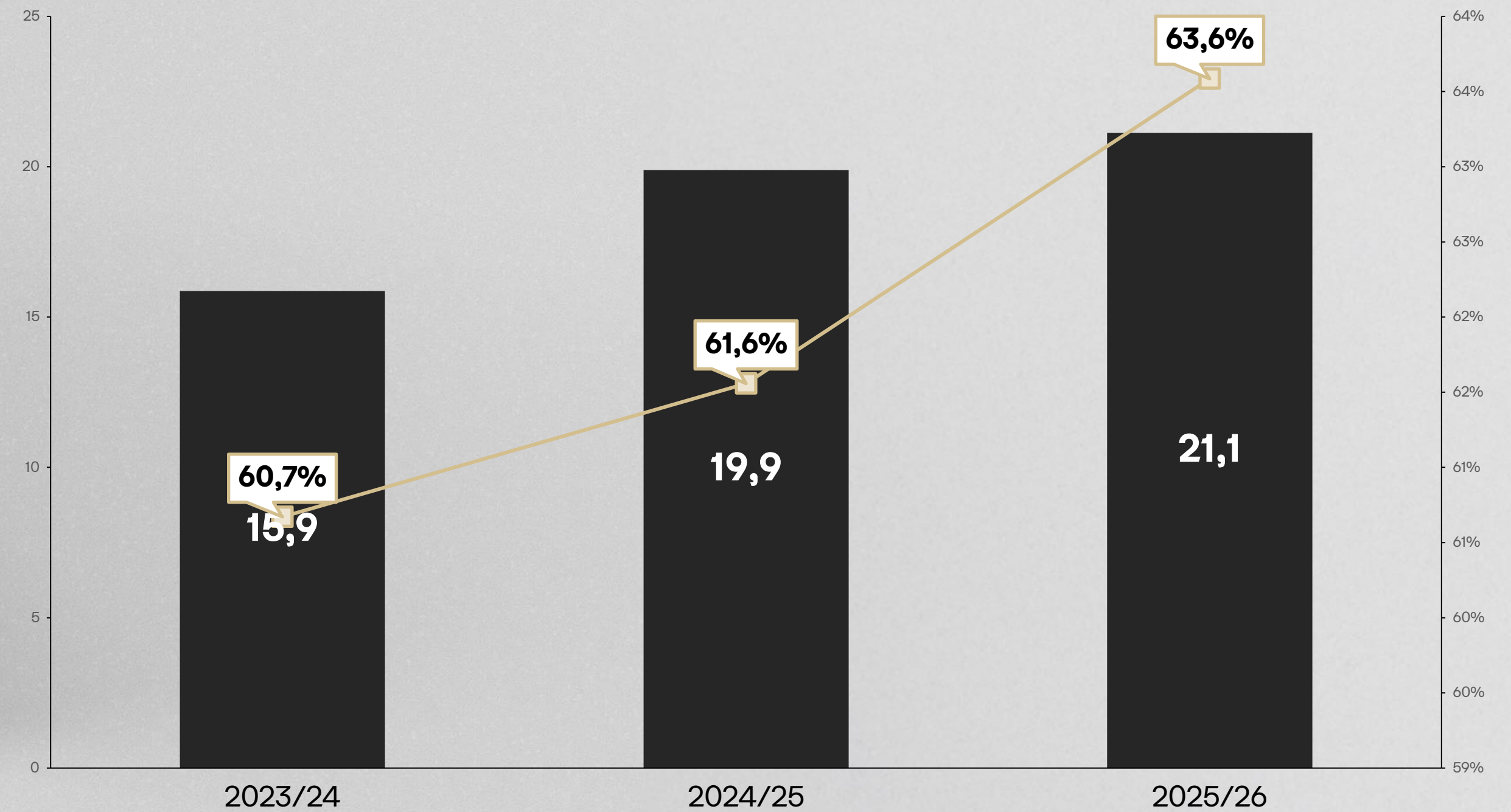


1. La compañía ha reorganizado la clasificación de sus puntos de venta online internacionales (6), transfiriéndolos a sus filiales correspondientes.



El canal online continúa creciendo y aumentando su participación en el total de ingresos

Evolución anual ventas online (€M) y Margen sobre ventas (%)



Porcentaje sobre el total

12,5%

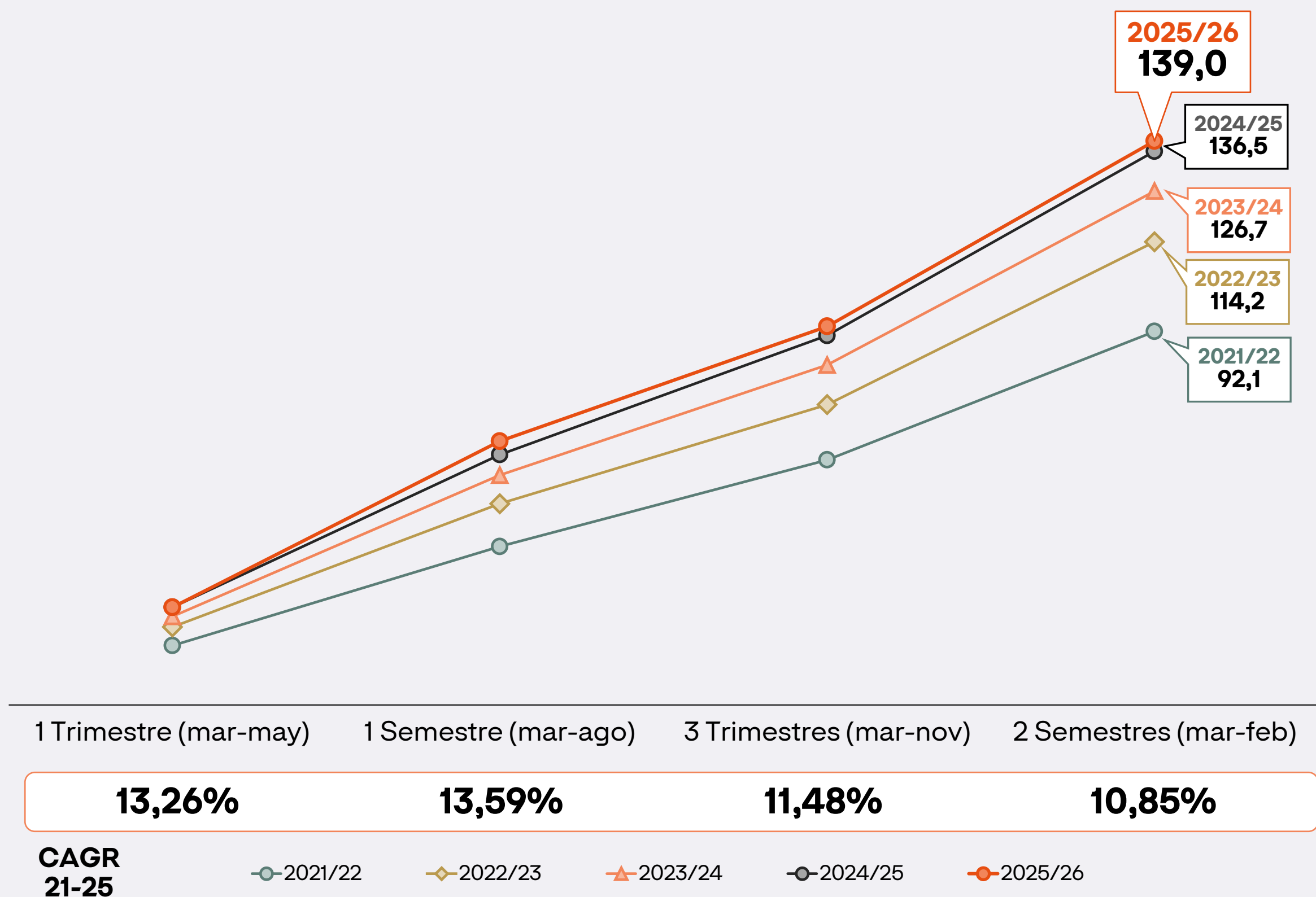
14,6%

15,2%

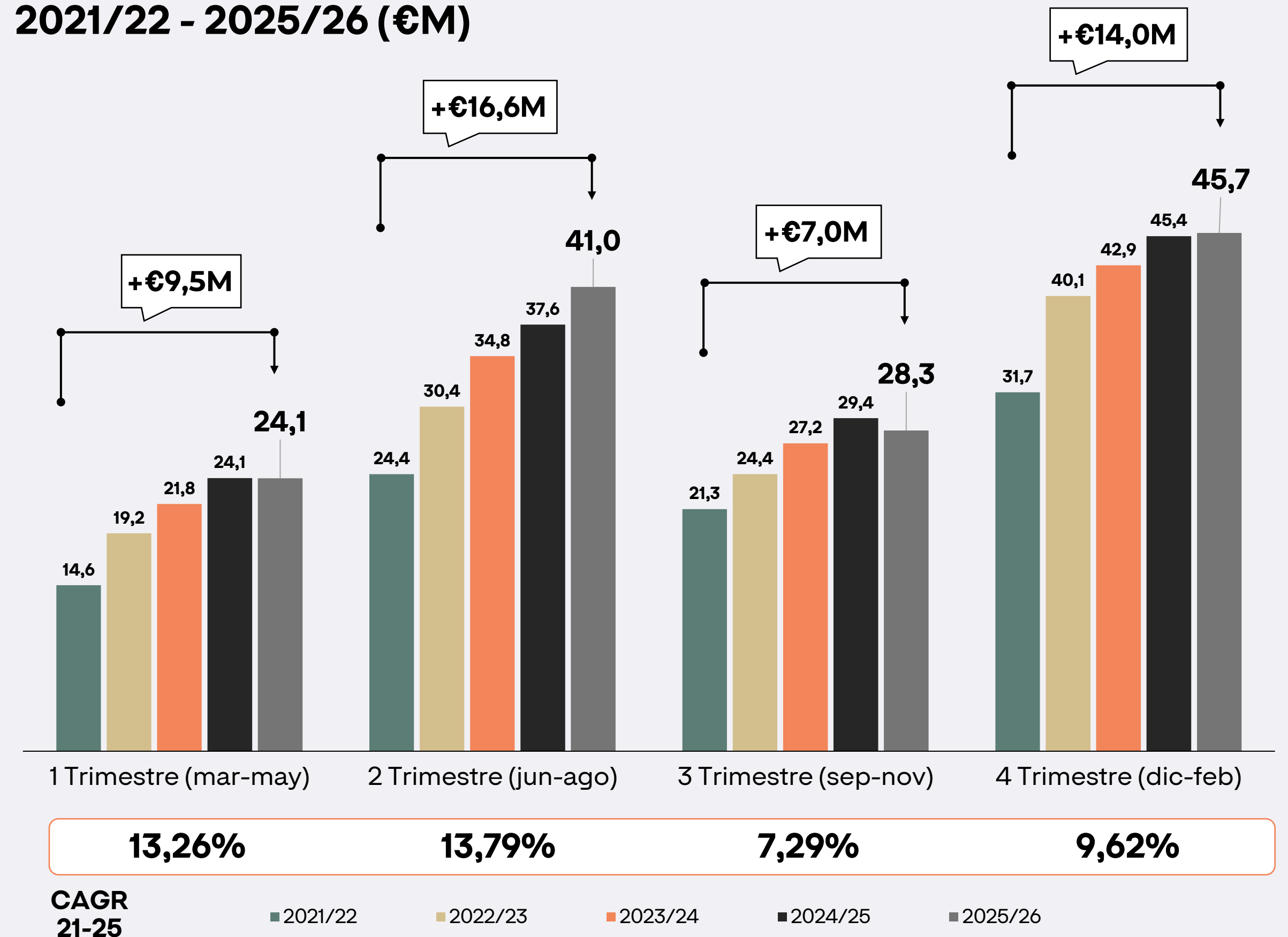
■ Ventas online □ % Margen sobre ventas

Aumento interanual de las ventas en todos los trimestres de manera sostenida desde 2020/21

Evolución de ventas trimestrales acumuladas
2021/22 - 2025/26 (€M)

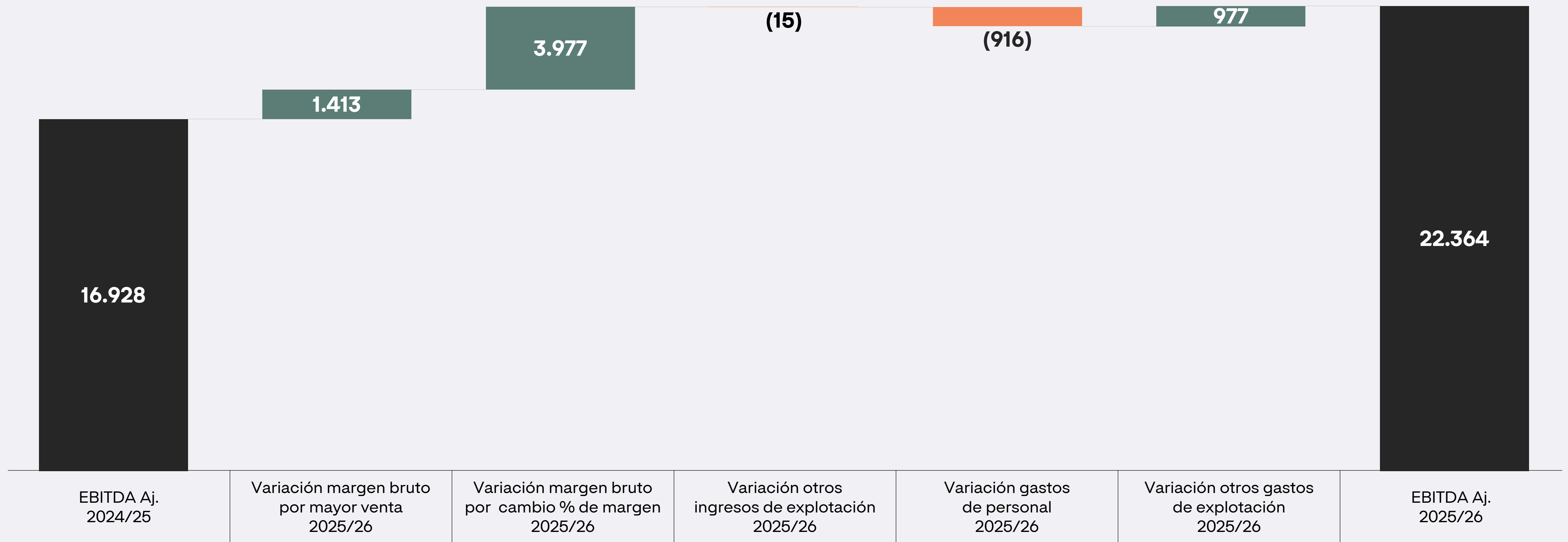


Evolución de ventas trimestrales
2021/22 - 2025/26 (€M)



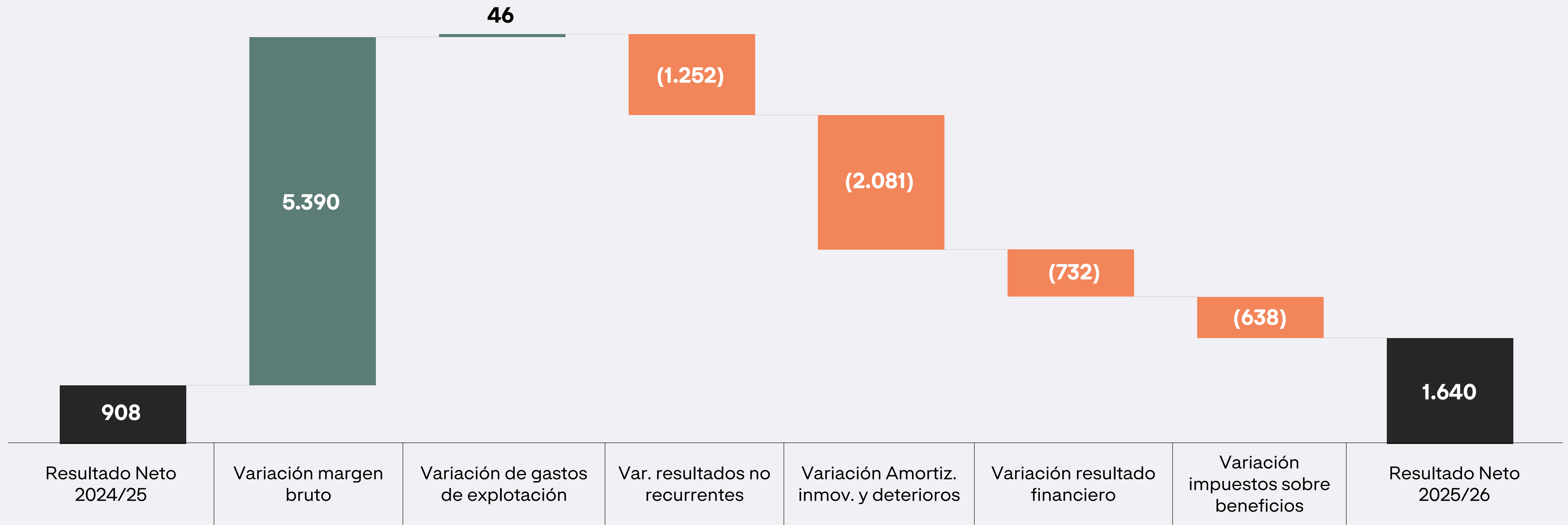
Mejora del margen de EBITDA Ajustado por efecto combinado de mejora del margen bruto y mayor control del Opex

Evolución de EBITDA Ajustado 2024/25 a 2025/26 (€K)



Crecimiento del resultado neto como consecuencia de la gestión operativa y financiera

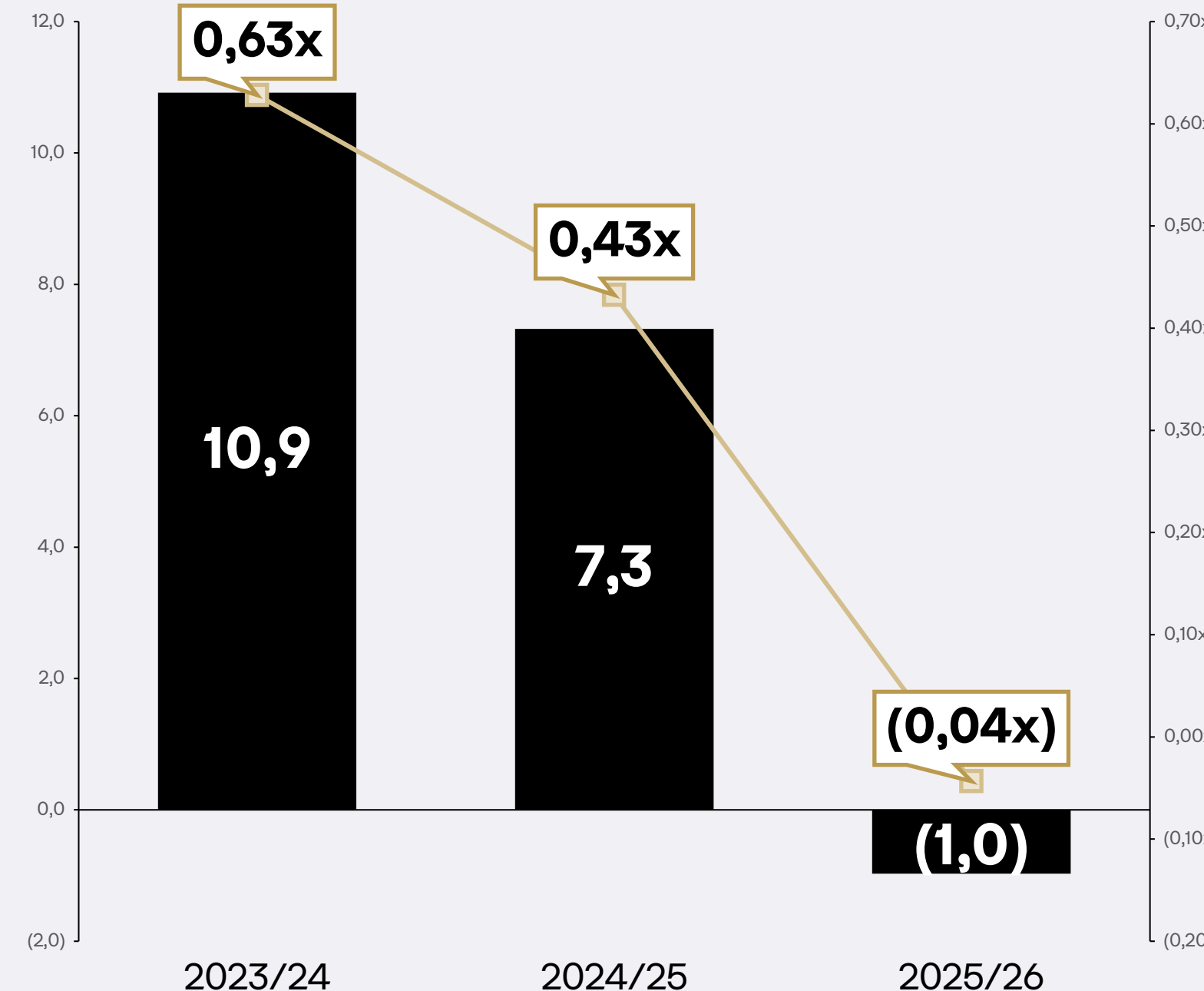
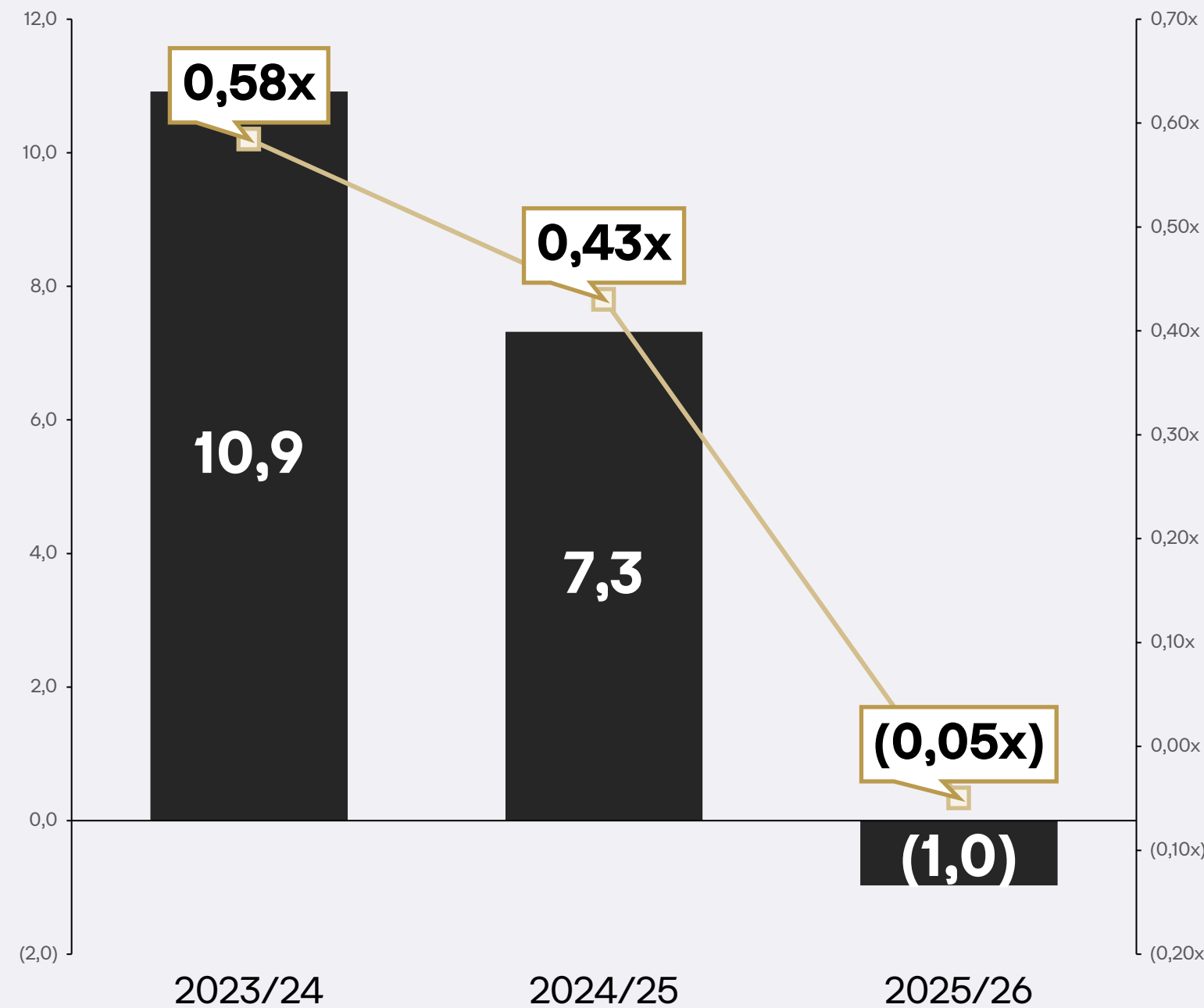
Evolución de Resultado Neto 2024/25 a 2025/26 (€K)



Hacia un modelo de financiación bancaria con un equilibrio entre corto y largo plazo

Evolución Deuda Financiera Neta¹ (€M)
vs DFN/Recursos Propios (x)

Evolución Deuda Financiera Neta¹ (€M)
vs DFN/EBITDA Ajustado² (x)



Patrimonio
neto total
73,0%



Deudas con
entidades
de crédito a
corto plazo
27,0%

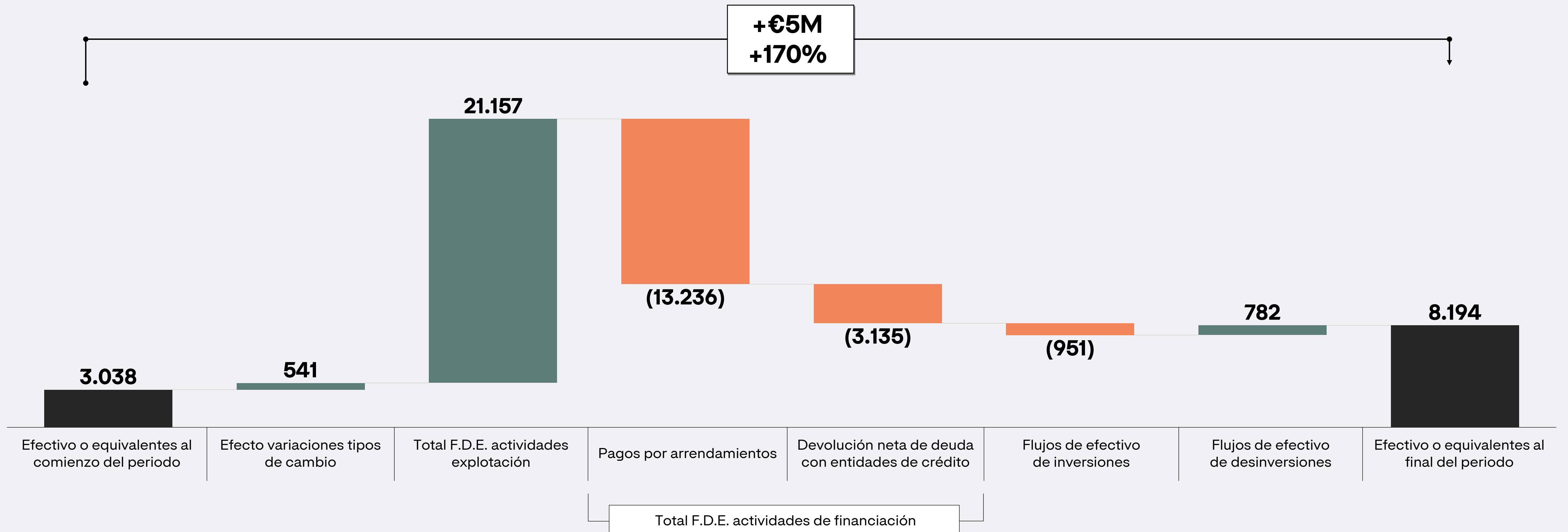
■ Deuda Financiera Neta¹
□ Deuda Financiera Neta/Recursos Propios

■ Deuda Financiera Neta
□ Deuda Financiera Neta/EBITDA Ajustado

1. Deuda Financiera Neta no incluye pasivo por arrendamiento.
2. EBITDA Ajustado no incluye efecto por reversion de NIIF16.

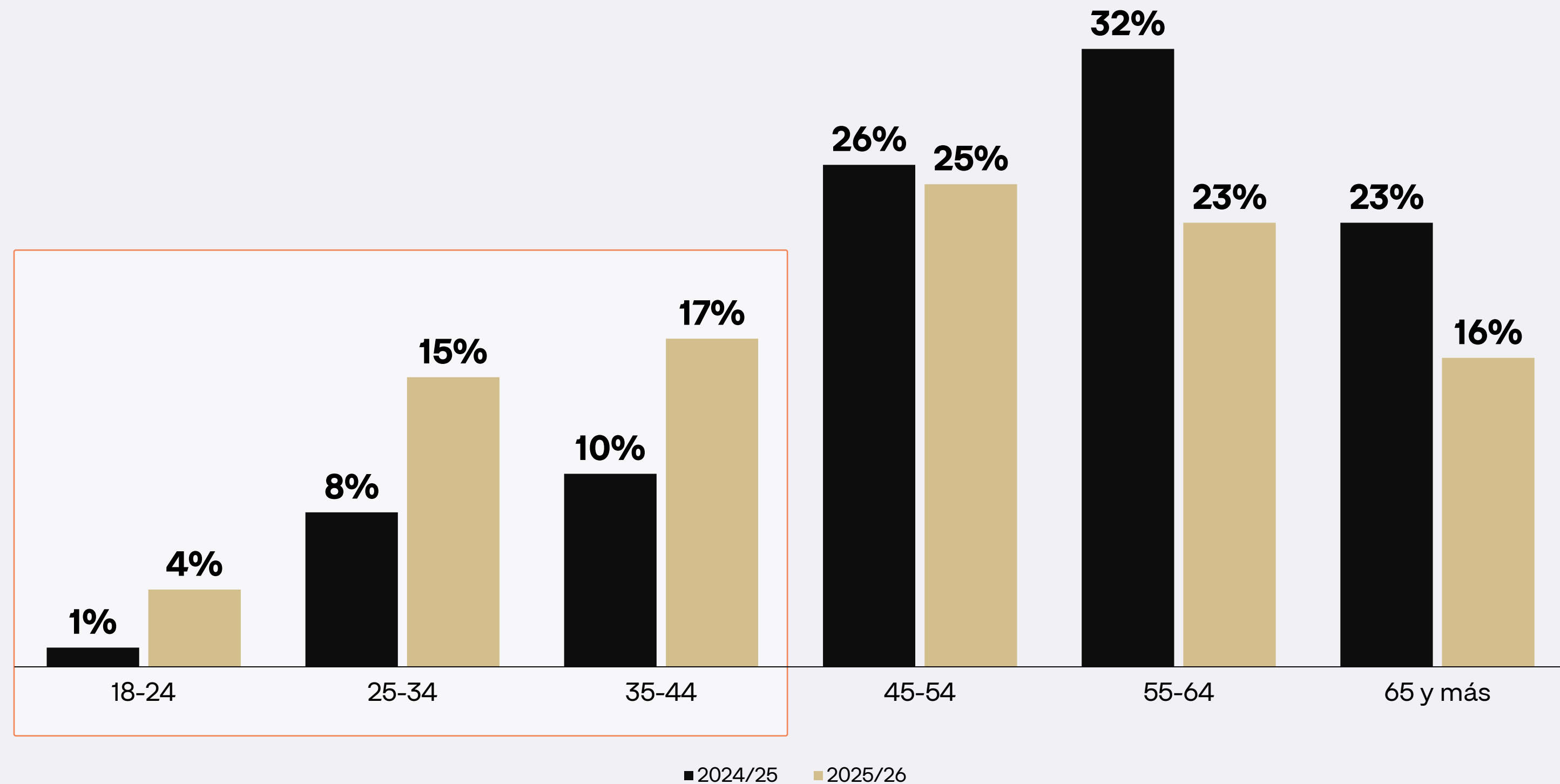
Fuerte generación de caja por crecimiento de los flujos de operaciones con favorable gestión del capital circulante

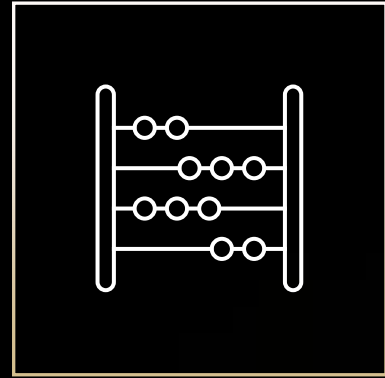
Generación de Cash Flow en 2025/26 (€K)



Se duplica el volumen de nuevos clientes entre 18 y 44 años, que representan un 36% del total

Distribución de nuevos clientes por franja de edad
2024/25 – 2025/26 (%)

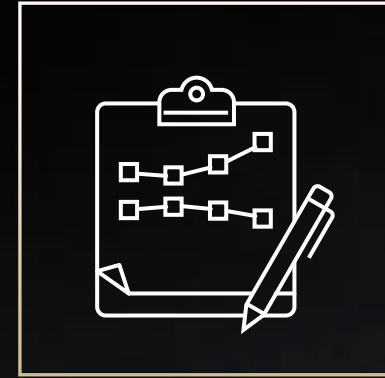




CIFRA DE NEGOCIO



VENTAS COMPARABLES (exforex)



MARGEN BRUTO



EBITDA AJUSTADO*



RESULTADO NETO

Variación

€139,0M

Var. 2024/25:
1,8%

+€4,4M

Var. 2024/25:
3,5%

59%

Var. 2024/25:
+3 p.p.

€22,4M

Var. 2024/25:
32,1%

€1,6M

Var. 2024/25:
80,6%

Mejora del crecimiento y la rentabilidad en todos los mercados y líneas de producto

Resultados positivos de medidas de gestión que afectan a compras, logística y Opex

Mejora de todas las líneas de márgenes y en dirección ascendente

Crecimiento de la caja y deuda neta positiva

* EBITDA Ajustado no incluye efecto por reversion de NIIF 16.

Prioridades estratégicas 2026/29

1



Habitar el espacio premium

2



Crecimiento del
Margen Bruto

3



Internacionalización
selectiva

4

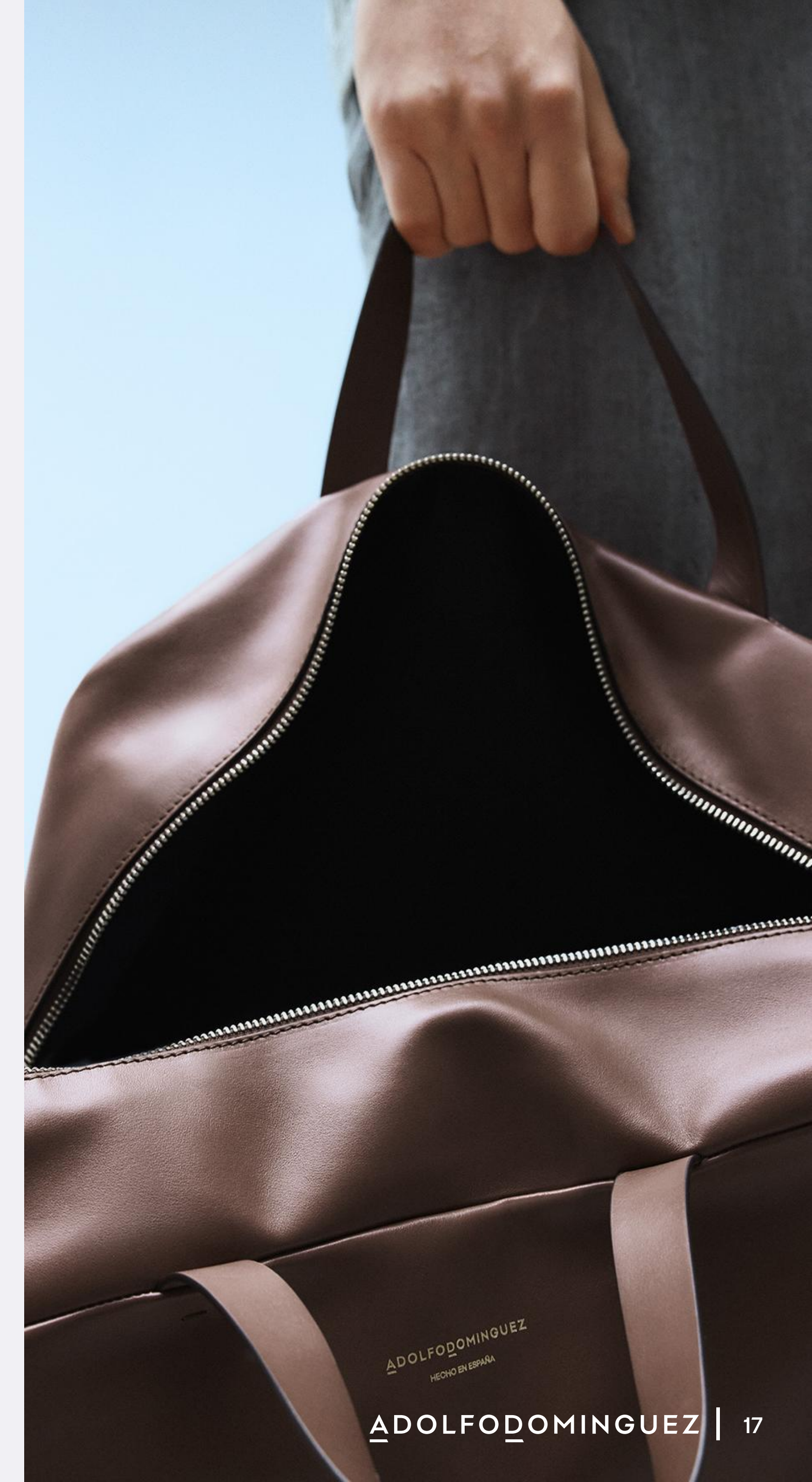


Más eficiencia
operativa

5



Consolidar una estructura financiera a largo plazo



Q&A


Contacto

relacion.inversores@adolfodominguez.com

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

Páginas y canales para Accionistas e Inversores:

 adz.adolfodominguez.com

 www.linkedin.com/company/adolfo-domínguez-relaciones-con-inversores

