

MANGO

Mango crece en Italia con la absorción de siete tiendas en las principales estaciones de tren y cuatro nuevas aperturas hasta final de año



Tienda de Mango reabierta el pasado fin de semana en la estación de Santa Maria Novella, Florencia

MANGO

- La compañía ha firmado un acuerdo con el grupo italiano Retail Group Spa para integrar como propias siete tiendas hasta ahora franquiciadas situadas en las principales estaciones de tren del país.
- Adicionalmente, Mango prevé la inauguración de cuatro nuevos puntos de venta hasta final de año, entre los que se incluye una tienda en el centro comercial Romaest.
- Con estas incorporaciones, en 2022 Mango ampliará su presencia en Italia hasta alcanzar cerca de 80 puntos de venta.

BARCELONA,

18 DE OCTUBRE DE 2022

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, ha sellado un acuerdo con Retail Group, empresa del grupo italiano Grandi Stazioni Retail que opera más de 30 puntos de venta en las mayores estaciones ferroviarias del país, para absorber siete tiendas de Mango hasta ahora franquiciadas.

El contrato, suscrito el pasado 10 de octubre, permite a la compañía de moda pasar a controlar de forma directa las siete tiendas, que reabrieron el pasado fin de semana como tiendas propias. En concreto, las tiendas absorbidas se encuentran situadas en las estaciones de tren de Torino, Milán, Venecia, Florencia, Roma Termini y Roma Tiburtina y Nápoles, por las que pasan cada año millones de pasajeros.

Las nuevas tiendas propias de Mango están dedicadas exclusivamente a la colección de la línea Woman y cuentan con una superficie de venta entre 150 metros cuadrados y 350 metros cuadrados, según el tamaño de la ciudad y la afluencia de pasajeros de la estación.

“El acuerdo firmado con Retail Group representa un paso adelante en el plan de expansión que Mango está desarrollando para consolidar su marca en Italia y en nuestros objetivos estratégicos de crecimiento internacional. Italia es uno de los mercados más importantes para nosotros y para la industria de la moda en todo el mundo, y queremos que Mango tenga una presencia significativa en el país”, explica Daniel López, director de expansión de Mango.

En el marco de su expansión en Italia, la compañía prevé la apertura de cuatro nuevos puntos de venta adicionales hasta final de año, con los que conseguirá alcanzar cerca de 80 puntos de venta a cierre de 2022, combinando la presencia en los principales centros comerciales con espacios a pie de calle.

En concreto, Mango prevé la inauguración de tres puntos de venta a lo largo de noviembre que estarán situados en el centro comercial Puntadiferro de Forlì, en la región de Emilia-Romaña; en el centro comercial La Gru de Siderno, en la región de Calabria; y en la Via Dei Neri de Florencia. Los tres puntos de venta estarán dedicados exclusivamente a la línea de Woman.

En diciembre, la compañía tiene prevista la apertura de una nueva tienda en el centro comercial Romaest, situado en la capital del país y que cuenta con más de 210 tiendas y restaurantes. El nuevo punto de venta, que contará con más de 700 metros cuadrados de superficie de venta, albergará las colecciones de Mango de las líneas Woman y Man y generará más de diez nuevos puestos de trabajo.

Mango está presente en Italia desde 2001. La compañía cuenta actualmente con 74 puntos de venta en el país tras reforzar este año su presencia con la apertura de cuatro tiendas en ciudades como Cagliari, en Cerdeña; Agrigento, en Sicilia; Marcianise, en la región de Campania; y Riccione, en la región de Emilia-Romaña.

MANGO

Para más información, contactar con:

Pilar Riaño y Miki Herráz

616 816 600 / 610 449 839

pilar.riano@mango.com miguel.angel@mango.com

Jordi Sacristán y Natalia Estepa (Roman)

666 479 956 / 646 639 918

j.sacristan@romanrm.com n.estepa@romanrm.com

Mango, uno de los principales grupos de moda de Europa, es una compañía global con el diseño y la creatividad en el centro de su modelo y una estrategia basada en la innovación constante, la búsqueda de la sostenibilidad y un completo ecosistema de canales y partners. Fundada en Barcelona en 1984, la empresa finalizó 2021 con unos ingresos de 2.234 millones de euros, con un 42% de negocio procedente del canal online y presencia en más de 110 mercados. Más información en www.mango.com