

# MANGO

Mango se expande en Francia con su nuevo concepto de *retail* y más de 70 nuevos puntos de venta hasta 2025



# MANGO

- La compañía celebrará mañana la reapertura de su *flagship store* en Haussmann, situada en una de las calles comerciales más representativas de París, y una de las tiendas más importantes a escala mundial tras un exhaustivo proceso de reforma para convertirla en la primera tienda en Francia en incorporar la nueva imagen *New Med*
- La tienda modifica la disposición de la zona de cajas para que sea más funcional y se han incorporado nuevas tecnologías y servicios para mejorar la experiencia de compra de clientes, como asesores personales y un punto específico de *click and collect* para la recogida y devolución de pedidos
- Mango considera Francia uno de sus principales mercados estratégicos y buscará expandir su presencia en el país con la apertura de 70 nuevos puntos de venta durante los próximos años hasta alcanzar los 300 puntos de venta en 2025
- Asimismo, el grupo reformará su red de tiendas durante los próximos años, comenzando este año con una inversión de 3,5 millones de euros para remodelar tres grandes locales del centro de París, y extenderá su *footprint* actual añadiendo las líneas de Man y/o Kids a distintas tiendas del país

PARÍS,

10 DE JUNIO DE 2022

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, refuerza su presencia en Francia. La compañía celebrará mañana la reapertura de su *flagship store* en Haussmann, una de las más importantes a escala mundial, situada en una de las calles comerciales más representativas de París, tras un exhaustivo proceso de reforma para convertirla en la primera tienda en el país en incorporar el nuevo concepto de inspiración mediterránea *New Med*, presente ya en algunas tiendas insignia del grupo.

La tienda, situada en el número 54 de la calle Haussmann, recibe cada año más de 1,6 millones de visitantes y cuenta con más de 1.400 metros cuadrados de superficie de venta distribuidos en dos plantas que albergan productos y artículos de las líneas de Woman, Man y Kids.

Con la remodelación de la tienda, Mango crea un nuevo escaparate en la calle, modifica la disposición de la zona de cajas y de las colecciones dentro del establecimiento, amplía el tamaño de los probadores para que sean más funcionales y designa una zona específica de *click and collect* para la recogida y devolución de pedidos, con el objetivo de mejorar la experiencia de compra de sus clientes.

Asimismo, el grupo añade nuevos servicios como, por ejemplo, tres asesores personales para aconsejar a los clientes en su elección de prendas, así como las últimas tecnologías e innovaciones disponibles como RFID, e-ticket o venta de stock online desde la tienda física para hacer del espacio un punto de experiencia para el cliente.

César de Vicente, director de retail de Mango señala que “las tiendas de Mango son un punto de encuentro privilegiado de nuestra marca con nuestros clientes. Por ello, queremos ofrecerles una experiencia completa y personalizada que contribuya a satisfacer sus necesidades en cualquier momento, lugar y formato y derive en una mayor fidelidad a la marca”.

En el marco del compromiso de Mango con la sostenibilidad, la tienda dispone también de un *Committed Box*, un contenedor en el que los clientes pueden depositar textiles y calzado para dar una segunda vida a sus prendas. La compañía trabaja en una transición hacia un modelo de negocio más sostenible y de menor impacto ambiental y

# MANGO

para ello extenderá la instalación de estos contenedores al 100% de sus tiendas de Francia durante los próximos tres años.

## Plan de expansión en Francia

La renovación de Haussmann supone el punto de partida del plan de expansión que la compañía está impulsando en el país. Mango considera Francia uno de sus principales mercados estratégicos y buscará consolidar su presencia en el mercado mediante la apertura de 70 nuevos puntos de venta durante los próximos años para pasar de 223 puntos de venta que tenía a finales de 2021 hasta 300 a cierre de 2025.

Para lograrlo, el grupo prevé abrir durante este año una veintena de puntos de venta en Francia, de los cuales 12 serán nuevas tiendas propias y franquicias en varias ciudades como Reims, Colmar, Orange y Tours; y 8 serán nuevos *corners* que se pondrán en funcionamiento mediante acuerdos con grandes grupos como Galeries Lafayette en ciudades como Cannes, Lorient, Chambéry y Lorient, entre otras.

A partir de 2023 y hasta 2025, Mango continuará con su proceso de expansión con la apertura de entre 20 y 24 nuevos puntos de venta aproximadamente cada año, alrededor de dos nuevos puntos cada mes, en línea con las cifras previstas para este año.

Además de las aperturas, el plan de expansión de la compañía comprende la renovación de su parque de tiendas en Francia durante los próximos años, comenzando este año con una inversión de 3,5 millones de euros para la remodelación de Haussmann y otros dos grandes locales del centro de París.

Asimismo, el grupo extenderá su *footprint* actual añadiendo las líneas de Man y/o Kids a distintas tiendas del país. En concreto, la compañía añadirá este año las líneas de Man a las tiendas de Mérignac, Angers y Saint-Étienne; las líneas de Kids en las tiendas de Le Havre y Tarbes; y ambas colecciones a la tienda de Bourges.

Mango está presente en Francia desde 1998. A cierre de 2021, la compañía contaba con 223 puntos de venta en el país, de los cuales 111 eran tiendas propias y 112 franquicias. En el negocio online, Mango combina su página retail (Mango.com) con presencia en *marketplaces*.

## Proyecto de reforma con bajo impacto ambiental

El proyecto arquitectónico de reforma de Haussmann ha sido concebido bajo el nuevo concepto *New Med* con el objetivo de generar un bajo impacto ambiental. En la creación del espacio se ha respetado la estructura general existente, manteniendo altura de los techos y el núcleo de escaleras, y se ha reparado y restaurado para dar una segunda vida a techos, instalaciones, escaleras y ascensores entre otros elementos. En total, hasta un 40% de los materiales han sido reutilizados en este proyecto.

Entre las intervenciones de mejora se encuentra la recuperación de un antiguo ventanal de la primera planta para incrementar la entrada de luz natural en la tienda, la sustitución de la iluminación existente por tecnología LED y la instalación de una pérgola de madera en la zona de entrada para facilitar la transición de los clientes desde el exterior hacia el interior de la tienda.

Destaca también el techo, creado a partir de poliéster reciclado, instalado en la zona de almacén, taquillas y de descanso y ocio para los empleados de la tienda con el objetivo de crear un entorno agradable y de confort. Se trata de la primera tienda de Mango en el mundo con un techo creado a partir de materiales textiles reciclados. Además, la pintura de dicho espacio captura el CO<sup>2</sup>, por lo que se trata de un espacio beneficioso para la salud del personal en tienda.

# MANGO

El local consta de dos plantas conectadas entre sí por unas escaleras mecánicas y un ascensor situados en la parte central y unas segundas escaleras situadas hacia el fondo de la tienda. Asimismo, cuenta con unas pantallas en las columnas de la zona de las escaleras mecánicas que informan sobre las líneas disponibles en la planta primera.

La tienda distribuye las colecciones de Woman, Kids y Man en diferentes estancias separadas por arcos, que representan las habitaciones de una casa mediterránea, y hace énfasis en un elemento clave en la arquitectura tradicional mediterránea como es el muro que, con sus diversas volumetrías y sus sólidos y vacíos, define y separa las diferentes estancias, generando espacios interpretados para diferentes acciones.

Mango ha modificado también la disposición de la zona de cajas de la planta baja instalando una hilera de hasta siete cajas consecutivas con números luminosos para facilitar la visión al cliente de las cajas disponibles y ha aumentado la altura del techo, incrementando la luminosidad de la zona y creando un espacio más atractivo para la compra.

Las paredes de la tienda, generalmente de tonalidades blancas, presentan diferentes texturas gracias al uso de materiales diversos como por ejemplo la arcilla, el terrazo o la madera de roble. Por su parte, los suelos combinan elementos como la baldosa (en la planta calle) o el parqué (en la planta superior), simulando los distintos pavimentos presentes en los hogares mediterráneos.

Para más información, contactar con:

Pilar Riaño y Miki Herráiz  
616 816 600 / 610 449 839  
[pilar.riano@mango.com](mailto:pilar.riano@mango.com) [miguel.angel@mango.com](mailto:miguel.angel@mango.com)

Jordi Sacristán y Natalia Estepa (Roman)  
666 479 956 / 646 639 918  
[j.sacristan@romanrm.com](mailto:j.sacristan@romanrm.com) [n.estepa@romanrm.com](mailto: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](http://www.mango.com)*