



Mango expande su nuevo concepto de retail en Francia con la renovación de su tienda en Saint-Lazare

- La compañía reabre hoy este punto de venta tras un proceso exhaustivo de reforma para convertirlo en uno de los primeros en Francia en presentar la nueva imagen *New Med*.
- La tienda ha modificado su zona de probadores, incorporando enchufes USB e iluminación ajustable, y se han añadido nuevas tecnologías y servicios para mejorar la experiencia de compra del cliente, como un *Committed Box* para el reciclaje de prendas y una zona específica *click and collect* para recogida y devolución de pedidos.
- La reforma se enmarca dentro del nuevo plan de remodelación de tiendas de Mango, cuyo objetivo es incorporar este nuevo concepto de retail en tiendas más allá de sus flagships.
- Mango considera Francia un mercado estratégico en el cual quiere ampliar su presencia en el país con la apertura de más de 70 nuevas tiendas en los próximos años, hasta alcanzar las 300 tiendas en 2025.

BARCELONA,

16 SEPTIEMBRE, 2022

Mango, uno de los mayores grupos de Europa de la industria de la moda, refuerza su presencia en Francia. La compañía reabre hoy su tienda en Saint-Lazare, la estación de tren ubicada en la calle Cour de Rome número 1 de París que se convirtió en uno de los centros comerciales más importantes del país, con cerca de 80 tiendas.

La tienda, una de las más emblemáticas de la ciudad, cuenta con una superficie de venta de 730 m², en los que la compañía comercializa artículos de las líneas Woman y kids.

Con la remodelación, Saint Lazare se convierte en uno de los primeros puntos de venta en Francia en incorporar el nuevo concepto de inspiración mediterránea, *New Med*, ya presente en algunas de las tiendas insignia del grupo. Su renovación se enmarca dentro del nuevo plan de reformas de tiendas de Mango, cuyo objetivo es incorporar este nuevo concepto de retail en tiendas más allá de sus flagships.

Con la renovación de la tienda, Mango ha creado una nueva zona de probadores, aumentando su tamaño para hacerlos más funcionales e incorporando enchufes USB para cargar el móvil y luces ajustables para que los clientes puedan ver la parte trasera y delantera de sus conjuntos.

Además, se han añadido nuevas tecnologías y servicios para mejorar la experiencia de compra del cliente, como una nueva zona específica de *click and collect* para recoger y devolver pedidos; un servicio de sastrería; un *Committed Box*, un contenedor donde los clientes pueden depositar ropa y calzado para darle una segunda vida a sus prendas; y la tecnología RFID para un mejor control de stock.

MANGO

Fiel a su compromiso con la sostenibilidad, el proyecto arquitectónico de reforma de esta nueva tienda ha sido concebido para generar un bajo impacto ambiental. En la creación del nuevo espacio se ha respetado la estructura existente y se ha dado una segunda vida a suelos y techos e instalaciones como la climatización. La iluminación se ha sustituido por tecnología LED de bajo consumo y durante el proceso de rehabilitación se ha utilizado pintura ecológica certificada y materiales naturales como la madera.

Mango está presente en Francia desde 1998. A finales de 2021, la compañía contaba con 223 tiendas en el país, de las cuales 111 eran tiendas propias y 112 franquicias. La compañía considera a Francia un mercado estratégico y tiene como objetivo ampliar su presencia en el país con la apertura de más de 70 nuevas tiendas en los próximos años, aumentando el número de puntos de venta desde los 223 que tenía a finales de 2021 a 300 para finales de 2025.

Para más información, contactar con:

Pilar Riaño y Miki Herráz
616 816 600 / 610 449 939
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