

# MANGO

Mango cumple treinta años de expansión internacional  
y mantiene en 2022 su ritmo de aperturas



# MANGO

- Mango concluirá 2022 con cerca de 270 nuevos puntos de venta en todo el mundo, alcanzando una red de cerca de 2.600 puntos de venta.
- En 2022, la compañía ha sumado dos nuevos países a su huella internacional: Camerún y Marruecos y alcanza más de 115 mercados a nivel mundial.
- Mango ha registrado en lo que va de año una evolución positiva en las principales geografías en las que opera.
- En 1992, Mango alcanzó el centenar de tiendas en España y dio el salto internacional con la apertura de dos tiendas en Portugal. Poco después comenzó su expansión en Francia.
- Gracias a la fuerte vocación exportadora de Mango, en 1997 el volumen de negocio generado por la empresa en los mercados internacionales superó por primera vez al mercado nacional.

## *BARCELONA,*

X DE NOVIEMBRE DE 2022

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, cumple en 2022 tres décadas de expansión internacional con un ejercicio marcado por un acelerado ritmo de desarrollo en el extranjero. La compañía concluirá 2022 con cerca de 270 nuevos puntos de venta en todo el mundo.

A la espera del cierre definitivo del ejercicio, las previsiones pasan por que la red de tiendas de Mango se sitúe, a finales de 2022, en cerca de 2.600 puntos de venta distribuidos en los cinco continentes. En 2022, Mango ha sumado dos nuevos países a su huella internacional: Camerún y Marruecos, en ambos casos mercados a los que la empresa ha regresado.

Presente en más de 115 mercados del mundo gracias a un ecosistema de distribución formado por canales y partners internacionales, Mango ha registrado en lo que va de 2022 una evolución positiva en las principales geografías en las que opera. En Europa, Mango apuesta por su desarrollo en mercados maduros como Francia, Italia, Reino Unido, Alemania o España, mientras fuera del continente algunos de los ejes de expansión son Estados Unidos, Canadá o India.

En Francia, uno de los cinco mayores mercados del grupo, Mango 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. En 2022, la compañía ha remodelado su flagship de París, ubicado en el bulevar Haussmann, y ha crecido en ciudades como Reims, Colmar y Orange.

En Italia, Mango selló en octubre un acuerdo con el grupo Italian Retail Group para transformar en propias siete tiendas franquiciadas en las principales estaciones de tren del país. Entre noviembre y diciembre, la compañía planea la apertura de cuatro tiendas más, para terminar 2022 con 80 puntos de venta en el mercado transalpino, mientras en Reino Unido las previsiones pasan por finalizar el ejercicio con cerca de cincuenta puntos de venta (tras abrir en Dartford; Battersea, en Londres, y Eldon Square, en Newcastle) entre septiembre y diciembre.

En España, Mango habrá puesto en marcha a cierre de 2022 más de treinta nuevos puntos de venta. En los nueve primeros meses del año, la compañía ha abierto nuevos puntos de venta en ciudades como Logroño, León, Fuengirola, Vigo, Santiago, Melilla, Estepona, Albacete, Telde o Platja d'Aro y ha reformado tiendas en ciudades como Castellón de la Plana, Badalona y Granada. Con estas aperturas y reformas, Mango gana capilaridad en el mercado español.

# MANGO

Austria, Bélgica y Alemania son otros de los países europeos en que Mango ha reforzado su presencia física a lo largo de 2022. Más allá de Europa, Estados Unidos, Canadá e India se presentan como tres grandes focos de expansión. En Canadá, el pasado julio, Mango selló acuerdo con Fox Group para abrir en una primera fase seis tiendas en Toronto en el período 2022-2023. El acuerdo entre ambas compañías tiene una duración mínima de diez años y contempla la puesta en marcha de un mínimo de veinte establecimientos de Mango en el mercado canadiense.

Nueva York ha protagonizado una de las grandes aperturas de Mango en 2022. El pasado mayo, la empresa puso en marcha un establecimiento de 2.100 metros cuadrados en la Quinta Avenida de la ciudad estadounidense, un acontecimiento que marcó el punto de partida de un ambicioso plan de expansión en el país. En octubre, Mango abrió en Miami (en la calle Lincoln Road, una de las calles comerciales más importantes del país) y hasta final de año las previsiones pasan por poner en marcha tres nuevos puntos de venta en el estado de Florida, para terminar 2022 con 10 tiendas en el país. Las previsiones de Mango pasan por llegar a 2024 con alrededor de 40 puntos de venta en Estados Unidos y que el país se convierta en uno de los cinco principales mercados en términos de facturación para el grupo.

India está llamado a ser el tercer mayor mercado de consumo en los próximos cinco años, según las previsiones de diversos organismos internacionales. De la mano de Myntra, socio local en el país asiático desde 2014, Mango ha abierto 33 puntos de venta entre 2021 y 2022 en el país, hasta alcanzar un total de 68 puntos de venta a cierre de 2022, convirtiéndose en el país de Asia donde Mango tiene mayor presencia.

En Rusia, Mango abandonó sus operaciones directas el pasado junio y comenzó un proceso de cesión de sus tiendas propias a sus franquiciados. De las 55 tiendas propias con que operaba en Rusia al inicio de la guerra en Ucrania, Mango ha cerrado de forma definitiva 11 tiendas, ha cedido ya 17 tiendas y el resto se encuentran en proceso.

## Trayectoria internacional de Mango

Mango celebra en 2022 tres décadas de trayectoria internacional. Fundada en 1984, Mango alcanzó en sus primeros ocho años de vida el centenar de tiendas en España y en 1992, la compañía dio el salto internacional con la apertura de dos tiendas en Portugal. Francia, actualmente uno de los mayores mercados del grupo, fue el segundo destino internacional de Mango.

La apuesta de Mango por el continente asiático llegó en 1995 con aperturas en Singapur y Taiwán, mercados a los que más tarde se sumarían otros como Filipinas (país de donde es originaria la fruta que da nombre al grupo), Tailandia, China o India.

En 1997, Mango abrió su primera tienda en Turquía ubicada concretamente en el centro comercial Akmerkez, en Estambul. Ese mismo año, gracias a la fuerte vocación exportadora de la compañía, el volumen de negocio generado por la empresa en los mercados internacionales superó por primera vez al mercado nacional, una cifra que ha ido creciendo hasta que, a cierre de 2021, el 79% del negocio de Mango procedió de fuera de España.

Mango, que alcanzó presencia en los cinco continentes en 2002 con su salto a Australia, ha compaginado a lo largo de su trayectoria internacional la apuesta por mercados maduros para la moda como Alemania, Italia o Estados Unidos con otros como Aruba (donde abrió su primera tienda en el Caribe), Maldivas, Israel o Cuba.

Con un modelo de negocio basado en un ecosistema de canales y partners, a lo largo de los últimos treinta años Mango ha tejido estrechas relaciones con compañías internacionales. En México, Chile o Perú, por ejemplo, Mango ha trabajado con El Palacio de Hierro y Falabella, durante más de dos décadas. Más de veinticinco años tiene, por otro lado, la alianza internacional con el grupo libanés Azadea.

# MANGO

La expansión internacional se ha realizado combinando tiendas propias, franquicias, espacios en grandes almacenes y el canal online. Mango puso en marcha su plataforma online en 2000 y en 2014, tras sumar doce mercados en un solo año, alcanzó 76 mercados. A cierre de 2021, Mango distribuía online en 85 países.

## Cronología internacional de Mango

- 1984 Mango abre su primer punto de venta en Paseo de Gràcia de Barcelona.
- 1992 Mango alcanza el centenar de tiendas en España e inicia los primeros pasos en el mercado internacional con la apertura de dos puntos de venta en Portugal.
- 1995 Mango empieza la expansión internacional en Asia con tiendas en Singapur y Taiwán.
- 1997 El volumen de negocio generado en el extranjero supera por primera vez al del mercado interior.
- 2002 Mango entra en China por primera vez.
- 2002 Con su desembarco en Australia, la cadena está presente en los cinco continentes.
- 2006 Mango entra en Estados Unidos.
- 2014 Expansión del e-commerce, que se inauguró en el año 2000: incorporación de doce nuevos países, alcanzando un total de 76 países en los que está disponible la venta online.
- 2017 Apertura de las tiendas flagship de Restauradores (Lisboa) y Soho (Nueva York).
- 2018 Expansión en Oriente Próximo. Apertura de primera tienda en Kenia y Laos.
- 2021 Mango inicia en Dusseldorf (Alemania) la implantación de su nuevo concepto de tienda Med.
- 2022 Mango vuelve a Marruecos y renueva su flagship de París.
- 2022 Mango desembarca en la Quinta Avenida de Nueva York.

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)*