



## Mango suma la cosmética de Rituals a su plataforma online

- Mango mantiene su estrategia para dar respuesta a las necesidades de sus clientas sumando marcas complementarias a su oferta
- El acuerdo con Rituals comienza hoy y se extenderá a algunos mercados más de Europa antes de que finalice 2022
- La compañía ha integrado una selección del catálogo y el stock de Rituals en su *e-commerce*
- Mango planea seguir aumentando la oferta de marcas en su canal *online* y adicionalmente extenderá la alianza con Intimissimi a siete países más este año

*BARCELONA,*

25 DE MAYO DE 2022

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, amplía la oferta comercial y de servicio que ofrece a sus clientas con la incorporación de Rituals a su plataforma *online*. La compañía ha comenzado hoy la distribución en España de la marca de bienestar y en los próximos seis meses la extenderá a algunos países europeos más.

Para la incorporación de Rituals, Mango abrirá una nueva línea (Wellness) en su plataforma online. El *marketplace* de la empresa española contará con 150 referencias de Rituals de seis categorías: baño y ducha, cuidado corporal, cuidado de manos, cuidado facial, cofres regalo y hogar. En los próximos meses se ampliará el número de referencias disponibles.

Mango, que ha llevado a cabo la integración del catálogo y el stock de Rituals en su plataforma, emprende este nuevo proyecto en el mercado español y tiene previsto extender la alianza a diferentes países.

Con esta alianza con Rituals, Mango suma una nueva categoría a su oferta online, después de que estrenase el formato *marketplace* con la incorporación de la oferta de Intimissimi, especializado en lencería. Elena Carasso, directora online y de cliente de Mango, señala: “Queremos reforzar nuestra oferta con categorías complementarias y seguir avanzando en nuestro objetivo de construir una plataforma de servicios para nuestras clientas”.

Las previsiones de Mango pasan por continuar ampliando la oferta de su *marketplace* de forma selectiva, buscando marcas que complementen su oferta y coincidan con sus valores.

Adicionalmente, Mango distribuye Intimissimi en España, Francia y los Países Bajos y los planes pasan por desembarcar en Alemania, Bélgica, Austria, Suecia, Dinamarca, Suiza e Irlanda en los próximos meses.

# MANGO

Con cerca de 830 millones de visitas anuales a su plataforma digital, Mango es una de las empresas de moda pioneras en el canal *online* en Europa. La compañía puso en marcha su plataforma *online* en 2000 y desde entonces ha registrado un crecimiento constante.

Mango es una de las compañías europeas de la industria de la moda con una mayor penetración del canal digital en su negocio. A cierre de 2021, las ventas *online* supusieron el 42% del total de la facturación de la compañía, un porcentaje muy superior al 24% de 2019. A cierre de 2021, las ventas *online* de Mango se situaron en 942 millones de euros.

Fundada en Amsterdam en 2000, Rituals se ha establecido desde entonces como un experto global de la industria en más de 36 países con casi 1.000 tiendas, más de 3.000 shop-in-shops, 5 Body Spas y 1 Mind Spa. En España, la marca cuenta con 85 tiendas y 495 tiendas en grandes almacenes. Además del comercio minorista, Certified B Corporation™ tiene una gran presencia en el comercio electrónico y el negocio de viajes, e integra una amplia gama de productos para el baño, el cuerpo y el cuidado del hogar en una sola cartera. La marca se dedica a la sostenibilidad y el bienestar personal en la industria de la belleza y el lujo y adopta el estilo de vida de transformar las rutinas diarias en momentos más significativos.

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](http://www.mango.com)*