

MANGO

Mango prosigue su expansión en EEUU con nuevas aperturas en Florida y cerrará el año con diez tiendas en el país

- La compañía pone en marcha hoy un nuevo punto de venta en Miami ubicado en Lincoln Road, una de las calles comerciales más importantes del país, que alberga más de 200 tiendas y marcas.
- Hasta final de año, la compañía consolidará su marca en el corazón de Florida, donde tiene previsto abrir tres nuevos puntos de venta para terminar el ejercicio con más de diez tiendas en el país.
- El objetivo de Mango es 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.
- Durante los primeros nueve meses del año, el canal online de Mango ha ganado fuerza en el mercado estadounidense y supone ya más de la mitad de las ventas de la compañía en el país, con la previsión de que suponga el 70% del negocio en 2024.

BARCELONA,

13 OCTUBRE, 2022

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, prosigue su proceso de expansión en Estados Unidos con la inauguración hoy de una nueva tienda de 430 m² en Miami, ubicada en el número 1036 de Lincoln Road, una de las calles comerciales más importantes del país, que alberga más de 200 tiendas y marcas.

“La apertura de esta nueva tienda supone el punto de partida de la expansión de Mango en el estado de Florida, un paso significativo para avanzar en nuestros objetivos estratégicos de expansión internacional y reforzar nuestra presencia de marca en Estados Unidos, uno de los mercados más importantes del mundo para la moda”, apunta Daniel López, director global de expansión de Mango.

Con la apertura de esta nueva tienda, que cuenta con las líneas de Woman y Man, Mango presenta por primera vez su línea masculina a sus clientes del estado de Florida, tras los buenos resultados de ventas registrados en las tiendas del estado de Nueva York durante los primeros meses del año.

El proyecto arquitectónico de este nuevo punto de venta ha sido concebido con el objetivo de generar un bajo impacto ambiental. En la creación del espacio se ha respetado la estructura existente y se ha dado una segunda vida a suelos, techos, iluminación e instalaciones.

Expansión en el corazón de Florida y EEUU

La inauguración en Lincoln Road supone el punto de partida del plan de expansión que la compañía impulsará durante los próximos meses para consolidar su marca en el corazón del estado de Florida. Para lograrlo, Mango prevé hasta final de año la apertura de tres nuevos puntos de venta que estarán ubicados en los principales centros

MANGO

comerciales de Florida y permitirán a la compañía terminar el año con al menos diez puntos de venta en Estados Unidos y distribución online a través de Mango.com, Nordstrom y Macy's.

Durante el próximo noviembre, la compañía extenderá su presencia en Florida con un nuevo establecimiento en Aventura Mall, el principal centro comercial de Miami y el sur del estado y uno de los diez más importantes de Estados Unidos. La nueva tienda, con una superficie de venta de más de 400 m² en la que la compañía comercializará la línea de Woman, generará más de 15 puestos de trabajo.

Además de Aventura Mall, Mango abrirá también en noviembre un nuevo punto de venta de más de 380 m² en el centro comercial Florida Mall, situado cerca del aeropuerto internacional de Orlando y del parque de atracciones de Walt Disney World Resort, y otro punto de venta en diciembre en el centro comercial Miami International, ubicado cerca del aeropuerto internacional de Miami y que contará con más de 260 m².

De cara a 2023, la compañía seguirá creciendo en Florida con nuevos puntos de venta en ciudades como Boca Ratón, y expandirá su presencia hacia el oeste con la apertura de nuevas tiendas en los estados de Georgia, Texas y California.

El objetivo de Mango es 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. Para lograrlo, además de la expansión de tiendas físicas, el grupo impulsará principalmente su actividad online, basada en Mango.com y en marketplaces.

Durante los primeros nueve meses del año, el canal online de Mango ha ganado fuerza en el mercado estadounidense y supone ya más de la mitad de las ventas de la compañía en el país, con la previsión de que suponga el 70% del negocio en 2024.

Mango en Estados Unidos

Mango está presente en Estados Unidos desde 2006. Tras la inauguración el pasado mayo de su *flagship store* de 2.100 m² ubicada en la Quinta Avenida de Nueva York, la compañía cuenta actualmente con ocho puntos de venta en el país, incluyendo sus tiendas en Roosevelt Field y el SoHo de Nueva York, en los centros comerciales Menlo Park y American Dream, ambos en New Jersey; y Dadeland, en Miami (Florida); y dos tiendas en Puerto Rico.

La compañía reforzó su apuesta por el mercado estadounidense a finales de 2017 con la renovación de la tienda del SoHo y con la renovación de su tienda en American Dream, que reabrió sus puertas recientemente, tras un exhaustivo proceso de reforma.

MANGO

En el entorno online, la compañía comercializa sus productos a través de su página web Mango.com y a través de las páginas de Nordstrom y Macy's. El pasado abril, Mango incorporó a su página web por primera vez en el mercado estadounidense la venta de su línea de productos esenciales para casa (Mango Home).

Para más información, contactar con:

Pilar Riaño y Miki Herráiz
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