



Mango lanza su nueva estrategia de sostenibilidad hasta 2030 con nuevos objetivos y sistemas de medición más exigentes

- La compañía da un paso más en su camino por reducir el impacto ambiental y social de sus productos y operaciones con la presentación de la *Sustainable Vision 2030*, que incorpora nuevos indicadores de desempeño alineados con los principales y más rigurosos estándares del mercado.
- La nueva hoja de ruta en materia de sostenibilidad de Mango se organiza en torno a tres grandes ejes: *Committed to Product* (comprometidos con el producto), *Committed to Planet* (comprometidos con el planeta) y *Committed to People* (comprometidos con las personas).
- Con la nueva estrategia, Mango centrará sus esfuerzos en avanzar hacia una colección más sostenible priorizando materiales de menor impacto ambiental e incorporando criterios de diseño circular, con el objetivo de que en 2030 estos predominen en el diseño de sus productos y el 100% de sus fibras sean de origen sostenible o recicladas.
- Asimismo, Mango sustituirá de forma progresiva en sus prendas la etiqueta *Committed* por un código QR que redirigirá a su página web donde la compañía proporcionará información sobre la composición, lugar de diseño y fabricación del producto, adelantándose a los requerimientos de los legisladores y con el objetivo de acercar a sus clientes información más valiosa relativa a sus prendas.
- En el marco de su compromiso con el planeta, Mango mantendrá su objetivo de neutralidad climática para 2050, así como sus metas intermedias de reducción de emisiones; y fija propósitos de reducción de consumo de agua y plásticos, así como acciones para la protección de la biodiversidad y una política de bienestar animal actualizada.
- En su compromiso con las personas, Mango prevé a finales de 2022 convertirse en la primera gran empresa de moda en España en publicar la lista de sus fábricas Tier 3, relacionada con proveedores de materiales como tejidos y fornituras, como ejercicio de transparencia acerca de sus esfuerzos en pro del bienestar de los trabajadores de su cadena de suministro, e impulsará en los próximos años proyectos de acción social y colaboraciones con entidades de referencia mundiales como Save The Children, Cruz Roja o Médicos sin Fronteras.

BARCELONA,

13 DE DICIEMBRE DE 2022

Mango, uno de los mayores grupos de Europa de la industria de la moda, da un paso más en su camino hacia la sostenibilidad de sus prendas y operaciones con el lanzamiento de una nueva estrategia con horizonte 2030, con la mirada puesta en incorporar nuevos objetivos y sistemas de medición más exigentes alineados con los principales y más rigurosos estándares del mercado.

La nueva hoja de ruta, denominada *Sustainable Vision 2030*, nace con el propósito de reducir el impacto ambiental y social de la compañía y está formada por tres grandes líneas de actuación: *Committed to Product* (comprometidos con el producto), *Committed to Planet* (comprometidos con el planeta) y *Committed to People*

MANGO

(comprometidos con las personas), cada una de las cuales fijan metas específicas y proyectos concretos para su consecución.

El uso de los estándares de mayor exigencia en el sector de la moda a escala mundial y la alianza con entidades tecnológicas, de certificación y supervisión de reconocida solvencia y reconocimiento internacional son otros de los ejes de la estrategia sostenible de Mango, que impulsa una transformación duradera y profunda de su negocio en términos de impacto con todos los entornos con los que tiene influencia.

El consejero delegado de Mango, Toni Ruiz, señala que “la nueva estrategia de sostenibilidad no es un objetivo que cumplir, sino un eje transversal integrado de nuestra estrategia empresarial y modelo de negocio que condiciona nuestra toma de decisiones y el impulso de proyectos y acciones, con el objetivo de desarrollar nuestra actividad con el menor impacto ambiental y social posible”.

Con un equipo de más de veinte personas dedicadas de forma directa a sostenibilidad, Mango cuenta con una trayectoria de dos décadas de trabajo en esta área. Andrés Fernández, director global de sostenibilidad y sourcing de Mango, señala que “la Sustainable Vision 2030 quiere guiar a Mango en la siguiente fase del camino hacia una industria textil más sostenible y comprometida”.

Fruto del trabajo realizado durante los últimos años, actualmente el 75% de las prendas de Mango posee ya propiedades sostenibles y desde 2021, la compañía ha evitado el uso de 500 toneladas de plástico con su proyecto de sustitución de bolsas de plástico por otras hechas de papel para el producto que sale de fábrica. En materia de fibras, Mango ha avanzado en los últimos años con la incorporación de fibras alternativas de menor impacto dentro de su colección. En este sentido cabe destacar que un 90% del algodón ya es más sostenible, un 29% del poliéster utilizado por la compañía ya es reciclado y que un 63% de las fibras celulósicas son de origen trazable.

Con la *Sustainable Vision 2030*, Mango actualiza sus criterios y compromisos adecuándolos a los estándares internacionales más extendidos y exigentes en el sector. La compañía utiliza las herramientas de la alianza internacional Sustainable Apparel Coalition (SAC) para medir el impacto del conjunto de su actividad; el EIM Score de la empresa española Jeanología para calcular el impacto de su producto denim y trabajar hacia la reducción del consumo de agua en sus procesos; el estándar y protocolos de la iniciativa Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC) para minimizar el uso de sustancias químicas nocivas a lo largo de la cadena de suministro y el GHG Protocol y los criterios de la Science-Based Targets Initiative (SBTi) para el cálculo de su huella de carbono.

Mango validará también la veracidad de la sostenibilidad de todas sus fibras exigiendo a sus proveedores total trazabilidad y transparencia acerca de las materias y procesos utilizados en la fabricación de sus productos. Asimismo, el 100% de las prendas diseñadas con criterios de circularidad serán revisadas por el departamento de circularidad de Mango para su validación. En esta línea, las prendas elaboradas dentro de una estrategia de mayor durabilidad serán analizadas y certificadas por el centro de investigación AITEX.

Un producto más sostenible

La nueva estrategia de sostenibilidad alinea los objetivos de Mango con la ambición de los operadores más avanzados de la industria y fija tres ejes de actuación relacionados con el producto, el planeta y las personas.

Para hacer un producto y una colección más sostenible, la compañía trabajará en la priorización de materiales más sostenibles y diseño con criterios de circularidad con el objetivo de que en 2030 estos predominen en el producto Mango y el 100% de las fibras utilizadas en sus prendas sean más sostenibles o recicladas.

Para lograrlo, Mango tiene como objetivo intermedio que en 2025 el 100% del algodón empleado sea de origen sostenible, el 100% del poliéster utilizado sea reciclado y que el 100% de las fibras celulósicas sea de origen controlado y trazable.

MANGO

En el marco de la *Sustainable Vision 2030*, Mango centra sus esfuerzos en las fibras que dan vida a sus colecciones, considerando como global el objetivo de la sostenibilidad. En este sentido, a partir del próximo año la compañía sustituirá de forma progresiva en sus prendas la etiqueta *Committed* por un código QR que redirigirá a su página web donde la compañía proporcionará información sobre la composición, lugar de diseño y fabricación del producto, adelantándose a los requerimientos de los legisladores y con el objetivo de acercar a sus clientes información más valiosa relativa a sus prendas.

Desde el punto de vista de diseño, Mango aumentará en los próximos años el diseño de productos con criterios de circularidad, ya sea generando prendas que sean más fácilmente reciclables (teniendo en cuenta su composición y construcción), apostando por la durabilidad o utilizando patrones que den lugar a un menor volumen de residuos.

En este sentido, la estrategia de diseño circular de Mango fija tres líneas de actuación con el objetivo de contribuir a cerrar el círculo: la primera, *Give it back to the loop* contempla crear prendas con un diseño más sencillo, con un único tipo de fibra o menos accesorios, para conseguir una mayor reciclabilidad. La segunda, *Extended life*, consistente en apostar por diseñar prendas más duraderas gracias al uso de materiales seleccionados con propiedades físicas certificadas por AITEX, la construcción reforzada de la prenda y el diseño atemporal; y la tercera, *No Waste*, centrada en maximizar el aprovechamiento de los materiales utilizados y la reincorporación de residuo textil.

Compromiso con el planeta

La segunda palanca de la nueva estrategia de sostenibilidad de Mango se centra en implementar medidas para reducir el impacto de la compañía sobre el planeta mediante cuatro ejes: cambio climático, consumo de agua, *packaging* y estrategia de protección de la biodiversidad.

Mango prevé alcanzar las cero emisiones netas en 2050. Para lograr dicho objetivo, la compañía mantiene sus metas intermedias para 2030 consistentes en una reducción de un 80% de sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) directas de alcance 1 y 2 y en un 35% de sus emisiones GEI de alcance 3, todo considerando 2019 como año base. Estos objetivos han sido avalados por la Science Based Targets Initiative (SBTi).

Respecto a su huella hídrica, Mango fija su voluntad reducir un 25% su impacto total en agua en 2030, mientras que con la voluntad de optimizar y aminorar el uso de materiales y residuos a lo largo de su cadena de valor, Mango centrará sus esfuerzos en proyectos para la eliminación o sustitución de componentes y embalajes de plástico por otros materiales.

Como miembros del Fashion Pact y el UN Fashion Charter, y alineados con sus respectivos pilares y objetivos, Mango se compromete también a priorizar el aprovisionamiento responsable de materiales y fibras alternativas de menor impacto ambiental, avanzando en la trazabilidad de materiales de origen animal y vegetal como parte de su estrategia de biodiversidad. Esta hoja de ruta se complementa con la adhesión de Mango a la iniciativa Canopy style en 2021, que pone foco en la protección de bosques.

Compromiso con las personas

La *Sustainable Vision 2030 de Mango* recoge en su tercera palanca el compromiso de la compañía con las personas. En este sentido, Mango centrará sus esfuerzos en los próximos años en proseguir su proceso de auditoría y transparencia de sus proveedores con el objetivo de asegurar que se cumplen las condiciones laborales adecuadas para los trabajadores de las fábricas con las que la empresa trabaja en todo el mundo.

La apuesta de Mango pasa por caminar hacia la plena trazabilidad y transparencia de su cadena de valor. La compañía prevé a finales de 2022 convertirse en la primera gran empresa de moda en España en publicar la lista

MANGO

de sus fábricas Tier 3, relacionadas con proveedores de materiales como tejidos y fornituras, tras ser la primera también en hacer público en 2021 su listado de fábricas de primer y segundo nivel (Tier 1 y Tier 2).

Asimismo, Mango impulsará en los próximos años proyectos de acción social y colaboraciones duraderas y trazables con entidades de referencia mundial como Fundación Vicente Ferrer, Médicos sin Fronteras, Cruz Roja, Educo o Save the Children, con quienes tiene una larga trayectoria de colaboración. El objetivo es generar un impacto positivo en los colectivos más desfavorecidos en países de todo el mundo y contribuir al desarrollo social y económico de los países donde opera.

La compañía pondrá en marcha en los próximos años numerosos proyectos formativos centrados preferentemente en facilitar el acceso a la educación a niños y niñas y mujeres en países como Bangladesh, India o Pakistán con el objetivo de que se conviertan en palanca de cambio de sociedades, mientras que, en regiones como Europa y Estados Unidos, Mango reforzará sus alianzas con algunos de los principales centros universitarios del mundo a fin de fomentar la incorporación de los jóvenes al mundo laboral.

Para más información, contactar con:

Pilar Riaño y Miki Herráiz

616 816 600 / 610 449 839

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