

MANGO

Mango lanza su primera colección *denim* diseñada con criterios de circularidad para promover la segunda vida de las prendas



MANGO

- La compañía da un paso más en su camino hacia una colección más sostenible con la incorporación de criterios de circularidad en el diseño de sus prendas para que sean más fácilmente reutilizables y reciclables tras su vida útil.
- Para lograr mayor reciclabilidad, las nuevas prendas de la colección denim han sido diseñadas con un único tipo de fibra (100% algodón) y la supresión de accesorios como ribetes o etiquetas de jacron.
- Para conseguir un mínimo residuo en el proceso de desarrollo de producto, las prendas han sido diseñadas también con tecnología de diseño digital en 3D, lo que minimiza el número de muestras necesarias.
- Se trata de la primera cápsula que la compañía presenta en el marco de su nueva estrategia de sostenibilidad, que tiene como objetivo incorporar 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.

BARCELONA,

23 DE ENERO DE 2023

Mango, uno de los mayores grupos de Europa de la industria de la moda, da un paso más en su camino hacia la sostenibilidad con el lanzamiento de su primera colección denim diseñada con criterios de circularidad con el objetivo de que sus prendas sean más fácilmente reutilizables y reciclables tras su vida útil, promoviendo así la segunda vida del producto.

La nueva colección en formato cápsula incluye diferentes piezas de Mango Woman en tejido denim, como chaquetas, chalecos, pantalones, faldas y monos, en colores índigo y negro, algunas con lavados dirty, que presentan siluetas actuales de tendencia marcadas por los años 2000.

Para lograr mayor circularidad, las nuevas prendas de la colección han sido diseñadas con un único tipo de fibra (100% de algodón), un 20% del cual como mínimo procede de origen reciclado, y la supresión de accesorios como ribetes o etiquetas de jacron. También, para conseguir un mínimo residuo en el proceso de desarrollo de producto, las prendas han sido diseñadas con tecnología de diseño digital 3D, para reducir el número de muestras fabricadas.

Mango ha confeccionado las prendas de esta colección minimizando su impacto ambiental en aspectos como por ejemplo el uso de químicos o de agua y ha incorporado en su interior un gráfico explicativo para sus clientes sobre diseño circular, minimizando así la producción de etiquetas de papel.

La campaña de esta colección, producida en Akroll (Barcelona), está protagonizada por la modelo estadounidense Indira Scott, elegida por Mango por su frescura y compromiso con el medioambiente, y han participado también el fotógrafo Dario Catellani y el videógrafo Héctor Ferreño.

Nueva estrategia de sostenibilidad

La colección denim diseñada con criterios de diseño circular es la primera cápsula que Mango presenta en el marco de su nueva estrategia de sostenibilidad, denominada Sustainable Vision 2030, que tiene entre sus objetivos incorporar criterios de diseño circular en sus colecciones, 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.

MANGO

Para ello, 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 permitan evitar la generación de residuo textil.

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, que 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.

Imágenes de la campaña: <https://we.tl/t-RxroZS5BwS>

Vídeo de la campaña: <https://we.tl/t-S504sNxLGj>

Para más información, contactar con:

Pilar Riaño y Miki Herráz

616 816 600 / 610 449 839

pilar.riano@mango.com / miguel.angel@mango.com

LLYC

Mònica Acero y Eva Pedrol

615 075 981 / 650 883 797

macero@llorentycuenca.com / epedrol@llorentycuenca.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 115 mercados. Más información en www.mangofashiongroup.com