

MANGO

Mango refuerza su presencia en India con la apertura de una nueva *flagship store* en Bangalore



MANGO

- Con dos plantas, es la primera tienda Mango en el país que reúne las líneas Woman, Man y Kids bajo un mismo techo.
- El nuevo punto de venta representa el concepto New Med, que busca reflejar el espíritu y la frescura de la marca, con la sostenibilidad y la integración arquitectónica como elementos clave.
- Con esta apertura, Mango refuerza su presencia en India, el país asiático con el mayor número de tiendas de la marca, 80 a cierre de 2022.
- En 2023, la compañía seguirá acelerando su expansión en el país con la apertura de más de 35 tiendas, de modo que la red de tiendas en India superará los 110 puntos de venta a finales de año.

BARCELONA,

17 DE MARZO DE 2023

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, continúa desarrollando su plan de expansión en India con la apertura de una nueva *flagship store* en Bangalore, concretamente en Indiranagar, uno de los centros comerciales más importantes de la ciudad.

La tienda, que ocupa 5.500 m² distribuidos en dos plantas, es la primera tienda Mango en el país que reúne las líneas Woman, Man y Kids bajo un mismo techo. Además, se ha diseñado bajo el concepto New Med, inspirado en el Mediterráneo, que ya está presente en algunas de las *flagships* del grupo alrededor del mundo. Dicho concepto pretende reflejar el espíritu y la frescura de la marca, con la sostenibilidad y la integración arquitectónica como valores fundamentales.

Mango ha triplicado su presencia en el país en los últimos dos años e India se ha convertido en el país asiático con mayor número de puntos de venta con 80 a cierre de 2022, lo cual representa 39 más de los 46 con los que contaba a finales de 2021 y el triple de los 28 que tenía a cierre de 2020.

Mango lanzó en India sus líneas Kids hace un año y Man el pasado enero con la apertura de su primera tienda Mango Man en el país en Nueva Delhi. Ahora, la *flagship store* de Indiranagar contará con la nueva colección de Mango Man que la marca lanzó recientemente en colaboración con el actor Rahul Khanna.

Esta apertura muestra el compromiso de Mango para reforzar su presencia en Asia e India, tras celebrar 30 años del inicio de su expansión internacional el pasado año. Como indica Daniel López, Director de expansión y franquicias de Mango, "India es uno de los mercados más importantes en nuestra estrategia de internacionalización, porque de acuerdo con todas las previsiones, está destinado a convertirse en el tercer mercado de consumo del mundo en los próximos años y queremos que Mango tenga una presencia significativa en él con la ayuda de un socio local, Myntra".

Mango inició su expansión en India en 2014 con la ayuda de Myntra, una de las principales empresas de moda del país, que aporta su experiencia y ayuda para comprender y adaptar las operaciones de Mango en India.

En 2023, Mango seguirá con el ritmo de expansión en el país con la apertura de más de 35 tiendas, de modo que la red de tiendas en India superará los 110 puntos de venta a finales de año. Además, la compañía tiene la intención de reformar algunas tiendas para adaptarlas al concepto New Med.

MANGO

Para más información, contactar con:

Pilar Riaño y Miki Herráz

+34 616 816 600 / +34 610 449 839

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

LLYC

Mònica Acero y Eva Pedrol

+34 615 075 981 / +34 650 883 797

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 2022 con unos ingresos de 2.688 millones de euros, con un 36% de negocio procedente del canal online y presencia en más de 115 mercados. Más información en mangofashiongroup.com