

MANGO

Mango presenta Capsule: exclusividad, calidad y moda para su nueva colección de eventos para esta primavera/verano



MANGO

- Mango pone el foco en la temporada de eventos formales y lanza una colección protagonizada por vestidos y monos, característicos de la marca.
- La nueva colección destaca por la calidad de sus materiales (con seda, viscosa de gama alta, tafetán, plumas, flecos y lentejuelas) y acabados, así como por la exclusividad de sus prendas.
- Capsule estará disponible principalmente *online* y en tiendas seleccionadas y se distribuirá en entradas bimensuales entre marzo y septiembre.
- La marca hace un guiño a las nuevas novias, que se decantan por diseños sencillos, asequibles y elegantes para su día más especial, incluyendo piezas *total white* pensadas para ellas.

BARCELONA,

20 DE MARZO DE 2023

Mango, una de las marcas de moda más globales de Europa, presenta Capsule, su nueva colección de eventos para mujer primavera/verano 2023. La marca pone el foco en la temporada de eventos formales, característicos de la época primaveral, y crea una colección específica para estas ocasiones. La nueva colección destaca por la calidad de sus materiales y acabados, así como por la exclusividad de sus prendas.

La colección se compone de prendas de edición limitada para un armario festivo atemporal. En ella destacan, principalmente, los vestidos y monos tan característicos de la marca, además de trajes de dos piezas y pantalones fluidos.

Los materiales protagonistas son la seda, la viscosa de gama alta, el tafetán, las plumas, los flecos y las lentejuelas. Todos ellos han sido elegidos para conseguir fantásticos acabados, suavidad y calidad, sin dejar atrás la comodidad.

La creación de Capsule ha sido un proyecto especial liderado por Justicia Ruano, directora creativa de Mango Woman. “Mango es una marca que destaca por las ocasiones y con Capsule damos un paso más con un producto exclusivo con calidades exquisitas”, señala Justicia Ruano.

Capsule estará disponible principalmente online, aunque también podrá adquirirse en tiendas seleccionadas. La colección, cuyo rango de precios oscila entre 70 y 280 euros, se distribuirá en entradas bimensuales entre marzo y septiembre, periodo en que se concentran los eventos formales.

El nuevo lanzamiento de Mango se caracteriza por prendas fabricadas en talleres de cercanía con calidades *premium* de circuito corto y con un tratamiento de confección exquisito. Mango ha seleccionado nuevos talleres y proveedores de tejidos de Marruecos y Portugal para asegurar la calidad de las materias primas y los acabados.

En la creación de la colección el diseño en 3D ha sido clave. Esta práctica digital, ya recurrente en los procesos de diseño de Mango, ha ayudado a trabajar la colección de una forma más ágil y contemporánea, facilitando el proceso de visualización de coloridos y volúmenes, entre otros detalles de la confección de las prendas.

Entre las piezas clave de la colección se encuentran los vestidos de flecos y el traje Guipur, ambos en tonos rojos. La colección también incluye accesorios con un toque más festivo, como los bolsos estructurados con piedras, flecos o flores *maxi*; además de sandalias de tira fina en colores neutro como el negro, *nude* y plata, pensadas para complementar cualquier *look* de evento.

MANGO

Mango ha apostado por tres grupos de color para Capsule: el negro, los rojos y rosas y los tonos pastel. Entre estos destaca el blanco, color que protagoniza parte de la colección con la intención de hacer un guiño a las nuevas novias, que se decantan por diseños sencillos, asequibles y elegantes para su día más especial. En mayo, un mes típicamente reservado a las novias, Capsule elevará el peso de este tipo de prendas.

La campaña de lanzamiento de Capsule, que ve hoy la luz, ha contado con la modelo Rianne Van Rompaey; fotografiada por Drew Vickers. Rianne, de nacionalidad holandesa, es una de las modelos más aclamadas del momento.

Mango 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 ecosistema de canales y *partners* que la han llevado a convertirse en uno de los principales grupos de la industria de la moda en Europa y una de las empresas más relevantes del sector. Mango basa su modelo en una propuesta única de moda, centrada en traducir las grandes tendencias a un lenguaje propio, dando lugar a dos grandes colecciones al año, que se van ampliando con cápsulas cada dos semanas para renovar la oferta de forma constante, enfocadas a momentos y ocasiones.

Para más información, contactar con:

Pilar Riaño y Miki Herráiz

+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