

MANGO

Mango participa en la segunda edición de la Metaverse Fashion Week



MANGO

- La compañía repite presencia en el evento virtual de moda de la mano de su equipo de tecnología Virtual Assets, creado el pasado año coincidiendo con la primera edición del evento.
- El equipo Virtual Assets de Mango, formado por cerca de una decena de ingenieros 3D, de software, de inteligencia artificial y de *blockchain* así como por artistas 3D, tiene como objetivo el desarrollo de contenidos digitales y proyectos que permitan a la compañía sumar el entorno virtual a su ecosistema de canales digital y físico.
- En el marco de la Metaverse Fashion Week, Mango organizará también un desfile en su espacio virtual de Decentraland para presentar su nueva colección Capsule.

BARCELONA,
27 DE MARZO DE 2023

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, sigue dando pasos adelante en su apuesta por la innovación con su participación en la Metaverse Fashion Week. La compañía repite presencia en la segunda edición del certamen con un área propia en el Fashion District de Decentraland desarrollada por parte de su equipo de tecnología Virtual Assets.

El equipo Virtual Assets de Mango, creado el pasado año coincidiendo con la participación de la compañía en la primera edición de la Metaverse Fashion Week, está formado por cerca de una decena de ingenieros 3D, de software, de inteligencia artificial y de *blockchain* así como por artistas 3D. Su objetivo es el desarrollo de contenidos digitales y proyectos que permitan a la compañía sumar el entorno virtual a su ecosistema de canales digital y físico.

“La creación y consolidación del equipo Virtual Assets y el desarrollo de Mango en el entorno del metaverso es una muestra más del carácter innovador de la compañía y de su estrategia basada en la innovación constante”, afirma Jordi Àlex, director de tecnología, datos, privacidad, seguridad y Virtual Assets de Mango.

El espacio propio de Mango en el Fashion District de Decentraland estará en las coordenadas -120,4 y constará de dos plantas. La primera reproducirá una tienda de la compañía, mientras que la planta baja contará con una zona desfile con gradas para los asistentes a la pasarela. En el espacio los participantes podrán comprar *wearables* de la nueva colección de eventos formales Capsule. Habrá 5 prendas disponibles -incluyendo una blusa, 2 tops, un pantalón y unas sandalias - a un precio de entre 5 y 10 MANAs, equivalente a entre 3 y 6 euros.

En el marco de los eventos programados para esta semana, la compañía celebrará una fiesta para presentar su nueva colección Capsule en este espacio mañana, martes 28 de marzo, entre las 20h y las 22h. El jueves acogerá en el mismo horario otro evento conmemorativo en memoria del fallecido criptoartista argentino-húngaro Luis “Lajos” Arregui Henk, conocido como Farkas, autor de las tres primeros NFT y *wearables* de Mango, presentados en la pasada edición de la Metaverse Fashion Week.

Sobre la Metaverse Fashion Week

La Metaverse Fashion Week es un evento global de moda que se celebra del 28 al 31 de marzo de forma virtual en Decentraland, una plataforma de metaverso orientada a la realidad virtual. Considerada la gran semana de la moda virtual, las principales marcas presentarán en esta segunda edición sus colecciones de moda digital en pasarelas virtuales y experiencias de compra, además de organizar una gran variedad de eventos paralelos y actividades.

MANGO

Para más información, contactar con:

Miki Herráiz

+34 610 449 839

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