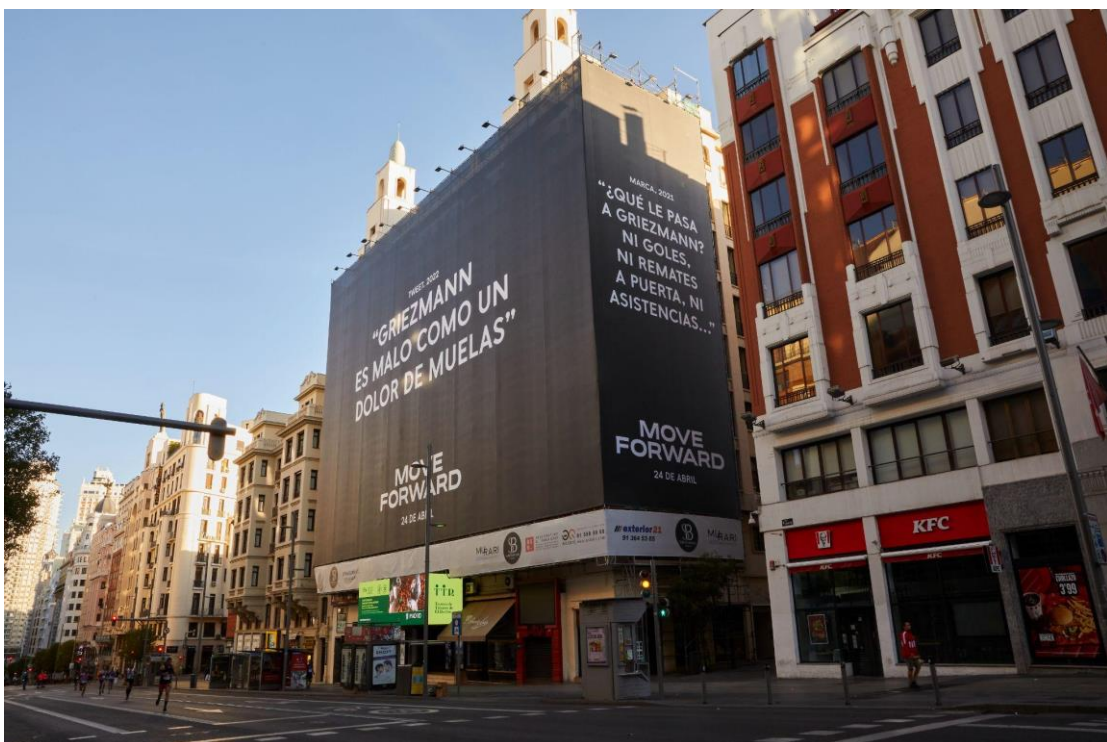


# MANGO

Mango Man se alía de nuevo con Antoine Griezmann para presentar ‘Move Forward’, su nuevo concepto de marca



# MANGO

- Barcelona y Madrid han amanecido con carteles y lonas con frases críticas sobre la figura del futbolista extraídas de publicaciones reales en medios de comunicación y redes sociales, y acompañadas del mensaje *Move Forward*, lo que ha generado expectativa sobre el propósito y la autoría de esta acción.
- Mango Man es el impulsor de esta campaña, que sirve como presentación de *Move Forward*, el nuevo concepto de la marca basado en la superación personal y que tiene a Antoine Griezmann como embajador.
- La línea de moda masculina de Mango y el futbolista francés quieren poner de relieve la importancia de no rendirse y sobreponerse a las adversidades y a las críticas para alcanzar las metas, desde los pequeños retos diarios a los desafíos más mayúsculos, como los logrados por Griezmann.

## BARCELONA,

23 DE ABRIL DE 2023

Las ciudades de Barcelona y Madrid han amanecido hoy cubiertas con carteles y lonas con frases críticas sobre el futbolista francés Antoine Griezmann, extraídas de publicaciones reales de medios de comunicación nacionales e internacionales y redes sociales. En todas ellas aparece el mensaje *Move Forward*, sin rastro alguno de la autoría de la iniciativa, un hecho que ha generado expectativa sobre quién está detrás y cuál es el propósito. Ahora, Mango Man desvela el misterio de que se trata de una acción para presentar su nuevo concepto de marca *Move Forward*, basado en la superación personal.

Para la campaña, Mango Man se ha aliado de nuevo con Antoine Griezmann con la voluntad de poner de relieve la importancia de no rendirse, de superarse para conseguir los objetivos propuestos y vencer los problemas y las dificultades que se cruzan en el camino a lo largo de la vida, como las críticas, llamando la atención sobre cómo estas se han convertido en una constante en nuestra sociedad, incluso en momentos de éxito. Para ello, Mango Man utiliza el ejemplo de Griezmann, que ha llegado a ser campeón del Mundial de Fútbol de 2018, así como subcampeón del Mundial de 2022, donde jugó un papel clave para la selección francesa. El espíritu de superación del jugador ha sido el motor que le ha impulsado a derribar los diferentes obstáculos que se han cruzado en su trayectoria, tanto en la esfera personal como profesional.

En palabras de Antoine Griezmann, "*Move Forward* es una expresión que representa mi vida y me conecta con Mango Man, sus valores, estilo y características de las prendas". También ha destacado que en momentos complejos nunca se ha quedado de brazos cruzados: "Después de las caídas, siempre me he vuelto a levantar, lo he vuelto a intentar y he tenido la determinación de mirar hacia delante y perseguir mi próximo objetivo".

Pilar Riaño, directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de Mango, señala que "Griezmann es un referente global en el ámbito del deporte y un ejemplo de resiliencia que se ha antepuesto a las dificultades y a las críticas a lo largo de su carrera. Es el embajador perfecto para ilustrar el espíritu de superación de *Move Forward*". Y añade: "Este nuevo concepto de marca refleja la esencia de Mango Man de acompañar al hombre actual en sus retos diarios para que pueda dar la mejor versión de sí mismo y conseguir lo que se proponga gracias a prendas con propiedades técnicas o mejoradas".

La marca masculina de Mango cuenta con una clara vocación por innovar en la industria de la moda, alejándose de los estereotipos clásicos y rígidos. Desde 2014, Mango Man está apostando por incorporar características técnicas o mejoradas a sus prendas, primero en el entorno del deporte y, posteriormente, trasladándolas a las prendas del día a día. Entre sus innovaciones figura Travel Suit, una colección que incorpora tejidos resistentes y flexibles que evitan que los trajes se arruguen y permanezcan impecables durante toda la jornada.

Con esta nueva campaña, Mango Man se ha basado en mostrar comentarios negativos reales a los que se ha enfrentado el delantero a lo largo de su carrera, con la voluntad de poner también de manifiesto cómo las críticas se han convertido en una constante en nuestra sociedad, en cualquier situación y hasta en los momentos de éxito.

# MANGO

La acción muestra titulares en medios y tuits con mensajes como “Griezmann es malo como un dolor de muelas” en diferentes espacios, como una gran lona en la Gran Vía de Madrid y el tranvía de Barcelona.

De niño, a Griezmann le dijeron que nunca iba a ser futbolista profesional. Durante su adolescencia, múltiples clubes de fútbol franceses le cerraron las puertas debido a su baja estatura, unas negativas que no frenaron su pasión por el fútbol. Ese revés le empujó a mudarse a España, alejado de sus padres, y a empezar una nueva vida desde cero para perseguir su sueño.

No lo ha tenido fácil: le han llovido las críticas y los abucheos de las aficiones. Pero no se ha rendido y ha conseguido convertirse en un icono mundial del deporte. Fue el máximo goleador de la Eurocopa en 2016, y ganó la Europa League y el Mundial de Fútbol, ambos en 2018, y la UEFA Nations League de 2021. Además, está implicado en numerosas acciones solidarias, como la ONG Un Rien C'est Tout, y causas como los derechos LGTBIQ+ o la igualdad de género en el deporte.

En el marco de esta campaña, hoy, a partir de las 21h, se emitirán proyecciones de *video mapping* con el vídeo de la campaña que se proyectará en primicia en espacios emblemáticos como el Paseo del Born y Josep Tarradellas en Barcelona; o en el Paseo de la Castellana y las calles de Segovia y de San Millán en Madrid.

## Griezmann, imagen de la temporada primavera/verano 2023

En el marco de la colaboración entre Antoine Griezmann y Mango Man, el futbolista es la imagen de la nueva temporada de primavera/verano 2023. Griezmann presenta las nuevas tendencias de la línea.

La colaboración de Griezmann y Mango Man se remonta al pasado marzo de 2022, cuando la compañía fichó al futbolista para convertirse en la imagen de la marca para la temporada de primavera/verano 2022, una alianza que se renovó posteriormente para la temporada otoño/invierno del mismo año y que, ahora, se revalida de nuevo.

Fundada en 2008, Mango Man ha evolucionado hasta convertirse hoy en un paradigma de innovación a precios competitivos. Apoyándose en el canal online para llegar a clientes urbanos de todos los rincones del mundo, Mango Man integra los códigos actualizados de una nueva masculinidad.

La línea masculina de Mango cuenta con más de 650 puntos de venta en más 90 países, así como presencia online en más de 75 mercados. Mango Man ha contado, en el pasado, con grandes talentos en sus campañas, como Gerard Piqué, Zinedine Zidane, Adrien Brody o Andrés Velencoso.

La colección para primavera/verano 2023 de Mango Man está construida alrededor de prendas versátiles que pueden ser usadas en muchas ocasiones: la propuesta está fuertemente orientada al hombre que viaja y necesita piezas que se adapten a su ritmo y aporten estilo y comodidad. La sastrería de silueta relajada, las camisas veraniegas y las chaquetas saharianas conforman el *look* perfecto para la temporada más cálida.

El lino y el punto son los principales protagonistas de la colección y se acompañan de otros tejidos como el seersucker, el popelín o lino TENCEL™, una fibra que aporta un fit más adaptable y aún más fluido que el lino tradicional. En cuanto a los colores, la base de tonos neutros, verdes y marrones se enriquece con una paleta más veraniega y festiva, que se despliega en una amplia selección de camisería, trajes, tricot y pantalones. Para acompañar el viaje, la colección incorpora una propuesta de complementos que va desde sandalias y cómodas alpargatas, hasta mochilas y bolsas de viaje.

# MANGO

610 449 839

[miguel.angel@mango.com](mailto:miguel.angel@mango.com)

LLYC

Mònica Acero y Eva Pedrol

+34 615 075 981 / +34 650 883 797

[macero@llorentycuenca.com](mailto:macero@llorentycuenca.com) / [epedrol@llorentycuenca.com](mailto: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](http://mangofashiongroup.com)*