

# MANGO

Mango aumenta su presencia en Italia con una quincena de aperturas en 2023 para superar las 90 tiendas en el país



# MANGO

- La compañía expande su marca en el norte del país con aperturas en ciudades como Bolonia, Milán, Turín, Brescia, Busnago o Lonato del Garda, así como en otras ciudades como Roma, Florencia, Palermo o Reggio Calabria.
- Asimismo, Mango reformará sus puntos de venta de las estaciones ferroviarias de Turín y Venecia y la tienda en Via Torino de Milán para incorporar su nuevo concepto de tienda New Med.
- Mango cerró 2022 con 78 puntos de venta en Italia, además de presencia digital a través de su propio canal online y otros *marketplaces*.

## BARCELONA,

31 DE MAYO DE 2023

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, prosigue su plan de expansión en Italia con una quincena de aperturas este 2023 con las que superará los 90 puntos de venta en el país al finalizar el ejercicio. La expansión se centra en el norte del país, con nuevas tiendas en ciudades como Bolonia, Turín, Brescia o Lonato, así como en grandes ciudades como Roma, Milán, Florencia o Palermo. Además, la compañía prevé la renovación de varios puntos de venta para incorporar su nuevo concepto New Med, presente en las principales *flagship stores* de la marca en el mundo.

“La apertura y remodelación de estos puntos de venta forma parte del plan de expansión que estamos llevando a cabo para consolidar nuestra marca en el país. Italia es un mercado clave para Mango y uno de los más importantes para la moda en el mundo y queremos tener una presencia importante en él”, señala Daniel López, director de expansión y franquicias en Mango.

Entre las aperturas más importantes para este año se encuentran las nuevas tiendas en el centro comercial de Forum Palermo (Palermo) y en el casco antiguo de Florencia. La compañía prevé abrir también nuevos puntos de venta en centros comerciales de Roma, Milán, Lonato del Garda, Busnago, y Taranto, y en ciudades como Crotona (Calabria).

Mango comenzó las aperturas previstas para este año en Italia el pasado marzo con la inauguración de una tienda en el centro de Bolonia. El establecimiento, que supone la vuelta de la compañía a la ciudad, cuenta con un espacio de venta de casi 600 m<sup>2</sup> y ofrece productos y artículos de las líneas Woman y Kids. La compañía ha abierto también nuevos puntos de venta en los centros comerciales Turín To Dream (Turín), Grandapulía (Foggia), Elnos (Brescia) y en la ciudad de Reggio Calabria.

Además de las aperturas, Mango reformará este año tres puntos de venta para incorporar su nuevo concepto de *retail* de inspiración mediterránea New Med. Concretamente, la compañía renovará las tiendas de las estaciones de tren de Turín y de Venecia y la del centro de Milán, en la calle comercial Via Torino.

El concepto New Med pretende reflejar el espíritu y la frescura de la marca. La sostenibilidad y la integración arquitectónica son la clave de este nuevo diseño que concibe las tiendas de Mango como una casa mediterránea con diferentes espacios en los que predominan los tonos cálidos y los colores neutros, combinados con materiales tradicionales, artesanales, sostenibles y naturales como la cerámica, la toba, la madera, el mármol, el esparto y la piel.

# MANGO

## Mango en Italia

Mango está presente en Italia desde 2001. A cierre del ejercicio 2022, la compañía contaba con 78 puntos de venta en el país, incluyendo tiendas propias, franquicias y *corners* en grandes almacenes, además de tener presencia digital a través de su propio canal online y otros *marketplaces*.

A lo largo del ejercicio 2022, Mango abrió un total de ocho nuevos puntos de venta con los que consiguió alcanzar cerca de 80 puntos de venta, combinando la presencia en los principales centros comerciales con espacios a pie de calle.

Entre las aperturas más destacadas del pasado año se encuentran los puntos de venta situados en los centros comerciales Romaest, en la capital del país, con más de 700 metros cuadrados de superficie de venta, Puntadiferro en Forlì, en la región de Emilia-Romaña, y Città dei Templi en Agrigento (Sicilia); así como la tienda en la calle peatonal Ceccarini en Riccione (Rímini).

Asimismo, Mango selló un acuerdo con Retail Group, empresa del grupo italiano Grandi Stazioni Retail que opera más de 30 puntos de venta en las mayores estaciones ferroviarias del país, para absorber siete tiendas de Mango hasta entonces franquiciadas.

En concreto, las tiendas absorbidas se encuentran situadas en las estaciones de tren de Turín, Milán, Venecia, Florencia, Roma Termini y Roma Tiburtina y Nápoles, por las que pasan cada año millones de pasajeros. Están dedicadas exclusivamente a la colección de la línea Woman y cuentan con una superficie de venta entre 150 metros cuadrados y 350 metros cuadrados, según el tamaño de la ciudad y la afluencia de pasajeros de la estación.

Para más información, contactar con:  
Miki Herráiz  
+34 610 449 839  
[miguel.angel@mango.com](mailto:miguel.angel@mango.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)*