



Mango expande su venta online con la entrada en veinte nuevos mercados

- La compañía prosigue en su plan de crecimiento internacional del negocio *online* con la entrada en 22 nuevos países, especialmente en el continente africano, para superar los 110 mercados a nivel mundial.
- De esta manera, Mango lleva su venta *online* por primera vez a países como Ghana, Tanzania o Zimbabue y refuerza su presencia comercial en mercados como Sri Lanka, Camerún o Kenia, donde ya cuenta con tiendas físicas.
- Pionera en la distribución *online* en la industria de la moda, Mango cerró 2022 con 960 millones de euros de facturación en su negocio *online*, lo que representa un 36% del total del negocio de la compañía, uno de los mayores porcentajes de la industria.

BARCELONA,

14 DE SEPTIEMBRE DE 2023

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, prosigue su expansión internacional con la llegada de su negocio *online* a más de 20 mercados nuevos. La compañía ha puesto en marcha su *ecommerce* para las líneas Woman, Man, Teen y Kids en 22 países desde principios de año, mayoritariamente en el continente africano, superando así los 110 mercados con presencial digital.

La expansión de Mango.com supone la llegada de Mango por primera vez a países como Ghana, Tanzania, Zimbabue o Haití, mientras refuerza la presencia comercial de la compañía en mercados como Sri Lanka, Camerún o Kenia, donde ya cuenta con tiendas físicas. Concretamente, Mango expande su canal *online* a los siguientes países: Senegal, Ghana, Camerún, República del Congo, Kenia, Bermudas, Haití, República Dominicana, Sri Lanka, Camboya, Benín, Etiopía, Tanzania, Zambia, Zimbabue, Mali, Chad, Ruanda, Uganda, Mozambique, Madagascar y Malawi.

“La ampliación de nuestra tienda *online* a una veintena de mercados es un gran paso adelante en nuestra estrategia de internacionalización para llevar nuestra propuesta de valor a todo el mundo” afirma la directora de *online* y cliente de Mango, Elena Carasso. “Abrir nuestro *ecommerce* en varios países de África, especialmente en aquellos donde no tenemos presencia, nos permitirá no solo adquirir conocimiento sobre el mercado, sino también reforzar nuestra capacidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes en cada territorio”.

Durante el primer semestre de 2023, Mango afianzó su canal de venta *online* con un crecimiento de ventas cercano al 10% respecto al mismo periodo del año anterior y la compañía comenzó a operar *online* en Brasil por primera vez a través de un acuerdo con la empresa local Dafiti, la *fashiontech* más grande de Latinoamérica y parte de Global Fashion Group (GFG).

MANGO

Un canal digital pionero

Mango es una de las compañías europeas de la industria de la moda con una mayor penetración del canal digital en su negocio. Pionera desde sus orígenes, en 1996 lanzó su página web para dar a conocer la marca mundialmente y en el 2000 lanzó su *ecommerce* en los quince países que formaban la Unión Europea ese año, siendo una de las primeras empresas de moda en comercio electrónico en Europa.

En los siguientes veinte años, Mango fue extendiendo su venta digital hasta alcanzar los 90 mercados en los cinco continentes a cierre de 2022, año en que las ventas *online* se situaron en 960 millones de euros, lo que supone un 36% del total de la facturación de la compañía. La página web de la compañía finalizó 2022 con más de 885 millones de sesiones.

La estrategia de expansión del *ecommerce* de Mango se ha basado en la localización: abrir nuevos mercados adaptando los servicios a las necesidades y costumbres de los clientes en cada territorio. Actualmente, la web está traducida a 28 idiomas y los métodos de pago, de envío y de devolución (entre otros) son distintos en función de cada lugar.

Asimismo, además de su canal propio *ecommerce*, Mango mantiene una relevante actividad *online* a través *marketplaces* de terceros. Esta combinación de canales y formatos, supone un aspecto diferencial de la compañía en el sector, siendo una de las pocas que opera con un ecosistema de distribución de estas características

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