

MANGO

Mango Kids celebra su décimo aniversario con cifras récord de facturación, puntos de venta e internacionalización



MANGO

- Mango Kids finalizó 2022 con un crecimiento del 18% respecto al año anterior, superando los 200 millones de euros de facturación, incluyendo Mango Teen.
- La línea destinada al público infantil y juvenil cerró el primer semestre de 2023 con más de 650 puntos de venta y presencia en más de 70 mercados.
- Por canales, las ventas en tienda física representaron en 2022 el 53% del total de facturación, y el canal online se mantuvo al alza tras despuntar en 2020.
- Inaugurada en 2013, Mango Kids ha consolidado en el mercado una propuesta de valor diferencial basada en moda con estilo propio diseñada 100% en Barcelona, de calidad y a precios asequibles.

BARCELONA,

21 DE SEPTIEMBRE DE 2023

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, celebra este septiembre el décimo aniversario de Mango Kids con cifras históricas y mirando hacia el futuro con un ambicioso plan de expansión. La línea dirigida al público infantil y juvenil finalizó el ejercicio 2022 con una fuerte evolución, elevando su negocio un 18% hasta superar los 200 millones de euros, incluyendo Mango Teen.

Mango Kids nació el 2013 para crear moda para niños y niñas con un diseño propio que prioriza la comodidad, funcionalidad y tendencia para todas las ocasiones: desde opciones para el colegio, hasta vacaciones, momentos de juego o eventos más formales. La compañía cubre todos los momentos hasta llegar a la edad adulta, con Mango Kids se abarca desde el nacimiento hasta la talla 14, y con Mango Teen hasta la edad adulta.

“Lanzamos Mango Kids hace una década para acompañar a los pequeños de la casa en su crecimiento con prendas de calidad a precios asequibles y con un estilo propio diseñado cuidadosamente para dar respuesta a sus ganas de descubrir el mundo que les rodea”, explica Berta Moral, directora de Mango Kids. “El nacimiento de la línea marcó un punto de inflexión en la compañía que nos permitió inspirar y llevar nuestra pasión por la moda al público infantil y juvenil, consolidando una oferta global que da respuesta a todos los segmentos, desde mujer, hombre, niños y adolescentes”.

Una expansión internacional en auge

En sus inicios, Mango Kids se comercializó en tiendas Mango de varios países como España, Turquía o Francia, con espacios, de entre setenta y cien metros cuadrados, dedicados a la oferta de productos para niños y niñas. La línea pasó a tener también tiendas propias a partir del segundo semestre del 2013.

Manteniendo la apuesta del grupo por las tiendas físicas como punto privilegiado de contacto con sus clientes, la línea cerró el mes de junio de 2023 con más de 650 puntos de venta en más de 70 mercados, incluyendo Mango Teen. Las ventas en tiendas físicas representaron en 2022 el 53% del total de facturación de Mango Kids, superando los 108 millones de euros, mientras que el canal online sumó más de 97 millones de euros en ventas. A cierre del primer semestre de 2023, Mango Kids está presente en más de 70 mercados a través de su canal digital.

Diseño con estilo propio y ADN en Barcelona

MANGO

Durante toda su historia, Mango Kids ha puesto el diseño en el centro de sus creaciones. La inspiración de las primeras colecciones surgió del estilo *chic* francés para las prendas de niña y del estilo casual americano para las de niño. Un diseño diferencial que ha ido evolucionando con los años, adaptándose a las nuevas tendencias.

La línea cuenta con un equipo propio de diseño ubicado en la sede central de la compañía que se encarga de las diferentes líneas de producto, además de disponer de una estructura de coordinación, distribución y compra propia. Actualmente, el equipo está formado por más de setenta personas, cifra que se ha cuadruplicado desde su creación en 2013.

En sus inicios, Mango Kids ofrecía prendas básicas combinadas con las tendencias del momento, como la selección de los *best-sellers* de la colección de mujer adaptados a niña, Mini Me; así como complementos, calzado y ropa interior. Un diseño que mantiene su esencia en la actualidad ofreciendo además diferentes colecciones de edición limitada compuestas por prendas de ceremonia, baño o cápsulas de producto para ocasiones especiales como Halloween, con el objetivo de dar respuesta a diferentes momentos y ocasiones. La comodidad, la funcionalidad y la tendencia conectan de forma natural en la línea a través de prendas diseñadas 100% en Barcelona.

Por su parte, Mango Teen busca inspirar a los adolescentes a crear un estilo propio dejando margen para la expresión personal del público de esta edad. Tamizando las tendencias para construir una personalidad única, la línea celebra la juventud a través de una narrativa optimista en la que las experiencias positivas y las amistades son clave.

Kids Lab, las nuevas tiendas que se adaptan al cliente

Otro aspecto diferencial de Mango Kids es su nuevo concepto de tiendas Kids Lab, que se enmarca en el estilo mediterráneo New Med que la marca muestra ya en algunas de sus *flagship stores* más importantes. Este, lanzado en junio de 2022, ha sido concebido con el objetivo de generar un bajo impacto ambiental, creando espacios más diáfanos que además aumentan la exposición de producto y lo presentan de forma diferente para adaptarse mejor a las necesidades de los clientes.

Entre las tiendas con este concepto destaca la de Paseo de Gracia (Barcelona), el punto de venta más importante en facturación de su línea infantil, reformada en marzo de este año. Este enclave se ha convertido en la primera tienda Mango en el mundo que incorpora una zona recreativa y de juego para niños y niñas, que incluye desde futbolines hasta paneles didácticos.

Colección *Back to school*

La compañía lanza su colección *Back to school*, una propuesta de prendas versátiles que siguen las principales tendencias de la temporada Otoño / Invierno y que ofrece a los niños y niñas diferentes opciones entre las tallas 0 y 14, para lucir con estilo y confort en la vuelta al cole.

En este contexto, la compañía celebra hoy, jueves 21 de septiembre, un evento en su tienda Mango de la calle Serrano (Madrid) de 17:30h a 20h. Con la colaboración de un jovencísimo artista, Leonardo, que creará un universo de montañas, océanos y ciudades entre los que jugar, el evento contará con diferentes actividades con las que divertirse con los más pequeños.

Para más información, contactar con:

MANGO

Miki Herráz
+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