

MANGO

Mango celebra tres décadas en Portugal con la renovación de su tienda más antigua en el país, ubicada en Cascais



MANGO

- La tienda, inaugurada el 2 de noviembre de 1993 en CascaiShopping, el primer centro comercial del país, comercializa la línea de Woman en exclusiva y cuenta con una superficie de venta de cerca de 460m² y una plantilla de 15 trabajadores.
- Tras un proceso de reforma y reapertura este pasado octubre, el punto de venta ahora incorpora el concepto de retail New Med, que pretende reflejar el espíritu y frescura de la marca.
- Desde su inauguración, la tienda en Cascais ha atendido alrededor de 2 millones de personas de todo el mundo y ha comercializado más de 2,6 millones de productos, entre los que se incluyen prendas, calzado y accesorios.
- Portugal fue el primer mercado extranjero de Mango, que inició su expansión internacional hace poco más de 30 años, y cuenta con 51 puntos de venta en el país representando una superficie comercial superior a los 21.100m².

BARCELONA,

6 DE NOVIEMBRE DE 2023

Mango, uno de los principales grupos de moda de Europa, celebra tres décadas en Portugal. Hace treinta años la compañía abrió en Cascais, a 30km de Lisboa, su tienda más antigua actualmente en el país. Concretamente, inauguraba un punto de venta en el que fue el primer centro comercial de Portugal, CascaiShopping.

La tienda, que cuenta con una superficie comercial de cerca de 460m² y una plantilla de 15 trabajadores, distribuye la línea de Woman en exclusiva. Desde su inauguración el 2 de noviembre de 1993, ha atendido a cerca de 2 millones de personas de todo el mundo y ha comercializado más de 2,6 millones de productos, entre los que se incluyen prendas, calzado y accesorios.

Desde este octubre, tras un proceso de reforma, el punto de venta incorpora el concepto de retail New Med, que pretende reflejar el espíritu y la frescura de la marca. La sostenibilidad y la integración arquitectónica tienen un papel fundamental en este diseño concibiendo la tienda Mango como un hogar mediterráneo con diferentes estancias en las que predominan los tonos cálidos y los colores neutros, combinados con materiales tradicionales, artesanales, sostenibles y naturales, como cerámica, toba, madera, mármol, esparto y piel.

Además, el punto de venta cuenta con iluminación y climatización ecoeficientes, probadores más amplios y con zona de carga de dispositivos, *Recycling Box* para el reciclaje de prendas y una zona de *click & collect* para la recogida y la devolución de pedidos online, entre otros servicios.

Tres décadas en Portugal

Portugal fue el primer mercado internacional de Mango. En 1992, menos de una década después de su nacimiento, la compañía abrió dos tiendas en Coímbra y, posteriormente, en Cascais, su punto de venta más antiguo actualmente en el país.

En 1996 la compañía empezó un ambicioso plan de expansión con más de 30 aperturas en cuatro años. Entre estas tiendas destaca la llegada por primera vez a Lisboa con puntos de venta en el centro de la capital, en la avenida Guerra Junqueiro, y en la parte alta, en el emblemático centro comercial Amoreiras, que proporciona una vista de 360º de Lisboa.

MANGO

En 2014 Mango inició su apuesta por las macrotiendas abriendo en Setúbal, cerca de Lisboa, su primer punto de venta de estas características en Portugal. La tienda, con más de 1.000 m² de superficie, fue también la primera del país en ofertar la línea infantil Mango Kids. Posteriormente, la compañía abrió otras dos *megastores* en Lisboa, así como en Algarve, en el centro comercial Forum, y en Oporto.

Coincidiendo con su 25º aniversario en Portugal, Mango inauguró dos buques insignia que distribuían las líneas Woman, Man y Kids. A principios de 2017, la compañía abrió su punto de venta más grande en el país hasta la fecha: una *flagship* de más de 1.700m² distribuidos en cuatro plantas en Lisboa, en el centro comercial Armazéns do Chiado. A finales de año, Mango abrió otra tienda en el centro de la capital, en la Plaza dos Restauradores, al final de la Avenida da Liberdade, el eje del lujo de la capital portuguesa. El punto de venta, con 1.000m² distribuidos en tres plantas y una gran escalera de diez metros de altura y 34 toneladas, se ubica en el histórico Edificio Éden, un antiguo teatro de los años 30 reconvertido en cine y diseñado en estilo Art Decó. Este nuevo espacio supuso una inversión total de 2,6 millones de euros.

En 2020, la compañía abrió su programa de fidelización omnicanal *Mango likes you* en Portugal, después de su lanzamiento el año anterior. La iniciativa quiere crear un mayor vínculo con los clientes mediante *likes* (puntos) acumulados durante el proceso de compra o entregando prendas para reciclar para disfrutar de descuentos en futuras compras, acceder a experiencias y servicios como entradas de cine, suscripciones a Spotify, Dazn, Daily Yoga o colaborar con proyectos sociales en los que Mango participa.

Actualmente Mango cuenta con 51 puntos de venta en Portugal con una superficie comercial superior a los 21.100m² y que alberga las líneas Woman, Man y Kids. La compañía está presente prácticamente en todas las capitales de distrito del país, después de haber abierto varias multitiendas en los últimos años. El canal físico representa el 80% de la facturación de Mango en Portugal.

Los planes de futuro de Mango para Portugal pasan por ampliar la oferta de líneas en tiendas donde actualmente se distribuyen los productos de Woman en exclusiva. La compañía también prevé incrementar superficie comercial en el país, así como renovar el parque de tiendas.

Más de 30 años de vocación internacional

Desde sus orígenes en Barcelona en 1984, Mango ha tenido una clara vocación internacional. Por ello, en 1992, menos de una década después de su nacimiento, la compañía alcanzó el centenar de tiendas en España y comenzó su expansión internacional abriendo dos puntos de venta en Portugal. Francia, actualmente uno de los mayores mercados del grupo, fue el segundo destino internacional de Mango.

En 1995, la compañía empezó su expansión por Asia con puntos de venta en Singapur y Taiwán, mercados a los que más tarde se sumarían otros como Filipinas, Tailandia, China o India. Dos años más tarde, Mango abrió su primera tienda en Turquía, en Estambul, y el volumen de negocio generado en el extranjero superó al del mercado español por primera vez. En 2002, diez años después del primer paso internacional, la compañía desembarcó en Australia, llegando así a los cinco continentes.

Mango cerró el ejercicio 2022, año de su 30º aniversario de expansión internacional, con 2.566 puntos de venta tras llevar a cabo 119 aperturas netas. La compañía sumó Camerún y Marruecos a su huella internacional finalizando el año con presencia en más de 115 mercados en los cinco continentes.

Este 2023 la compañía ha seguido implementando su desarrollo en mercados maduros como Francia, Italia, Reino Unido, Alemania o España. Destacan las aperturas de Westfield Stratford City, en Londres, del centro comercial Caleido y el aeropuerto de Tenerife Sur en España o la quincena de inauguraciones para superar las 90 tiendas en Italia.

MANGO

Mango también ha avanzado en ejes de expansión como Estados Unidos, Canadá o India. La compañía ha llegado por primera vez a los estados de Texas, Georgia y California como parte de su plan de expansión en Estados Unidos con el objetivo de abrir unas 30 nuevas tiendas en tres años para alcanzar un total de 40 establecimientos en 2024. Además, ha inaugurado *flagship stores* en Ludhiana y Bangalore, en India.

Mango también ha expandido su presencia digital. Pionera desde sus orígenes, la compañía lanzó su página web en 1996 para dar a conocer la marca mundialmente y su ecommerce en 2000 en los quince países que formaban la Unión Europea ese año, siendo una de las primeras empresas de moda en comercio electrónico en Europa. Este 2023 Mango ha puesto en marcha su canal online para las líneas Woman, Man, Teen y Kids en 22 países, mayoritariamente en el continente africano, superando así los 110 mercados con presencia digital.

Para más información, contactar con:

Miki Herráiz

610 449 839

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