

MANGO

Mango lleva su concepto New Med a Dubai por primera vez con la renovación de su tienda en Dubai Mall



MANGO

- La compañía reabre su tienda de 755 m² que comercializa en exclusiva productos de la línea Woman en el centro comercial Dubai Mall, uno de los centros comerciales más grandes del mundo.
- Tras un proceso de reforma, se convierte en la primera tienda del país con el concepto de inspiración mediterránea, New Med, presente en las principales tiendas insignia de la compañía.
- El concepto New Med pretende reflejar el espíritu y la frescura de la marca y tiene una fuerte influencia de la cultura y el estilo mediterráneos. La sostenibilidad y la integración arquitectónica son sus pilares fundamentales.
- Mango cerró 2022 con 16 puntos de venta en Emiratos Árabes Unidos, además de presencia online a través de su *ecommerce* propio y plataformas de terceros.

BARCELONA,

16 DE NOVIEMBRE DE 2023

Mango, uno de los mayores grupos de Europa de la industria de la moda, continúa desarrollando su plan de expansión internacional y consolidación de marca con la reapertura de su tienda en Dubai Mall, uno de los centros comerciales más grandes del mundo con una superficie de más de 500.000 m². Tras un proceso de reforma, la compañía reabre hoy su tienda de 755 m² que comercializa la línea Woman en exclusiva.

Con la renovación, este punto de venta se convierte en el primero en Emiratos Árabes Unidos en incorporar el concepto de inspiración mediterránea New Med, ya presente en algunas de las tiendas insignia del grupo en todo el mundo. Este concepto pretende reflejar el espíritu y la frescura de la marca y tiene una fuerte influencia de la cultura y el estilo mediterráneos.

La sostenibilidad y la integración arquitectónica son pilares fundamentales de este nuevo diseño, por lo que las nuevas tiendas cuentan con elementos como iluminación y climatización ecoeficientes y un diseño que incorpora materiales sostenibles como las pinturas naturales. Además, para esta tienda en concreto, se han incluido elementos únicos y exclusivos para unir lenguajes entre ambas culturas, como una cúpula en una de las salas o el revocado de los monolitos de fachada que emula la arena del desierto.

Con la renovación de la tienda, Mango ha creado una nueva zona de probadores, aumentando su tamaño para hacerlos más funcionales e incorporando luces ajustables. Además, se han añadido nuevas tecnologías y servicios para mejorar la experiencia de compra del cliente, como la tecnología RFID para un mejor control de stock.

Mango entró en Emiratos Árabes Unidos en 1997 y cerró 2022 con 16 puntos de venta en el país, además de presencia online a través de su *ecommerce* propio y plataformas de terceros

Para más información, contactar con:

Miki Herráz

+34 610 449 839

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