

MANGO

Mango avanza en sostenibilidad y usará por primera vez algodón regenerativo en producto a la venta en 2024



MANGO

- La compañía se alía con Materra, empresa británico-india especializada en diseñar soluciones para el cultivo y abastecimiento de algodón regenerativo, con el objetivo de incorporar por primera vez una fibra procedente de agricultura regenerativa en prendas seleccionadas de su colección en 2024.
- El proyecto permitirá a Mango utilizar algodón cultivado con prácticas de agricultura sostenibles con un impacto medioambiental positivo para el territorio y la biodiversidad, así como contar con la trazabilidad completa de la cadena de valor de su algodón, desde la tierra hasta la prenda final.
- Las fibras procedentes de agricultura regenerativa están llamadas a ser una opción relevante por su impacto positivo sobre el medioambiente para la reducción del cambio climático.
- La iniciativa se enmarca dentro de la estrategia de sostenibilidad de Mango hasta 2030, que tiene entre sus objetivos avanzar hacia un producto y una colección cada vez más sostenible, reducir su impacto sobre el planeta y trabajar para la plena transparencia y trazabilidad de su cadena de suministro.

BARCELONA,

30 DE NOVIEMBRE DE 2023

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, avanza en su camino hacia la sostenibilidad y empezará a usar, por primera vez, algodón procedente de agricultura regenerativa en producto a la venta el próximo año. Con este fin, la empresa se ha aliado con Materra, empresa británico-india especializada en diseñar soluciones de cultivo y abastecimiento de algodón regenerativo, con el objetivo de avanzar hacia una industria de la moda más respetuosa con el medioambiente y las personas.

Gracias a la incorporación de este tipo de fibra en sus colecciones, Mango alcanza un hito en su estrategia de sostenibilidad al contar por primera vez con algodón cultivado mediante prácticas de agricultura regenerativa generando un impacto medioambiental positivo para el territorio, biodiversidad y las personas que lo cultivan.

Asimismo, Mango contará con la trazabilidad completa de la cadena de valor de su algodón, desde la semilla hasta la prenda. Para ello, los agricultores de la India recopilarán datos de suelos y cultivos a través de la plataforma digital de Materra, llamada Co:Farm, que proporcionará niveles de transparencia sin precedentes y permitirá a Mango monitorear la evolución de indicadores como la fertilidad, la salud del suelo, la cantidad de nutrientes, el uso de agua, la maquinaria y pesticidas o el tamaño de la parcela utilizada, entre otros.

“Como compañía de moda global, tenemos una voluntad clara: contribuir a crear una sociedad más justa y reducir el impacto de la industria de la moda en el entorno. Es por esto por lo que nos aliamos con *partners* clave como Materra, que nos ayudará a acelerar nuestro camino para lograr que el 100% de las fibras que utilicemos sean sostenibles en 2030. El producto está en el centro del corazón de Mango y la sostenibilidad forma parte de nuestra razón de ser desde hace más de 20 años. Por esto seguiremos apostando por inspirar al mundo a través de colecciones que sean responsables tanto con el medioambiente, como con todo nuestro entorno”, afirma Andrés Fernández, director de Sostenibilidad y Sourcing de Mango.

El algodón es actualmente el tejido natural más empleado por la industria de la moda. Las fibras procedentes de agricultura regenerativa tienen un impacto positivo tanto en el medio ambiente como en los agricultores que las cultivan incorporando el conocimiento local y con su enfoque contextual y basado en resultados, asentado en los principios de restaurar la biodiversidad, reducir el uso de recursos (incluido el uso de insumos sintéticos) y mejorar los medios de vida y bienestar de los agricultores. Además, contar con incentivos basados en resultados y asociaciones de riesgo compartido a largo plazo ayuda a apoyar a los agricultores en la transición a prácticas regenerativas.

MANGO

Con sede en Londres (Reino Unido) y Ahmedabad (India), Materra ayuda a los agricultores a implementar un sistema resiliente al clima para el cultivo de algodón. La empresa diseña programas personalizados de cultivo y abastecimiento, así como aplicaciones móviles/web que brindan apoyo agronómico a agricultores mientras recopilan datos de impacto de Nivel 4 a tiempo real en el proceso, brindando así a las marcas la oportunidad de acceder a materias primas verdaderamente rastreables.

Fibras más sostenibles, clave en la sostenibilidad de Mango

La apuesta por incorporar fibras más sostenibles y procesos más responsables representan un eje estratégico de la propuesta de valor de Mango. A principios de 2023, la compañía lanzó su primera colección *denim*, diseñada con criterios de circularidad, con el fin de que sus piezas incorporen fibras recicladas y sean reciclables tras su vida útil, promoviendo así una segunda vida al producto. Este mismo año, con motivo del Día Mundial de los Océanos, Mango también se alió con Pyratex, proveedor textil español especializado en tejidos innovadores, para comercializar un conjunto solidario hecho a partir de una mezcla de algas y celulosa de madera, con algodón.

Todas estas iniciativas se enmarcan en la estrategia de sostenibilidad de Mango, Sustainable Vision 2030, basada en tres grandes líneas de actuación, *Committed to Product*, *Committed to Planet* y *Committed to People*, alineadas con sus valores como marca. Estas líneas estratégicas tienen entre sus objetivos avanzar hacia un producto y una colección cada vez más sostenible, reducir su impacto sobre el planeta y trabajar para la plena transparencia y trazabilidad de su cadena de suministro.

La Sustainable Vision 2030 define el compromiso del grupo con la creación de valor a largo plazo y la gestión sostenible a través de un marco de actuación. Esta estrategia está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y los diez principios del Pacto Mundial de la Organización de Naciones Unidas (ONU), así como con la estrategia y objetivos fijados por diversas iniciativas a escala internacional dentro de la industria como el Fashion Pact, entre otras.

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

Materra

info@materra.tech

<https://materra.tech/>

@materra.tech

Nayanika Bharadwaj

nayanika.bharadwaj@materra.tech

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