

MANGO

Mango continúa su expansión en Estados Unidos con su llegada a Washington D.C. y Boston



MANGO

- Tras desembarcar en Nueva York, Florida, Texas, Georgia, California y Pensilvania, Mango llega a Massachusetts y a Washington D.C. este mes de abril.
- La compañía abre en Westfield Montgomery, el principal centro comercial del área de Rockville, Potomac y Bethesda, y más adelante este año inaugurará nuevos puntos de venta en el 950 de F Street, en el corazón del distrito comercial de Downtown; en Tysons Corner Center, el mayor centro comercial de la zona, y en Pentagon City.
- Mango también desembarca en Boston con una tienda en Natick Mall, que en su momento fue el primer centro comercial cerrado del Gran Boston.
- Estas aperturas se inscriben en el ambicioso plan de expansión de Mango en Estados Unidos, cuyo objetivo es poner en marcha 30 puntos de venta en 2024 y que el país se convierta en uno de los tres primeros mercados del grupo por volumen de negocio en 2026.
- A finales de 2023, Mango contaba con más de 20 tiendas propias en Estados Unidos. Su objetivo es alcanzar las 40 tiendas propias en el país a finales de año.
- La empresa también lanza su programa de fidelización omnicanal Mango likes you, cuyo objetivo es crear vínculos más estrechos con sus clientes a través de experiencias relacionadas con los valores de la marca: sostenibilidad, cultura y comunidad.

BARCELONA

22 DE ABRIL 2024

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, refuerza su presencia en Estados Unidos y avanza en su plan de expansión en el país. Tras desembarcar en Nueva York, Florida, Texas, Georgia, California y Pennsylvania, la compañía aumenta su presencia en la Costa Este con su llegada a Washington D.C. y a Boston.

La empresa ha abierto un punto de venta en Westfield Montgomery, el principal centro comercial de la zona de Rockville, Potomac y Bethesda, y otro en Natick Mall, originalmente el primer centro comercial cerrado del Gran Boston. Ambas tiendas comercializan la línea Woman en exclusiva y presentan el concepto de tienda de inspiración mediterránea New Med, que encarna el espíritu y la frescura de la marca.

La sostenibilidad y la integración arquitectónica son claves en este nuevo diseño, que concibe 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 la cerámica, la toba, la madera, el mármol, el esparto y la piel.

"Tras la excelente acogida de Mango en Nueva York, Miami, Texas, Georgia, California y Pensilvania estamos muy ilusionados de llevar la experiencia de la marca físicamente a Washington D.C. y a Boston como parte de nuestro ambicioso plan de desarrollo para Estados Unidos, uno de nuestros mercados clave" afirma el Director de Expansión y Franquicias de Mango, Daniel López.

En los próximos meses, Mango aumentará su presencia en Washington D.C. con tiendas en el 950 de F Street, en el corazón del distrito comercial Downtown; en Tysons Corner Center, el mayor centro comercial de la zona, y en Pentagon City. La compañía también abrirá dos nuevos puntos de venta en Massachusetts.

MANGO

Estas aperturas forman parte del plan de expansión en Estados Unidos que Mango inició en 2022 tras abrir una *flagship store* en la Quinta Avenida de Nueva York. El objetivo de la compañía es alcanzar las 40 tiendas propias en 2024 y que el país se convierta en uno de los principales mercados del grupo en términos de facturación a través del aumento de su número de tiendas físicas, así como del impulso de sus ventas *online* en [mango.com](https://www.mango.com) y en *marketplaces*.

Plan de expansión en EE.UU.

Mango está presente en Estados Unidos desde 2006. La empresa inició su plan de expansión en Estados Unidos en 2022 con la apertura de la *flagship store* de Mango situada en el 711 de la Quinta Avenida de Nueva York, una de las calles comerciales más exclusivas del mundo, como punto de partida.

Durante la primera fase del plan de expansión, Mango amplió su presencia en la ciudad de Nueva York, tanto en Manhattan como en las zonas circundantes. Tras la apertura de la tienda en la Quinta Avenida, la empresa se centró en aumentar su presencia en el estado de Florida, con la apertura de dos tiendas en Miami y una en Orlando.

En 2023 la empresa se expandió especialmente en el oeste y el sur de Estados Unidos llegando a los estados de Texas, Georgia y California.

Este 2024, Mango pretende abrir 30 puntos de venta en EE.UU. y que el país se convierta en uno de los tres primeros mercados del grupo en términos de facturación en 2026, tras entrar en 2023 en el *ranking* de los 5 mercados más importantes. A principios de año, la empresa amplió su presencia en California llegando por primera vez a San Diego y a Pensilvania con una tienda en el centro comercial King of Prussia, el más grande del estado. Ahora, la compañía desembarca en Washington D.C. y en Massachusetts.

Lanzamiento del programa de fidelización Mango likes you

Este mes de abril Mango también refuerza su presencia en EE.UU. con el lanzamiento de su programa de fidelización omnicanal Mango likes you, cuyo objetivo es crear vínculos más estrechos con sus clientes a través de experiencias relacionadas con los valores de la marca: sostenibilidad, cultura y comunidad. Con este nuevo lanzamiento, el programa, creado en 2019 y con más de 32 millones de miembros, ya está disponible en 16 países.

Los clientes pueden acumular *likes* (puntos) identificándose en el momento de la compra, reciclando prendas en las tiendas Mango a través de la *Recycling Box*, descargando la app de Mango o haciendo check-in en cualquiera de las tiendas, entre otras opciones. Estos *likes* se pueden cambiar por numerosas ventajas, como descuentos en futuras compras, ventajas y experiencias exclusivas para socios -como acceso previo exclusivo a nuevas colecciones y ventas privadas o descuentos en Booking y Daily Yoga- o donar *likes* a proyectos benéficos con los que *Mango likes you* colabora.

Si desea más información, póngase en contacto con
Miki Herráiz
(+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 2023 con una facturación superior a los 3.100 millones de euros, con un 33% de negocio procedente del canal online, y presencia en más de 115 mercados. Más información en [mangofashiongroup.com](https://www.mangofashiongroup.com)