

MANGO

Mango refuerza su presencia en Italia con una quincena de aperturas en 2024 y superará las 100 tiendas en el país



MANGO

- La compañía inaugura una *flagship* de más de 1.300m² en Roma, en la galería comercial Alberto Sordi en Via del Corso, la principal calle comercial de la ciudad.
- Tras esta apertura, Mango proseguirá la expansión de su marca especialmente en el centro y sur de Italia, así como en grandes ciudades del norte como Bolonia, Verona y llegará primera vez a la ciudad de Génova.
- Asimismo, reformará varios puntos de venta en el país para incorporar su concepto de tienda New Med, entre los que destaca la renovación de su *flagship* en Galleria del Corso (Milán).
- Estas aperturas y remodelaciones se enmarcan en el pilar *Expand* del plan estratégico 2024-2026 de Mango que apuesta por el crecimiento de tiendas con un objetivo de más de 500 nuevas aperturas hasta 2026.
- Mango cerró 2023 con 92 puntos de venta en Italia, además de contar con presencia digital a través de su propio canal *online* y otros *marketplaces*.

BARCELONA,

4 DE JUNIO DE 2024

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, prosigue su plan de expansión en Italia y abrirá una quincena de tiendas este 2024 entre tiendas propias y franquicias con las que superará los 100 puntos de venta en el país al finalizar el ejercicio. La expansión se centra especialmente en el centro y el sur de Italia, con foco en la capital, así como en grandes ciudades del norte como Bolonia, Génova y Verona. Además, la compañía prevé la renovación de varios puntos de venta para incorporar su concepto New Med, presente en las principales *flagship stores* de la marca en el mundo.

“La apertura y remodelación de puntos de venta en Italia forma parte de nuestro plan estratégico 2024-2026, que prevé más de 500 nuevas aperturas en los próximos tres años en todo el mundo para seguir reforzando nuestro ecosistema de distribución omnicanal” señala Daniel López, director de expansión y franquicias en Mango. “Italia es uno de los mercados más relevantes en el mundo de la moda a nivel mundial y por tanto es un mercado clave para Mango. El éxito de las aperturas en 2023 nos refuerza en la idea de ir avanzando en capilaridad y acercarnos aún más a nuestros clientes con tiendas donde ofrecerles la experiencia Mango”.

Entre las aperturas más importantes destaca la inauguración de una *flagship* en Roma, en el edificio histórico de la galería comercial Alberto Sordi en Via del Corso, la calle comercial por excelencia de la ciudad. La tienda, con una superficie comercial de más de 1.300m², ofrece productos de las líneas Woman, Man y Kids. La compañía también ampliará su presencia en la capital con un punto de venta en Via Nazionale una de las principales calles de la ciudad. Estas tiendas se suman a las recientes aperturas en los centros comerciales de Porta di Roma y Romaest.

Mango, además, prevé llegar por primera vez a Génova y abrir su primera tienda propia en el centro ciudad de Verona, donde ya cuenta con un punto de venta en el centro comercial Adigeo.

La compañía también reformará cinco puntos de venta en Italia este año para incorporar su concepto de *retail* de inspiración mediterránea New Med. Entre ellas, destaca la renovación de la *flagship* de más de 1.300m² en Galleria del Corso, en el centro histórico de Milán. Mango también proseguirá con el plan de renovación de tiendas en estaciones de tren con los puntos de venta en Florencia y Venecia, ambos con oferta de Woman.

MANGO

El concepto New Med pretende reflejar el espíritu y la frescura de la marca. La sostenibilidad y la integración arquitectónica son la clave de este nuevo diseño que concibe las tiendas de Mango como una casa mediterránea con diferentes espacios en los 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.

Mango en Italia

Mango está presente en Italia desde 2001. Durante la década de los 2010 la compañía amplió exponencialmente su presencia en el país con más de 50 puntos de venta combinando tiendas a pie de calle en las principales ciudades con *córnerns* a lo largo del país.

En 2022 Mango inició un nuevo plan de expansión en Italia. La compañía abrió un ocho nuevos puntos de venta durante el ejercicio con los que consiguió alcanzar cerca de 80 puntos de venta.

El año pasado Mango prosiguió con su plan de expansión con una quincena de aperturas, especialmente en el norte del país, con nuevas tiendas en ciudades como Bolonia, Turín, Brescia o Lonato, así como en grandes ciudades como Roma, Milán, Florencia o Palermo.

A cierre del ejercicio 2023, la compañía contaba con 92 puntos de venta en el país, además de tener presencia digital a través de su propio canal *online* y otros *marketplaces*.

Para más información, contactar 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