

# MANGO

Mango impulsa su propuesta de valor con la nueva entrega de la colección *premium Selection*



# MANGO

- Mango lanza su primera propuesta para este otoño/invierno, pensada para la vuelta a la vida en la ciudad, y que destaca por sus tejidos de gran calidad, que van desde la lana pura, al *cashmere*, la seda o la piel.
- La nueva colección refuerza la palanca Elevate del Plan Estratégico 2024-26, que se centra en impulsar una propuesta de valor diferencial en todas las líneas a través de la aspiracionalidad, la calidad y un estilo propio diseñado en Barcelona.

*BARCELONA,*

12 DE SEPTIEMBRE 2024

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, presenta su primera propuesta para este otoño/invierno con una nueva entrega de su colección *premium Selection*, pensada para la vuelta a la vida en la ciudad. A través de una elegancia cotidiana, la nueva colección destaca por sus prendas versátiles y con personalidad para crear *looks* especiales a la vez que fáciles de llevar, y por sus tejidos de gran calidad, que van desde la lana pura, al *cashmere*, la seda o la piel.

La nueva colección refuerza la palanca Elevate del Plan Estratégico 2024-26, que se centra en impulsar una propuesta de valor diferencial en todas las líneas a través de la aspiracionalidad, la calidad y un estilo propio diseñado en Barcelona, con un excelente servicio al cliente. El Plan Estratégico fue presentado el pasado mes de marzo y contempla alcanzar en 2026 una facturación superior a los 4.000 millones de euros.

“La clienta de Mango siempre ha buscado un producto de tendencia y calidad, a la vez que especial. Por ello, cada una de nuestras prendas se diseña en Barcelona, en nuestra sede, donde trabajamos como un *atelier* de moda y donde un equipo de más de 500 personas diseña, crea patrones y confecciona las prendas. Nuestro proceso creativo y de diseño aúna lo artesanal con lo innovador y tecnológico para ofrecer a nuestras clientas las últimas tendencias a través de productos de alta calidad con materiales más sostenibles”, ha afirmado Luis Casacuberta, director de Producto y Sostenibilidad de Mango.

La nueva entrega de *Selection*, formada por todo tipo de prendas pensadas para la vuelta a una ciudad que ofrece infinidad de planes, potencia la fluidez de la vida moderna con piezas que se adaptan sin esfuerzo a los diferentes escenarios del día a día. Más que para un horario de oficina de 9 a 17h, la colección propone *looks* diseñados para un mundo que se vive 24/7. Desde un *slip dress* que puede usarse para hacer recados rebajando su tono o subiéndolo para llevarlo a una cena, a unos pantalones que sirven tanto para la oficina como para un paseo y un café solo cambiando los zapatos.

La campaña de lanzamiento de *Selection*, que ve hoy la luz, ha sido protagonizada por la modelo Mica Argañaraz en las calles de Londres. También ha contado con la participación de la estilista danesa Alex Carl, que ha aportado su característica mirada para construir diferentes *looks* para una mujer contemporánea que mezcla constantemente referencias masculinas y femeninas.

En el marco de la apuesta de Mango por la calidad de las prendas de sus colecciones, los tejidos –desde la lana pura, al *cashmere*, la seda o la piel– son los verdaderos protagonistas de la nueva entrega de *Selection*, que está compuesta por clásicos que presentan cortes contemporáneos de una cuidada confección. Además, la sastrería elevada y las siluetas inspiradas en los años 60 definen la nueva entrega de *Selection*, que ofrece en sus prendas el balance perfecto entre atemporalidad y tendencia. Las prendas de exterior, que se convierten en las más deseadas en cada entrega de *Selection*, se presentan en envolventes siluetas *cocoon* en piel o lana – con un largo abrigo en pelo verde como protagonista – o bien en *fits* más estructurados que marcan la cintura.

# MANGO

El resto de la propuesta incluye una buena selección de camisería, con detalles especiales como lazos largos. Por su lado, las opciones de vestidos también son amplias, de lenceros más delicados a cortes *mini* o palabra de honor con un gran volumen en la falda. Los pantalones, van del *denim* al capri en piel o el *fuseau*, que se puede usar para crear *looks* basados en superposiciones. Finalmente, los accesorios acaban de completar la colección con varias propuestas de calzado, como botas altas, mocasines destalonados y *mules* con punta, así como bolsos, que han sido diseñados para todos los momentos del día.

## Un proceso de diseño made in Barcelona

Desde su nacimiento, Mango ha puesto la creatividad y el diseño en el centro de todas sus decisiones, con piezas que buscan la diferenciación con un lenguaje propio. La compañía cuenta con una propuesta propia de diseño y un posicionamiento de calidad superior a sus competidores.

Un equipo de más de 500 personas en el área de producto diseña las prendas de Mango en Barcelona, en el Hangar Design Centre. Cada año, Mango crea dos grandes colecciones globales y coherentes a partir de momentos y ocasiones y renueva su oferta con cápsulas de nuevo producto periódicamente para ofrecer a los clientes las últimas tendencias.

De forma anual, la compañía diseña más de 18.000 prendas y accesorios en su sede de Barcelona que son distribuidos alrededor del mundo. Cada prenda, trabajada minuciosamente, requiere un tiempo medio de creación de entre 7 y 8 meses desde que empieza el proceso de diseño hasta la llegada a tienda.

Si desea obtener más información, póngase en contacto con:

Miki Herráiz  
+34 610 449 839  
[miguel.angel@mango.com](mailto:miguel.angel@mango.com)

LLYC  
Violant Flores y Mònica Acero  
+34 646 514 671 / +34 615 075 981  
[vflores@llyc.global](mailto:vflores@llyc.global) / [macero@llyc.global](mailto:macero@llyc.global)

*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 120 mercados. Más información en [mangofashiongroup.com](http://mangofashiongroup.com).*