

# MANGO

Mango continúa su expansión en Estados Unidos con su primera tienda en Seattle



# MANGO

- Tras su desembarco en Nueva York, Florida, Texas, Georgia, California, Pensilvania, Massachusetts y Washington D.C., Mango reforzará aún más su presencia en Estados Unidos con la apertura de una tienda en el estado de Washington.
- La compañía abrirá el año que viene una tienda en Bellevue Square, el centro comercial de referencia de la región de Seattle, que ofrecerá sus líneas Woman y Man y contará con el concepto de tienda de inspiración mediterránea New Med.
- Esta apertura forma parte del ambicioso plan de expansión de Mango en Estados Unidos, cuyo objetivo es alcanzar las 40 tiendas propias en el país a finales de año y que el país se convierta en uno de los tres principales mercados del grupo en términos de ingresos en 2026.

## *BARCELONA,*

25 DE SEPTIEMBRE DE 2023

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, refuerza su presencia en Estados Unidos continuando con su plan de expansión en el país. Tras abrir tiendas en Nueva York, Florida, Texas, Georgia, California, Pensilvania, Massachusetts y Washington D.C., la compañía ampliará aún más su red física con la apertura de su primera tienda en el estado de Washington el próximo año.

Mango tiene previsto abrir una nueva tienda en Seattle. Concretamente, en Bellevue Square, el centro comercial por excelencia del noroeste del Pacífico. La tienda ofrecerá las líneas Woman y Man y contará con el concepto de tienda de inspiración mediterránea New Med, que refleja el espíritu y la frescura de la marca. La sostenibilidad y la integración arquitectónica son claves en este nuevo diseño, que concibe la tienda de Mango como una casa mediterránea donde predominan los tonos cálidos y colores neutros, combinados con materiales tradicionales, artesanales y naturales, como la cerámica, la toba, la madera, el mármol, el esparto y el cuero.

“Estamos encantados de seguir ejecutando nuestros planes de expansión llegando a Seattle, un mercado clave en la Costa Oeste”, afirma el director de Expansión y Franquicias de Mango, Daniel López. “Es un momento muy emocionante para estar en Mango, ya que seguimos llevando la experiencia de la marca en la tienda a más consumidores estadounidenses”.

Esta apertura forma parte del plan de expansión en Estados Unidos que Mango inició en 2022 tras abrir una tienda insignia en la Quinta Avenida de la ciudad de Nueva York. El objetivo de la compañía es llegar a 40 tiendas propias a finales de este año y que el país se convierta en uno de los tres principales mercados del grupo en términos de ingresos en 2026 a través de ventas tanto físicas como de comercio electrónico.

## Plan de expansión en Estados Unidos

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.

# MANGO

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, Mango se expandió en la Costa Oeste y en el Sur, abriendo tiendas en California, Texas y Georgia. Este 2024 Mango ha ampliado su presencia en California, abriendo una tienda en San Diego, y ha llegado a Pensilvania, Massachusetts y Washington, D.C. En concreto, Mango abrió tiendas en el centro comercial King of Prussia de Filadelfia y en el Natick Mall de Boston, los centros comerciales más grandes de cada respectivo estado. En Washington, D.C., Mango abrió tiendas en los centros comerciales Tysons Corner, Westfield Montgomery y Pentagon City y planea abrir en el 950 F de Washington, en pleno distrito comercial del Downtown.

Mango también ha lanzado su programa de fidelización omnicanal Mango likes you, que tiene como objetivo crear vínculos más estrechos con sus clientes a través de experiencias relacionadas con los valores de la marca: sostenibilidad, cultura y comunidad. El programa, creado en 2019, permite a los clientes acumular Likes (puntos) que pueden canjear por numerosos beneficios como descuentos en futuras compras, experiencias exclusivas y beneficios para socios o donaciones a proyectos benéficos con los que colabora Mango likes you.

Para más información, contactar con:

Miki Herróiz

+34 610 449 839

[miquel.angel@mango.com](mailto:miquel.angel@mango.com)

LLYC

Mònica Acero y Eva Pedrol

+34 615 075 981 / +34 650 883 797

[macero@llorentycuenca.com](mailto:macero@llorentycuenca.com) / [epedrol@llorentycuenca.com](mailto:epedrol@llorentycuenca.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 120 mercados. Más información en [mangofashiongroup.com](http://mangofashiongroup.com).*