

MANGO

Mango refuerza su presencia en Irlanda con la renovación de su *flagship* en Dublín



MANGO

- La compañía reabre hoy su tienda de 1.300 m² en Henry Street, la principal calle comercial de Dublín, incorporando el concepto New Med de inspiración mediterránea, que refleja el espíritu y la frescura de la marca.
- La tienda ofrece las líneas Woman, Man y Kids, siendo la primera del país en ofrecer la colección masculina.
- Esta renovación se enmarca en el Plan Estratégico 4E 2024-2026 de Mango que tiene como objetivos reforzar su propuesta de valor diferencial, con un fuerte impulso de la expansión y con la mejora de las ventas en el parque de tiendas existente y en su canal online.
- Mango, presente en Irlanda desde 1998, cerró 2023 con 18 puntos en el país, además de presencia digital a través de su propio canal online y otros *marketplaces*.

BARCELONA,

16 DE OCTUBRE DE 2023

Mango, uno de los principales grupos internacionales de la industria de la moda, continúa con su plan de expansión y consolidación de marca en Irlanda con la reapertura de su *flagship store* en Dublín, ubicada en Henry Street, la calle comercial más importante de la ciudad. La tienda, que cuenta con una superficie de venta de 1.300 m², ofrece ahora productos de las líneas Woman, Man y Kids, siendo la primera del país en ofrecer la colección masculina de la marca.

El punto de venta se ha renovado para incorporar el concepto New Med de inspiración mediterránea, que encarna el espíritu y la frescura de la marca. La sostenibilidad y la integración arquitectónica son claves en este nuevo diseño, que concibe las tiendas de Mango como un hogar mediterráneo con diferentes espacios en los que predominan los tonos cálidos y los colores neutros, combinados con materiales tradicionales, artesanales, sostenibles y naturales.

Con la reforma de la tienda, Mango ha creado una nueva zona de probadores, aumentando su tamaño para hacerlos más funcionales y dotándolos de luces regulables. También se han incorporado nuevas tecnologías y servicios para mejorar la experiencia de compra del cliente, como una zona específica de *click and collect* para la recogida y devolución de pedidos; *Recycling Box*, donde los clientes pueden depositar ropa y calzado usado para dar una segunda vida a sus prendas; y tecnología RFID para un mejor control del stock.

Esta reapertura se enmarca en el Plan Estratégico 4E 2024-2026 de Mango, que pretende reforzar su propuesta de valor diferenciada, con un fuerte impulso de expansión y la mejora de las ventas en las tiendas existentes y su canal online.

Mango está presente en Irlanda desde 1998. La compañía cerró 2023 con 18 puntos en el país, además de presencia digital a través de su propio canal online y otros *marketplaces*.

Para más información, contactar con:

Miki Herráiz

+34 610 498 176

gloria.torrent@mango.com

Mango, uno de los principales grupos internacionales de la industria de la moda, 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.