

MANGO

Mango, premiada por la Cámara de Comercio de España en Italia por su expansión internacional en el país



MANGO

- Mango recibe el prestigioso Premio Camera Spagna-Italia All'Internazionalizzazione por su exitosa expansión internacional en el país, tras sumar más de 30 nuevas tiendas en Italia en los últimos 3 años.
- La institución ha reconocido la trayectoria de Mango, que se ha consolidado como uno de los principales grupos internacionales de la industria de la moda y una de las empresas más relevantes del sector con presencia en más de 120 mercados, cerca de 2.800 puntos de venta y 15.500 empleados en todo el mundo.
- El Plan Estratégico 4E 2024-2026 de Mango contempla más de 500 nuevas aperturas a nivel global, con Italia como uno de los mercados estratégicos principales.
- La compañía realiza una fuerte apuesta por Italia, donde prevé alcanzar los 100 puntos de venta a cierre de 2024, con grandes aperturas y reformas, reforzando así su presencia en este mercado clave.

BARCELONA,

29 NOVIEMBRE 2024

Mango, uno de los principales grupos internacionales de la industria de la moda, ha recibido el prestigioso "Premio Camera Spagna-Italia All'Internazionalizzazione" durante la XVIII edición de los Premios de la Cámara de Comercio Oficial de España en Italia. Este reconocimiento pone en valor la apuesta de Mango por la expansión internacional y su compromiso por consolidarse en mercados estratégicos como Italia, donde continúa fortaleciendo su presencia.

El premio fue recogido por Daniel Yuste, Expansion Manager de Mango, durante la ceremonia que tuvo lugar en el Palazzo Mezzanotte de Milán. Yuste destacó el papel esencial de los equipos internos en el éxito del plan de expansión de la compañía en el país. *"Este reconocimiento es el resultado del esfuerzo conjunto de todos los equipos que hacen posible que Mango siga llevando su pasión por la moda y el estilo de vida a cada rincón del mundo. Italia, como mercado estratégico, seguirá siendo un eje clave en nuestros planes de futuro"*, afirmó.

"Enhorabuena a Mango por el merecido premio, socio sólido y emprendedor de nuestra Cámara, que ha elegido a Italia como mercado estratégico, preparando un plan de desarrollo y crecimiento que sin duda confirmará el éxito obtenido en otros países", destacó Luigi Patìmo, Presidente de la Cámara de Comercio Oficial de España en Italia.

Mango en Italia

Mango está presente en Italia desde 2001. Durante la década del 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 córners a lo largo del país. En 2022, Mango continuó con su plan de expansión en el territorio con la apertura de nuevas tiendas durante el ejercicio con las que consiguió alcanzar cerca de 80 puntos de venta. En 2023, 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 o Turín, así como en grandes ciudades como Roma, Milán o Florencia, lo que llevó a la compañía a cerrar el ejercicio con 92 puntos de venta y presencia digital a través de su propio canal online y otros marketplaces.

En 2024, la compañía ha intensificado su plan de expansión en el territorio, con la apertura de cerca de 15 nuevas tiendas, entre propias y franquicias. 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 y Génova. Entre las nuevas aperturas en Italia realizadas en 2024 destaca la *flagship* de más de 1.300 m² en la galería comercial Alberto Sordi de Roma, ubicada en el corazón comercial de la ciudad, así como la entrada de Mango por primera vez en Génova. Además, la

MANGO

compañía está renovando varios espacios en el país para incorporar el concepto New Med, diseñado para reflejar el espíritu fresco y mediterráneo de la marca. Entre estas renovaciones se encuentra la *flagship* en Galleria del Corso, en el centro histórico de Milán. Mango también continuará renovando tiendas en estaciones de tren, como los puntos de venta en Florencia y Venecia, ambos con oferta de Woman.

Un plan de expansión con el que Mango ha sumado más de 30 nuevas tiendas en Italia en los últimos 3 años, pasando de 73 en 2021, a la previsión de finalizar el ejercicio superando los 100 puntos de venta en el país. Este crecimiento refuerza la posición de Italia como uno de los mercados clave del Plan Estratégico 4E 2024-2026 de Mango, que contempla más de 500 nuevas aperturas a nivel global hasta 2026. Con presencia en las principales ciudades del país, la compañía cuenta actualmente con un equipo en Italia formado por cerca de 700 personas, una cifra que ha crecido un 63% respecto a 2019.

A la vez que celebra 40 años de historia, la marca reafirma su compromiso de seguir inspirando al mundo con su propuesta de moda, fortaleciendo su presencia en mercados internacionales y consolidando su liderazgo en el sector retail. Mango se consolida como uno de los principales grupos internacionales de la industria de la moda, con una destacada presencia en más de 120 mercados, cerca de 2.800 puntos de venta y 15.500 empleados en todo el mundo. En línea con el segundo pilar de su Plan Estratégico 4E, *Expand*, la compañía busca superar los 2.800 puntos de venta a finales de 2024 y alcanzar más de 3.000 tiendas globales para 2026. Este crecimiento permitirá superar el millón de metros cuadrados de superficie comercial, destacando mercados como España, Francia, Italia, Alemania, Reino Unido, Polonia, India, Canadá y Estados Unidos.

Para más información, contactar con:

Glòria Torrent
+34 610 498 176

gloria.torrent@mango.com

LLYC

Mònica Acero y Eva Pedrol
+34 615 075 981 / +34 650 883 797

macero@llorenteycuenca.com / epedrol@llorenteycuenca.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.