

MANGO

Mango potencia su línea juvenil con su primera tienda
Mango Teen en Portugal



MANGO

- Mango sigue el plan de expansión internacional de Mango Teen con su desembarco en Portugal. La compañía inaugura la primera tienda de la línea juvenil en el país con un punto de venta propio en Lisboa, en el centro comercial Vasco da Gama.
- Portugal es el tercer mercado internacional en el que Mango Teen cuenta con una tienda *stand-alone* después de las aperturas en Londres y Andorra el año pasado.
- La línea juvenil, que nació en 2021, prácticamente duplicó su parque de tiendas en 2024 superando los 40 puntos de venta, además de contar con presencia en 95 mercados a través del canal multilínea y el *online*.
- Durante 2024 Mango Kids y Teen registraron un crecimiento de doble dígito en su facturación.
- La expansión de Mango Teen forma parte del Plan Estratégico 4E 2024-2026 de la compañía, 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*.

BARCELONA,

27 DE ENERO DE 2025

Mango, uno de los principales grupos internacionales de la industria de la moda, avanza en el crecimiento e internacionalización de su línea juvenil Mango Teen con su primera tienda física en Portugal. Casi cuatro años después de su lanzamiento, la línea para adolescentes abre su tercera tienda independiente fuera del mercado español, con un punto de venta en Lisboa, en el centro comercial Vasco da Gama, ubicado en el Parque das Nações.

“La inauguración de la primera tienda Mango Teen en Portugal muestra nuestra voluntad de seguir inspirando y llevando nuestra pasión por la moda al público juvenil” explica Berta Moral, directora de Mango Kids y Teen. “Se trata de un paso más en nuestra apuesta por la expansión internacional de Mango Teen que iniciamos el año pasado y que continuaremos potenciando en los próximos meses para consolidar una oferta global que da respuesta a todos los segmentos, desde mujer, hasta hombre, niños y adolescentes”.

El nuevo punto de venta ocupa una superficie de 200 m² e incorpora el concepto de inspiración mediterránea New Med, que encarna el espíritu y la frescura de la marca. La sostenibilidad y la integración arquitectónica son claves en este nuevo diseño, que concibe la tienda Mango como un hogar mediterráneo con diferentes estancias en las que predominan los tonos cálidos y los colores neutros, combinados con materiales tradicionales, artesanales, sostenibles y naturales.

En los próximos meses, Mango ampliará su línea juvenil en el mercado luso con un nuevo punto de venta de Mango Teen en el centro comercial UBBO de Amadora. Además, a lo largo del 2025, la compañía tiene previsto aumentar su capilaridad en Portugal con dos *flagships* que distribuirán las líneas Woman, Man y Kids en Porto y en otra localidad al sur del país.

La expansión de Mango Teen se enmarca en el Plan Estratégico 4E 2024-2026 de la compañía, que nace con el propósito de impulsar la propuesta de valor diferencial de Mango, la apuesta por la innovación y sostenibilidad y el impulso de las ventas mediante una gran expansión de su parque de tiendas y el crecimiento de todos sus líneas y canales.

MANGO

El crecimiento de Mango Teen

Mango Teen nació en 2021 con el objetivo de satisfacer las necesidades de moda entre la infancia y la adultez, presentando alternativas atractivas para los jóvenes. “La línea llena un vacío existente en el mercado y lo lidera con diseños actuales, frescos y juveniles, marcando el ritmo de la moda joven contemporánea”, destaca Moral.

Combinando lo clásico con toques contemporáneos y una estampación innovadora y llamativa, la línea cuenta con una amplia variedad de prendas que abarcan desde vestimenta hasta calzado, accesorios y ropa de deporte, ofreciendo la posibilidad de crear atuendos completos y adaptables para diversos momentos clave desde el día a día a planes de noche y eventos formales.

En sus inicios, Mango Teen se comercializó a través del canal *online* en cerca de 50 mercados, así como en *pop ups* en grandes ciudades de España y con oferta física permanente en tiendas de Mango Kids. En 2022 se inauguraron las primeras *stand-alones* de la línea juvenil y en 2023 y 2024 Mango Kids y Teen registraron un crecimiento de doble dígito en su facturación.

El año pasado Mango Teen inició un ambicioso plan de expansión con una quincena de aperturas en España y el salto internacional con su primera tienda propia fuera del mercado español con un punto de venta en Londres, cerca de Carnaby, uno de los distritos más vibrantes del centro de la ciudad. Asimismo, en verano inauguró una tienda en Andorra, en el centro comercial Illa Carlemany de Escaldes. A cierre de 2024, la línea disponía de más de 40 puntos de venta y presencia en 95 mercados a través del canal multilínea y el *online*.

Las previsiones de este 2025 pasan por seguir incrementando la oferta física de Mango Teen a nivel internacional con el desembarco en Portugal, así como consolidar la presencia en España con más de una quincena de aperturas.

Para más información, contactar con:

Glòria Torrent

+34 610 498 176

gloria.torrent@mango.com

LLYC

Eva Pedrol

+34 650 883 797

epedrol@llorenteycuenca.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