

MANGO

Mango aumenta un 26% su valor de marca,
según Kantar BrandZ 2025



- La marca global de moda se consolida como una de las marcas más valiosas de nuestro país y se sitúa en el puesto número 15 del ranking, según el informe [Kantar BrandZ Top 30](#).

MANGO

- Además, la organización reconoce a Mango con el galardón Excelencia MDS por ser la marca que más crece en las tres métricas que Kantar identifica para un crecimiento saludable: diferenciación, relevancia y notoriedad

BARCELONA,
13 FEBRERO 2025

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, se ha consolidado como una de las marcas más valiosas de España, según el informe [Kantar BrandZ Top 30](#). La compañía ha incrementado su valor en un 26%, hasta los 1.800 millones de dólares, y se sitúa en el puesto número 15 del ranking. Este notable crecimiento, 11 puntos por encima de la media, pone de manifiesto el éxito continuo de Mango en la industria de la moda, y la consolida como un referente tanto a nivel nacional como internacional, destacándose no solo por su capacidad de crecimiento, sino también por su enfoque en la sostenibilidad, la innovación y la constante evolución de su oferta.

Además, en esta edición de 2025 Mango ha sido galardonado con el premio *Excelencia MDS* por ser la marca que ha crecido de manera más consistente en las tres métricas que Kantar identifica como vitales para un crecimiento saludable: diferencia, relevancia y notoriedad. Esta distinción subraya el éxito de Mango en ofrecer una propuesta de valor única, basada en un producto de diseño propio, diferencial y de calidad, que ha conectado de manera efectiva con los consumidores, permitiéndole afianzar su presencia en los mercados globales. El reconocimiento refuerza la consolidación de la compañía, que en 2024 celebró su 40 aniversario, con los mejores resultados de su historia (una facturación de 3.100 millones de euros) y con una expansión y crecimiento internacional que la ha llevado a tener 2.800 puntos de venta en 120 países en 2024.

El estudio ha sido presentado hoy en un evento exclusivo celebrado en las oficinas de Kantar en Madrid, donde cinco marcas líderes han compartido sus estrategias para seguir creciendo y consolidando su valor de marca. Mango, en posición 15 y ganadora del premio Excelencia MDS, ha participado de la mano de **Anabel Rodríguez**, Customer Experience Director, quien ha compartido cómo consigue diferenciarse de una forma relevante en un mercado tan competitivo y fragmentado como la moda. La compañía ha trabajado de manera muy consistente una combinación entre contar con una visión inspiradora de la marca y crear y ejecutar un plan estratégico bien definido. El sector de la Moda sigue siendo uno de los grandes protagonistas concentrando un 40% del valor total del ranking Top 30.

En conjunto, el total de las 30 marcas españolas más valiosas que participan en el ranking ha aumentado su valoración en un 15% respecto al año pasado, hasta los 116.000 millones de dólares. Además, el crecimiento de las marcas españolas está muy por delante del de las principales marcas en otros mercados europeos, incluidos Italia y el Reino Unido reflejando el dinamismo visto en la economía española y, de hecho, dos tercios de las marcas en el ranking español han aumentado su valor en el último año.

El informe Kantar BrandZ Top 30 de las marcas españolas más valiosas 2025 ofrece el ranking más exhaustivo y fiable, respaldado por las opiniones de más de 85.000 encuestados sobre 1.200 marcas en 98 categorías diferentes. Para ser incluidas en este ranking, las marcas deben cumplir con criterios estrictos de elegibilidad: tener origen en España y ser propiedad de una empresa que cotiza en una bolsa de valores de prestigio o cuya información financiera esté disponible públicamente. Este riguroso enfoque asegura que el ranking refleje las marcas más destacadas y relevantes del mercado español.

Descárgate el informe Kantar BrandZ Top 30 marcas españolas más valiosas, [aquí](#).

MANGO

Para más información:

Miki Herráiz

+34 610 449 839

miguel.angel@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 el 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.