

MANGO

Mango lleva la oferta de Man y Kids y el concepto New Med a Niza por primera vez con una mayor tienda en Cap 3000



MANGO

- Tras un proceso de relocalización, Mango inaugura una *flagship* de cerca de 1.000m² en Cap 3000 de Niza, el 'Mejor Centro Comercial del Mundo' según MIPIM Awards 2022, un certamen inmobiliario de renombre internacional.
- El nuevo punto de venta cuenta con mayor superficie comercial y se convierte en el primero en Niza con oferta de las líneas de Man y Kids.
- La tienda también es la primera de la ciudad en incorporar el concepto de inspiración mediterránea New Med, que encarna el espíritu y la frescura de la marca.
- Esta relocalización 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 Francia desde 1998, cerró 2023 con 238 puntos de venta en el país, además de contar con presencia digital a través de su propio canal *online* y otros *marketplaces*.

BARCELONA,

11 DE JUNIO DE 2024

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, prosigue su plan de expansión y consolidación de marca en Francia. Tras un proceso de relocalización, la compañía inaugura un nuevo espacio de venta en en Niza, en Cap 3000, el 'Mejor Centro Comercial del Mundo' según MIPIM Awards 2022, un certamen inmobiliario de renombre internacional.

El nuevo punto de venta amplía su superficie hasta los cerca de 1.000m² y distribuye producto de Woman, Man y Kids, convirtiéndose así en el primero de Niza en ofrecer las líneas masculina e infantil. La tienda también es la primera de la ciudad en incorporar el concepto New Med, que pretende reflejar el espíritu y la frescura de la marca.

La sostenibilidad y la integración arquitectónica son la clave de este nuevo diseño que concibe las tiendas de Mango como una casa mediterránea con diferentes espacios en los que predominan los tonos cálidos y los colores neutros, combinados con materiales tradicionales, artesanales, sostenibles y naturales como la cerámica, la toba, la madera, el mármol, el esparto y la piel.

“La reubicación de nuestra tienda en el centro comercial Cap 3000 de Niza forma parte de nuestro plan estratégico 2024-2026, que prevé más de 500 nuevas aperturas en los próximos tres años en todo el mundo para seguir reforzando nuestro ecosistema de distribución omnicanal” señala Daniel López, director de expansión y franquicias en Mango. “Francia es uno de los mercados más relevantes en el mundo de la moda a nivel mundial y por tanto es un mercado clave para Mango”.

Mango está presente en Francia desde 1998 y cerró 2023 con 238 puntos de venta en el país, además de contar con presencia digital a través de su propio canal *online* y otros *marketplaces*.

Para más información, contactar con:

Miki Herráiz

+34 610 449 839

miguel.angel@mango.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