



Antoine Griezmann renueva como imagen de Mango Man

El futbolista francés vuelve como imagen de la línea masculina en su campaña para este otoño

MÉXICO, 26 SEPTIEMBRE, 2022

Mango Man continua su apuesta por Antoine Griezmann tras renovarlo como imagen de la marca para el lanzamiento de su nueva colección de este otoño 2022. La línea masculina de Mango, que nació en 2008 con el propósito de ofrecer a los hombres moda masculina actual y moderna, ha encontrado en el jugador francés la esencia desenfadada, relajada y auténtica que esta busca transmitir a través de las colecciones urbanas y cosmopolitas de la línea.

Mango Man, que ha contado en el pasado con grandes talentos en sus campañas como Gerard Piqué, Zinedine Zidane, Adrien Brody o Andrés Velencoso, presenta para este otoño una serie de looks que se adaptan a la forma en la que el jugador francés viste y se expresa fuera del campo. Antoine Griezmann cambia el juego siendo siempre fiel a sí mismo. La actitud lo es todo.

La colección la conforman prendas de diseño basadas en clásicos actualizados de calidad, dándoles el toque justo de moda, adaptando las tendencias a un estilo fácil, para el día a día. Prendas que responden a las necesidades de la temporada: abrigos y jerséis de lana italiana, pantalones denim con patrones actualizados, sobrecamisas, anoraks con función termorreguladora, trajes con un diseño más casual...

Mango Man cuenta con varios estilos dentro de sus tiendas, para cubrir las necesidades de sus clientes. Una línea *smart casual* con prendas para el día a día enfocada a un público más adulto y urbano; y una línea *casual*, con prendas actuales y juveniles. También encontramos una línea de sastrería, con trajes de diferentes estilos, y patrones; una línea *trendy*, con prendas más moda, así como una línea *denim*, con prendas más *timeless*.

Para más información, contactar con:
Montserrat Gómez
55 34 66 15 89
montserrat.gomez@another.co

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 el 2021 con unos ingresos de 2.234 millones de euros, con un 42% de negocio procedente del canal online y presencia en más de 110 mercados. Más información en www.mango.com