

MANGO

MANGO celebra la apertura de su nueva *flagship* store en la Quinta Avenida de Nueva York

- El evento reunió a Katie Holmes, Tommy Dorfman, Annabelle Wallis, Julia Von Boehm, Camille Charrière, Sofía Sánchez de Betak y otras celebridades amigos de la marca.
- **MANGO** lleva al Metaverso a Miró, Tàpies Barceló y convierte su tienda de la Quinta Avenida en un museo físico, digital y virtual.
- Con esta apertura, la marca impulsa su expansión en Estados Unidos con el objetivo de alcanzar 40 puntos de venta en 2024.
- El espacio es uno de los primeros del mundo en contar con el nuevo concepto de interiorismo inspirado en el Mediterráneo.

Ciudad de México, 13 de Mayo del 2022 – Situada en una de las mejores ubicaciones de Nueva York, **MANGO** abre al público su nueva *flagship* store en la Quinta Avenida, una de las primeras en el mundo en desplegar el nuevo concepto de tienda de estilo mediterráneo.

Para la celebración, la marca contó con algunas de las personalidades más destacadas de la industria de la moda y el cine, como [Katie Holmes](#) y [Tommy Dorfmann](#), editores e *influencers* como [Camille Charrière](#) y [Julia Von Boehm](#). También asistieron al evento las **MANGO Girls** [Sofía Sánchez de Betak](#), [Veronika Heilbrunner](#), [Nuria Val](#), [Marem Ladson](#), [Leti Sala](#), [Gemma Galán](#), [Yan Yan Chan](#), [Arpana](#), [Gala Gordon](#), [Christine Andrew](#) y los **MANGO Men** [Marc Forné](#), [Joan Palà](#) y [Miguel Carrizo](#). Además de un *cocktail* en tienda, esa misma noche, la firma española ofreció una cena íntima en el restaurante Balthazar, uno de los más icónicos de la ciudad.

La nueva *flagship store* está situada en el edificio Grande Dame, en el número 711 de la Quinta Avenida y cuenta con una superficie de 2.100 m², donde se comercializan las líneas *Woman*, *Man* y *Kids*. Se trata de un edificio histórico de finales de 1920, galardonado por su elegancia y belleza, que ha sido sede de importantes compañías como NBC, Columbia Pictures y Coca-Cola.

El nuevo espacio presentará las últimas colecciones de la marca para la temporada Primavera/Verano 2022. Por un lado, incluirá la línea más formal de la cápsula inspirada en los años 90, llena de los colores más en tendencia como amarillo, verde y rosa. Por otro lado, también encontraremos colecciones más relajadas y de estilo mediterráneo, como la llamada *Visions of Summer*, con lino o algodón como tejidos estrella y tonos más neutros como marrón, blanco, azul o naranja.

MANGO

El concepto de tienda está inspirado en la cultura popular del Mediterráneo, en la calidez y la naturalidad de su gente, el arte y el espíritu alegre, que son la base del ADN de **MANGO**. El espacio tiene como objetivo no solo exhibir las últimas colecciones de la marca, sino también convertirse en un centro que acerque la experiencia y la cultura regional a los clientes, haciéndoles partícipes del estilo de vida que caracteriza a la firma e invitándoles a disfrutarlo y formar parte de él, además de mejorar la distribución de las colecciones y el recorrido por la tienda.

El proyecto arquitectónico de este nuevo punto de venta ha sido concebido con el objetivo de generar un bajo impacto ambiental, por lo que se ha respetado la estructura existente y se ha dado una segunda vida a suelos, techos, iluminación e instalaciones. Además, los revestimientos interiores han sido producidos a partir de materiales biodegradables de naturaleza orgánica. En total, hasta un 70% de los materiales han sido reutilizados en este proyecto. La tienda también dispondrá del concepto *Committed Box*, contenedores en los que los clientes podrán depositar textiles y calzado para dar una segunda vida a sus prendas.

En el Metaverso con Miró, Tàpies y Barceló

Con motivo de esta inauguración, **MANGO** ha creado una colección de NFTs con obras de tres reconocidos artistas españoles: Joan Miró, Antoni Tàpies y Miquel Barceló.

Durante diez días, la nueva tienda será un museo físico, digital y virtual, ofreciendo una experiencia única que une arte, moda y tecnología. El espacio acoge las obras físicas de los tres reconocidos artistas junto con pantallas en las que se muestran los NFTs. La colección también está expuesta en el Metaverso de Decentraland, siendo la primera vez que una marca sincroniza una experiencia física, digital y virtual. De la mano de cryptoartistas, la firma ha reinterpretado dos obras de Miró (*Oiseau Volant* y *Tête et Oiseau*), dos más de Tàpies (*Ulls i Creu* y *Esgrafiats*) y otra de Barceló (*Dilatation*), dando lugar a cinco NFTs. En la interpretación de las obras, los artistas digitales han incorporado diferentes prendas de la marca de la colección actualmente disponible en tienda. Los cinco NFTs también se subirán a la plataforma *OpenSea*, uno de los principales *marketplaces* de *tokens* no fungibles, utilizando la tecnología *blockchain*, pero no saldrán a la venta.

Para el desarrollo de las obras digitales, la firma española ha colaborado con los artistas Farkas (de origen argentino-húngaro afincado en Buenos Aires y especializado en arte digital) y Marcos Tamargas, uno de los artistas jóvenes más destacados del panorama de la pintura española y, desde 2019, encargado de retratar a todas las mujeres distinguidas con un Nobel. Por otro lado, ha seleccionado al equipo de *La Frontera VR* para que participe en la creación de un NFT como punto de inicio de su colaboración en la introducción de **MANGO** en los mundos virtuales y el Metaverso.

MANGO

Plan de Expansión

La inauguración en Nueva York supone el punto de partida del plan de expansión que la compañía está impulsando para consolidar su marca en el país. El grupo prevé la apertura de más de una treintena de nuevos puntos de venta durante los próximos tres años especialmente en el sur del país, para llegar a 2024 con alrededor de 40 tiendas. El objetivo a tres años es que Estados Unidos se convierta en uno de los cinco principales mercados para el grupo en términos de ventas. Además de la expansión de tiendas físicas, el grupo impulsará principalmente su actividad online, basada en su *e-commerce* y en *marketplaces*, con el objetivo de que suponga el 70% del negocio generado en el país.

Acuerdo con Parsons

Para estrechar su relación con la industria estadounidense de la moda, **MANGO** ha sellado un acuerdo con *Parsons School of Design*, una de las principales escuelas de moda del mundo. El objetivo de este acuerdo es apoyar a la nueva generación de líderes globales en el campo del diseño y el *retail* a través de becas de formación. Además, la marca participará en los programas de formación de Parsons (especialmente en el *Fashion Management Program*) aportando su conocimiento y experiencia internacional de la industria de la moda.

###

Acerca de MANGO

MANGO nació en 1984 y, a día de hoy, es uno de los principales grupos de moda del mundo. Con origen y sede central en Barcelona y una plantilla de alrededor de 15.000 empleados, dispone de una extensa red de 803.000 m² en más de 110 países. Desde su Centro de Diseño "El Hangar" en Palau-solità i Plegamans se diseñan cada año más de 18.000 prendas y accesorios acordes a las tendencias de la temporada. La compañía cerró 2019 con unas ventas de 2.374 millones de euros. Más información en www.MANGO.com

Para mayor información:

CONTACTO

another

Montserrat Gómez | PR Expert

montserrat.gomez@another.co