

Mango passe à l'offensive en France

Le groupe catalan a rouvert le samedi 11 juin son flagship parisien du Boulevard Haussmann. Il poursuit son déploiement en France et regarde aussi vers l'Amérique.



Mango Flagship (Mango)

Par [Virginie Jacobberger-Lavoué](#)

Publié le 14 juin 2022

Des vitrines plus grandes, comme les cabines d'essayage. Sur deux étages et avec un esprit « New Med », Mango a rouvert samedi 11 juin son magasin de 1.400 mètres carrés du 54 boulevard Haussmann à Paris. Avant la pandémie, le flagship implanté dans un quartier touristique, proche des grands magasins, recevait annuellement 1,6 million de visiteurs.

À l'occasion de sa réouverture, l'enseigne catalane a détaillé son ambitieux déploiement en France - son deuxième marché derrière l'Espagne. « La France fait partie de nos cinq premiers marchés en termes de chiffre d'affaires », explique César de Vicente, directeur retail monde du [groupe](#) (2,2 milliards d'euros de ventes générées à 42 % par la vente en ligne) indépendant et familial dirigé par Toni Ruiz. « Chez nous, le digital est très dynamique mais la marque est attaché aux magasins physiques et nous croyons aux grands espaces. C'est cette double conjugaison qui assure le succès », estime-t-il.

3,5 millions pour rouvrir 3 boutiques parisiennes

D'ici à 2025, Mango ambitionne d'atteindre 300 points de ventes contre 223 aujourd'hui (en incluant boutiques en propre et franchise). Le groupe, implanté en France depuis 1998, consacre 3,5 millions d'euros d'investissement pour la rénovation de trois boutiques parisiennes.

Il n'exclut pas pour autant la province. Les villes les plus profitables au groupe catalan seraient, selon nos informations, Paris, Bordeaux, Lyon, Marseille, Strasbourg, où il va encore renforcer sa présence tout en misant sur des villes moyennes telles que Reims, Tours, Orange - avec cette année une douzaine de nouvelles boutiques, puis une vingtaine chaque année.

Des rénovations en France comme aux Etats-Unis

Cette accélération commerciale ne se limite pas à la France. Le groupe confirme à l'échelle mondiale un investissement de 15,7 millions d'euros pour la rénovation d'une quarantaine de magasins. Pour le moment, le nouveau concept New Med a intégré, outre Paris, sa boutique emblématique de Barcelone, celle de Berlin ou celle de Londres.

Elle s'est même illustrée de manière plus spectaculaire à New York, avec l'ouverture récente du premier Mango sur la célèbre Fifth Avenue. Mango y a pris ses aises sur 2.200 mètres carrés jadis occupés par Ralph Lauren. L'Amérique fait rêver le deuxième groupe espagnol de prêt-à-porter derrière Zara. Mango ouvrira une importante boutique à Miami en octobre et envisage « d'ici à 2024, de s'implanter au Texas ».