



DOMÈNECH UMBERT

Isak Andik i l'equip de creatius de Mango.

ENTREVISTA A ISAK ANDIK, ADMINISTRADOR GERENT DE 'MANGO'

## «La moda dóna alegries constants»

Amb un sistema de franquícia, Mango ha assolit un volum de vendes de 3.000 milions de pessetes, disposa de 86 botigues a tot l'estat i ben aviat s'escamparà per Europa, amb primera parada a Holanda, sense por a la competència que pugui oposar la moda italiana.

Sílvia Monfort

**Q**uins són els orígens de Mango?

—Mango va començar venent a l'engròs amb un altre nom i compràvem el gènere a una altra gent, però arribà un moment en què vam decidir que havíem de tenir la nostra pròpia identitat, el nostre propi nom i comercialitzar els nostres productes, i va ser quan va sorgir el nom de Mango.

—¿Com se'ls va ocórrer el sistema de franquícia?

—La distribució del producte és

molt important. Fins aquell moment, nosaltres veníem a l'engròs a les tendes de l'estat, però el nostre món és molt voluble i en un moment donat l'amo d'una tenda pot deixar de comprar un producte a un representant i comprar-lo a un altre. Per tot això vam decidir adoptar el sistema de franquícia.

Com que ja teníem molts clients a tot l'estat, vam llançar l'oferta que s'acollissin al sistema de franquícia. Alguns s'hi van adaptar, d'altres no. Els que s'hi van adaptar ens havien d'oferir un local amb les característi-

ques que nosaltres volíem, uns metres determinats, la ubicació, etc.

—¿Quin és el nombre de tendes que actualment funcionen amb aquest sistema?

En tres anys o tres i mig, des que vam obrir la primera tenda fins avui portem 86 tendes a tot l'estat. N'estem molt contents perquè el sistema de franquícia per a la distribució del gènere ha estat ben acceptat, hem cobert tot el mercat estatal i potser obrirem una vintena de tendes més com a màxim.

—El País Valencià, les Illes i Catalunya, ¿què representen per a Mango?

—On Mango ven molt bé és en tota la zona del Llevant. A les Illes tenim dues botigues a Mallorca i Menorca i una a Eivisa. A Catalunya hi ha una vintena de botigues, però després de Catalunya ve València. Suposem que

l'economia deu anar molt bé en tota aquesta àrea, sobretot el Llevant, perquè en totes les tendes que hem obert els amos estan encantats, cada temporada venen més i alguns obren la segona i tercera botiga. Així, Catalunya, el País Valencià i les Illes és l'àrea que més tira de tot l'estat.

—*¿Quanta gent forma l'equip de Mango?*

—L'equip que dirigeix Mango, l'estaf, som 12 persones, totes molt joves, és un equip de gent que va pujant, si ells puguen puja la marca, i entre tots mirem de tirar-hi endavant. Però tot el personal del grup són unes dues-centes persones que treballen en les nostres societats. En tot l'estat hi ha unes sis-centes persones treballant directament i unes dues mil indirectament.

—*¿Què ofereix Mango als seus clients?*

—El primer factor més important és el disseny i tenim els millors dissenyadors de moda. Un altre factor és l'harmonia de les tendes, des dels productes que oferim fins a la decoració de les botigues i el tracte que donem al client. Tenim molt clar que el públic s'ha de sentir molt còmode en les nostres tendes, l'hem de tractar molt bé, i més ara que quan entres a una botiga sembla que t'estiguin fent un favor en vendre't. El públic nostre ha de trobar-s'hi a gust.

En l'actualitat, Mango s'anuncia a les pantalles de televisió i l'eslògan de l'anunci és el títol d'una cançó d'un grup de rock.

—*¿Quina és la generació de Mango?*

—Els clients majoritaris són els que van de 15 a 25 anys. Els *teenagers* són els que més vibren amb Mango, però

també hi ha gent fins als trenta anys que, pels caps de setmana, es vesteix amb productes nostres. De fet, nosaltres fem dues línies: el *casual wear*, que és en el que estem especialitzats, i després el ben vestit. Aquest altre segment és el que va més per a un públic dels 25 anys en avant.

—*Hi ha altres grups de marques que funcionen com vostès. ¿Quina és la competència que això els representa?*

—Si Mango estigués sol en el mercat, hi hauria cua a les nostres botigues per manca de mercaderia. Com que això és impossible, és normal que hi hagi altres comerços. La competència hi és i ho fa molt bé i està molt ben col·locada, però nosaltres tenim el nostre públic i venem molt bé.

—*Per a Mango, ¿què representa el Mercat Comú?*

—Per a nosaltres, l'estat espanyol se'ns queda petit i, a més, el 1992 les marques estrangeres vindran cap aquí i hi haurà una gran competència. Per tant, el nostre producte també ha de sortir a l'estranger. I estem obligats a sortir fora per dos motius. Un, per orgull propi, perquè som de les poquíssimes empreses estatals que utilitza el sistema de franquícies tan dimensionades amb capital 100 per 100 d'aquí.

I segona, perquè ja és hora que, ja que els estrangers vénen cap aquí, que nosaltres sortim fora i muntem el negoci.

—*Hi ha, però, una gran competència europea en el món de la moda.*

—La moda dona alegries constants, perquè si no és una nova tenda que s'obre, és una temporada que ha anat bé o que s'obre una nova fàbrica o es fa un espot publicitari... Cada

moment, cada dia que passa és una il·lusió.

—*¿El disseny italià i parisenc pot representar una gran competència?*

—Sí, clar que sí. Però no ens fa por la competència perquè anem al nostre aire, tenim el nostre públic i quan plou, plou per a tots. No hem de pensar en els problemes que ens portarà sortir a l'estranger, perquè llavors més val que ens quedem a casa. Nosaltres ens hem de superar i procurar ser millors que ells.

—*¿Quina serà la primera destinació de Mango a Europa?*

—D'entrada anirem a Europa i després també volem arribar fins als EEUU. I dins d'Europa, primer serà Holanda, perquè havia estat el centre de la joventut europea. Després, podem saltar cap a Alemanya i si fa falta, a Anglaterra i França.

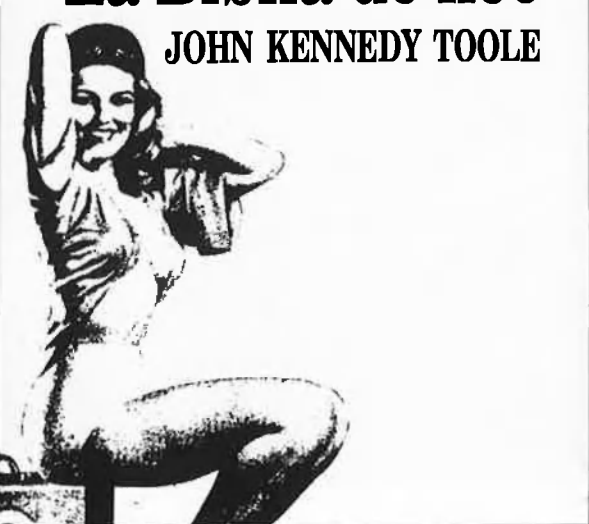

De fet, una vegada es posa un peu a l'estranger, la resta ja roda sol. Ens havia passat el mateix quan vam posar la primera botiga fora de Barcelona, a València. Llavors també ens semblava que seria molta feina controlar una tenda que et queda més llunyana... però va ser obrir a València i no parar d'obrir botigues en tot l'estat. I en l'estranger passarà el mateix.

—*¿Com pensa afrontar Mango la competència estrangera?*

—El més important de tot és tenir un disseny propi per a poder sobreviure i competir.

—*¿Quines són les xifres de vendes de Mango?*

—El grup sencer està pels 3.000 milions de pessetes de vendes al carrer i estem a un milió i mig de vendes d'articles a l'any. □

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| <p>EDICIONS DE LA MAGRANA<br/>(Meridiana, 4)</p> | <p><b>La Bíblia de neó</b><br/>JOHN KENNEDY TOOLE</p>  | <p>EDICIONS DE LA MAGRANA<br/>(Meridiana, 5)</p> |  <p><b>LA MÀQUINA DE FER FOTOS</b><br/>JEAN-PHILIPPE TOUSSAINT<br/>Traducció de Sergi Pàmies</p> |
|--|---|--|--|