Mimma Gallery lleva su estilo inconfundible a Pamplona

Noticias 24hs | 21/09/2023



La marca de muebles y decoración confirma su evolución con la apertura de la tienda número 23

La marca de muebles y decoración Mimma Gallery continúa creciendo. Esta misma mañana, la reconocida firma ha inaugurado una nueva tienda en Pamplona -ubicada en la calle M de la capital de Navarra-, mediante un acto que se ha iniciado a las once de la mañana y que ha contado con la presencia de la gimnasta, actriz y escritora Almudena Cid. La apertura del nuevo local confirma la evolución de Mimma Gallery, que ya cuenta con 23 tiendas repartidas en la geografía española.

Durante su intervención, Cid ha definido Mimma Gallery y su concepto como “inspiración”. “Es inspiración para este nuevo hogar que estoy creando”, ha dicho la protagonista de la jornada y embajadora de la firma, que también ha valorado “la sinergia preciosa” que se ha establecido entre ella y la marca. “Estoy en un momento de volver a crear mi hogar, mi espacio, y es una alianza perfecta”, ha destacado.

Cid ha estado acompañada por Sergi Balateu, director de marketing de Mimma Gallery, que ha subrayado la “juventud” de la firma, pero también ha realzado “el grupo dedicado exclusivamente al mundo del sofá y al mundo del descanso”. Balateu también ha valorado muy positivamente la

acción de marketing ‘Mimma Móvil’, una iniciativa creada el año pasado donde una furgoneta que tiene como objetivo acercar al territorio las novedades y promociones vigentes. “Es un elemento que estamos utilizando muchísimo en muchas ciudades; le hemos puesto una ruleta dentro para que la gente de la calle que la encuentre pueda participar, venir aquí y recoger su premio y conocernos”, explica.

Con la tienda en Pamplona, la compañía ya ha celebrado hasta seis inauguraciones este 2023. Así pues, la tienda de Navarra se une a las dos que se han abierto en la ciudad de Vitoria, a una que ya está operativa en Durango y a otra inaugurada en Torrejón de Ardoz. Una tendencia creciente, no obstante, que no está previsto que termine aquí, puesto que la estrategia de la marca es evolucionar con nuevos locales para difundir sus productos basados en la calidad, el estilo y la comodidad. Para promover, en definitiva, un nuevo concepto de decoración.

Autor: Redacción