

M O R A N A



Morana

Depuis 2002, le réseau de franchises Morana, seconde marque du Groupe Ornatus, se distingue dans le secteur des accessoires et des bijoux fantaisie de qualité. L'idée est venue lorsque l'on a constaté que la grande majorité des consommateurs des centres commerciaux est composée de femmes et qu'il existait une lacune à remplir dans ce secteur.

Informations :

Nombre de points de ventes au Brésil :

Franchises : 93

Magasins propres : 02

Nombre de points de ventes à l'étranger :

2 points de vente à New York et à Los Angeles (EUA)

2 points de vente à Porto (Portugal)

1 point de vente à Bogota (Colombie)

Site :

www.Grupoornatus.com

Contacts Expansion :

(55) 11- 4208-6200

André Momborg :

amomborg@grupoornatus.com

Rodrigo Souza :

exp01@grupoornatus.com

Flávio Nerosi :

exp02@grupoornatus.com

Aujourd'hui, après six ans d'activités, ce sont 100 magasins répartis dans les principaux centres commerciaux du Brésil, outre New York, Los Angeles (EUA), Porto (Portugal) et Bogota (Colombie), créant directement plus de 800 emplois.

En 2008, le chiffre d'affaires sera d'environ 100 millions R\$. L'entreprise a connu une croissance moyenne annuelle de 20 à 25 % dans les quatre dernières années. On prévoit d'atteindre les 500 magasins jusqu'en 2012.

La participation de Morana au Salon des Franchises en France est extrêmement importante, car le Brésil est l'invité d'honneur de l'événement et le Directeur général de l'ABF va assumer les fonctions de secrétaire général du CIF (Conseil International de la Franchise). C'est donc une opportunité unique d'exposer la marque et le travail dans le contexte international et même national, outre l'appui que le gouvernement apporte aux entreprises participantes.

Exportation :

La stratégie d'internationalisation de la marque est de consolider les accords pour commercialiser sous le format store in store, c'est-à-dire, en créant des points de vente dans des magasins qui travaillent déjà dans le secteur de la mode féminine.

Attentes concernant le marché international :

Les attentes pour les prochaines années sont assez positives avec la prospection de nouvelles affaires dans divers pays. Comme la dynamique de la mode dans le monde entier est très rapide et change souvent, Morana veut aller à la rencontre de cette idée.