



O Boticário

L'histoire d'O Boticário a commencé en 1977 sous la forme d'une petite pharmacie de manipulation dans le centre de Curitiba, capitale de l'état du Paraná (PR) dans le sud du Brésil.

Informations :

Nombre de points de ventes au Brésil : 2.660

Nombre total de franchisés au Brésil : 930

Nombre total de magasins franchisés : 2.602

Magasins propres : 58

Nombre de points de ventes à l'étranger :
Mille points de ventes et 73 magasins dans 15 pays

Site :
www.Boticario.com

Contacts :

Expansion

Roberto Garcia Neves,
Diretor Internacional, et
Conrado Pegas de Lima,
Gérant commercial
International -
conrado@Boticario.com.br

Aujourd'hui O Boticário est une des entreprises de cosmétiques les plus connues du Brésil et le plus grand réseau de franchise du monde de ce secteur. Avec 195 magasins ouverts au Brésil seulement en 2008, l'entreprise compte 2660 magasins dans tout le pays et espère ouvrir au moins 100 magasins de plus en 2009. La marque est présente aussi dans mille points de vente et dans 73 magasins exclusifs distribués dans 15 autres pays.

La fabrique, inaugurée en 1982 à São José dos Pinhais, région métropolitaine de Curitiba, comporte actuellement 39 000 mètres carrés de superficie et emploie 1400 personnes. 14 000 emplois supplémentaires découlent directement ou indirectement de son réseau de magasins au Brésil.

Le portefeuille d'O Boticário comporte près de 600 produits de parfumerie, maquillage, soin du corps, soin du visage, produits solaires, déodorants, savons et shampoings. Environ 300 articles, parmi lesquels des produits de ligne et des éditions limitées sont lancés tous les ans par la marque.

L'usine O Boticário et le réseau de magasins ont connu un accroissement bien supérieur à celui de ce secteur du marché brésilien ces dernières années. En 2008, le réseau a engendré des gains de 2,8 milliards R\$.

Système de franchise

La première franchise a été ouverte en 1981 à Brasília, capitale du Brésil. En 1985, la société avait déjà 500 franchisés répartis dans tout le Brésil. Dans la même année, le système de franchise a été effectivement incorporé à l'affaire et tous les magasins ont pris le nom de « O Boticário », avec la même apparence et un service standardisé.

Marché international

En 1987, la marque a commencé ses activités à l'international, en commençant par le Portugal. Actuellement, la société est présente aux États-Unis, au Japon, en Angola, en Arabie Saoudite, au Venezuela, en Afrique du Sud, au Mozambique, en Colombie, au Paraguay, en Uruguay, en République Dominicaine, au Pérou, au Cap Vert et en Namibie ; au total 15 pays.

Récompenses

2006:

- Le président d'O Boticário de l'époque et président actuel du Conseil d'administration, Miguel Krigner, reçoit à New York, le Prix de Détaillant International de l'Année (The International Retailer of the Year), concédé par la Fédération Nationale de la Vente au Détail des États-Unis - The National Retail Federation (NRF). Ce prix récompense les entreprises et chefs d'entreprise de la vente au détail qui ont contribué de façon remarquable au secteur par leur leadership, leur créativité et le caractère innovant de leurs produits.

2008:

- O Boticário a été élu l'entreprise ayant le meilleur design de magasin en centre commercial de l'Amérique Latine, par l'International Council of Shopping Centers (ICSC), la plus grande entité mondiale du secteur.

- O Boticário a gagné le prix de Meilleure franchise du Brésil, et pour la quatrième année consécutive, celui de Meilleure franchise du secteur des cosmétiques décerné par le magazine le plus important du secteur (Pequenas Empresas & Grandes Negócios).

Projets

Avec sa participation au Salon des Franchises en France, O Boticário est sûr qu'il va accroître sa visibilité sur le plan international, plus particulièrement parce que ce salon est organisé dans le pays mondialement connu comme le berceau de la parfumerie et comme une icône internationale du secteur du cosmétique.