MOLLY BRACKEN

CORPORATE OVERVIEW - ALL BRANDS

English

WELCOME
The company

LILI SIDONIO, creator and muse of her own brand.

With over 7,600 points of sale worldwide, and coverage in Europe, the United States, Canada, Oceania, Latin America and Asia, the Gabrielle, Molly Bracken, Lili Sidonio and Molly Bracken Girl brands represent a complete fashion pool and a complete offering.

Molly Bracken's history stretches beyond borders and time, to the Irish countryside of the 1920s, where sepia photographs of a young woman discovered by Catherine and Julian Sidonio became a real source of stylistic inspiration for these two fashion enthusiasts. A unique heritage and history that the brand's two designers wanted to pass on through collections mixing bohemian and retro chic.

Drawing on their fashion expertise, in 2008 they created Molly Bracken, a brand dedicated to today's women, with beautiful pieces featuring exclusive prints and color.

In 2011, they created Mini Molly, a collection for little girls. Then, in 2016, a first Lili Sidonio capsule collection. The muse and designer of this collection, with its arty pop and graphic accents, is none other than their youngest daughter Lili, then aged 14 when she created the eponymous brand.

2020 and 2021 will see the launch of La Maison Loungewear by Molly Bracken.

2022 will be a landmark year with a major launch: Le Bain by Molly Bracken. A new way of expressing the strengths of our brands: colors, exclusive prints, details, light and subtle materials.

Julian SIDONIO - CEO

Catherine SIDONIO - Co-director and artistic director

In 2023, Lili Sidonio enriches its summer collection with a range of swimwear featuring the brand's fun, colorful codes, while Gabrielle presents a revisited style for the same season, dedicated to chic-bohemianism and assertive glamour..

KEY FIGURES

7,600 points of sale

250 employees

34 countries

5 continents

4 brands

OUR BRANDS

GABRIELLE

WOMEN'S COLLECTION
30 - 40 YEARS OLD
DNA STYLE : BOHEMIAN CHIC
ECO-RESPONSIBLE AND RECYCLED MATERIALS

MOLLY BRACKEN

WOMEN'S COLLECTION
25 - 40 YEARS OLD
DNA STYLE : RETRO BOHEME

CAPSULES COLLECTIONS

LE SOIR par MOLLY BRACKEN

WOMEN'S HOMEWEAR COLLECTION
25 - 45 YEARS OLD
DNA STYLE : LOUNGEWEAR BOHEME VINTAGE

Le Bain par MOLLY BRACKEN

WOMEN'S COLLECTION
25 - 45 YEARS OLD
DNA STYLE : FORMAL WEAR FOR A CHIC AND URBAN WOMAN

LA MAISON par MOLLY BRACKEN

WOMEN'S SWIMWEAR COLLECTION
20 À 45 YEARS OLD
DNA STYLE : SWIMWEAR

Le Sport par MOLLY BRACKEN

WOMAN'S SPORTSWEAR COLLECTION
20 À 40 YEARS OLD
DNA STYLE : SPORTSWEAR

LILI SIDONIO

WOMEN'S COLLECTION
25 - 35 YEARS OLD
DNA STYLE : POP, ARTY, GRAPHIC

MOLLY BRACKEN Girl

GIRLS COLLECTION
8 - 16 YEARS OLD
DNA STYLE : BOHEMIAN, GIRLY ROCK

KEY DATES

2008
CREATION OF THE BRAND MOLLYBRACKEN

2009
CREATION OF THE POMPOM SWEATER, THE BRAND'S FLAGSHIP PRODUCT

2011
CREATION OF THE BRAND MINI MOLLY

2013
LOGO **REDESIGNED**

MOLLY BRACKEN LAUNCHES ITS **ONLINE STORE**

2016
SUMMER 2016 : MOLLY BRACKEN AND THE FRENCH BRAND « ARMOR LUX » CREATE A CAPSULE COLLECTION

WINTER 2016 : MOLLYBRACKENCREATES **CAPSULE COLLECTION LILI SIDONIO**

THE BRAND'S COMMITMENT TO **ZERO ANIMAL MATERIAL**

2017
SUMMER 2017 : MOLLY BRACKEN CREATES THE **GABRIELLE** BRAND

WINTER 2017 : MOLLY BRACKEN CREATES **THEPREMIUMBRAND**

2018
MOLLY BRACKEN **CELEBRATES ITS 10 YEARS ANNIVERSARY.** REDESIGN OF THE LOGOS.

2019
DEVELOPMENT OF A CSR PROGRAM, DEDICATED TO SOCIAL AND ENVIRONMENTAL ISSUES

2020
MOLLY BRACKEN LAUNCHES ITS NEW **B TO B PLATFORM**

2021
LAUNCH OF THE COLLECTION LA MAISON BY MOLLY BRACKEN

2022
MOLLY BRACKEN LAUNCHES 3 NEW RANGES
LE SOIR
LE BAIN
LE SPORT

2023
LILI SIDONIO LAUNCHES ITS SWIMWEAR RANGE

GABRIELLE PRESENTS HER STYLE SPRING-SUMMER 2023

2024

2025
NEW !

- MOLLY BRACKEN NAMED **COMPANY OF THE YEAR BY TPM**
- CREATION OF A 1000 M² **DESIGN WORKSHOP** AT THE HEAD OFFICE
- LAUCHING OF LIVES STREAMINGS **«RENDEZ-VOUS MODE»**

Lunch on the grass, Molly Bracken - archive

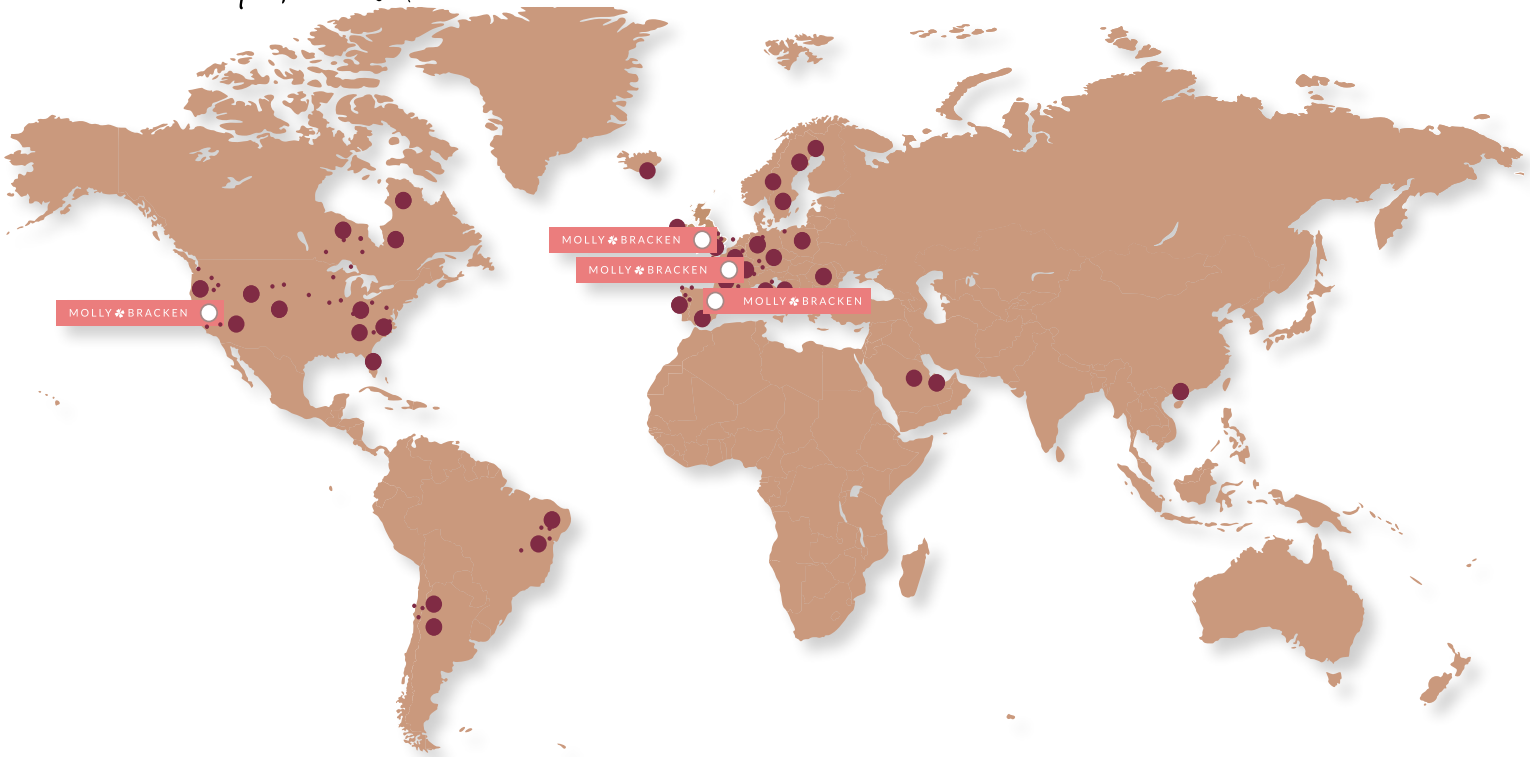
Creation Mini Molly

Molly Bracken S/S 25 collection

Lili Sidonio S/S 25

INTERNATIONAL PRESENCE

Implantation



Our Office 4 (France, Spain, England and USA)

Points of sale 19 out of 7,600 + points

EUROPE

FRANCE
ANDORRA
PORTUGAL
SWITZERLAND
BELGIUM
SPAIN
ENGLAND
ITALY
AUSTRIA
GREECE
LUXEMBOURG
LATVIA
GERMANY
POLAND
NETHERLANDS
LITHUANIA
ESTONIA
IRELAND

INTERNATIONAL

CANADA
USA
MEXICO
EQUATOR
CHILI
COSTA RICA
PORTO RICO
UNITED-KINGDOM
UNITED ARAB EMIRATES
JAPAN
HONG KONG
CHINA
SOUTH KOREA
AUSTRALIA
NEW ZEALAND

A 360° IMPLEMENTATION

OUR TRADE SHOWS

- WHO'S NEXT
- MAGIC VEGAS
- MAGIC NASHVILLE
- COTERIE NYC
- ATLANTA APPAREL
- DALLAS APPAREL
- CHICAGOCOLLECTIVE
- VANCOUVER METRO SHOW
- MIAMI SWIM SHOW

OUR SHOWROOMS

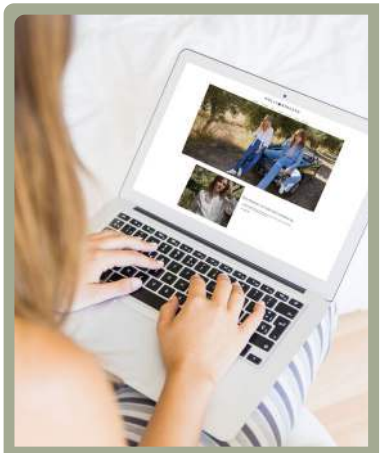
- FRANCE
- LONDON
- SPAIN
- ITALY
- CANADA
- USA

OUR DEPARTEMENT STORES

- SHOPS IN SHOPS
- CORNERS

OUR MULTIMARQUES

- INDEPENDENT MULTI-BRAND CHAINS
- INDEPENDENT MULTI-BRAND STORES



OUR MARKET PLACES

- LA REDOUTE
- EL CORTE INGLÉS
- SHOWROOM PRIVÉ
- VEEPEE ...

OUR SHOWROOMS
Focus

Showroom Valencia - SPAIN

OUR MULTI-BRANDS STORES
Focus

DUGARDEIN 24

Store Dugardein 24 - BELGIUM

ADISTINTA

Store La vie en rose - ITALY

Fashion Mode

Store Fashion mode - BELGIUM

BOTTEGA D'AMORE

Store Bottega d'Amour-GERMANY

SARADAKOS

Store Saradakos - GREECE

Stock Américain

Store Stock Américain - FRANCE

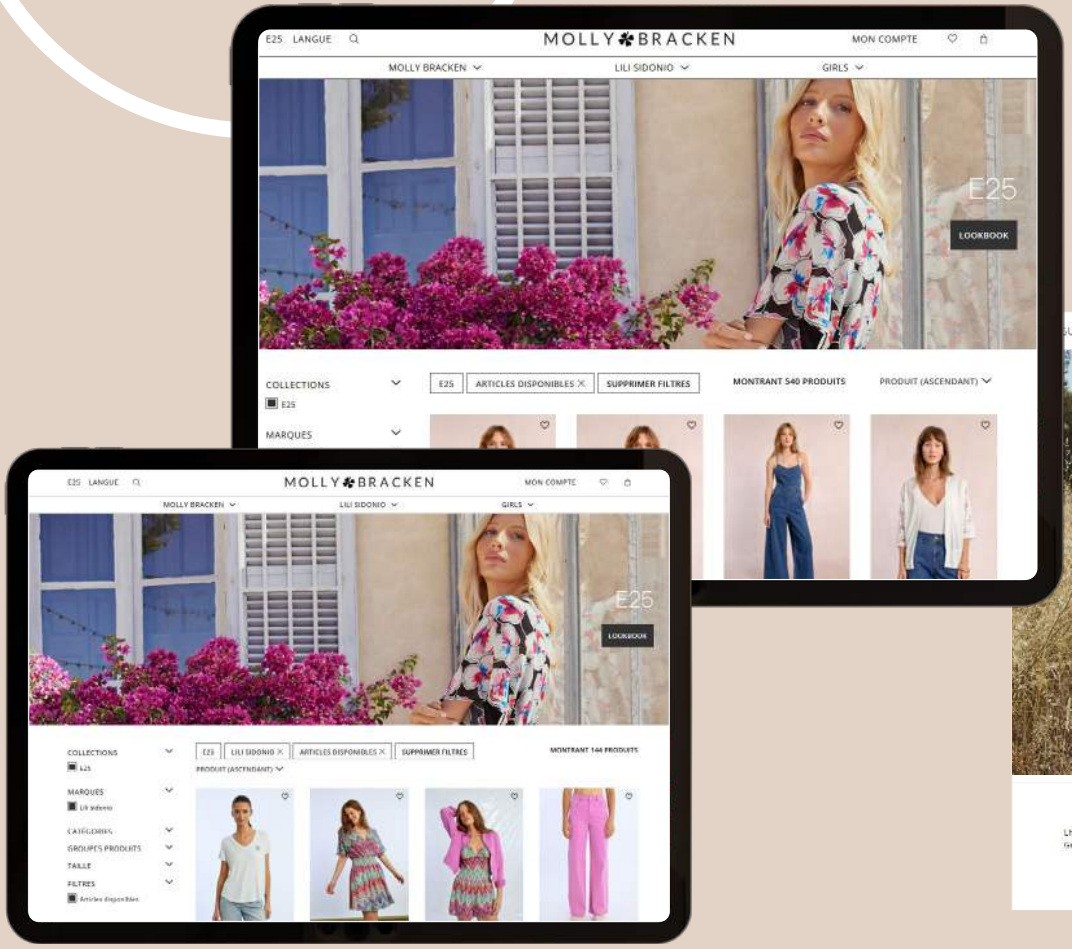
B TO B SITE *Web*

MOLLY BRACKEN

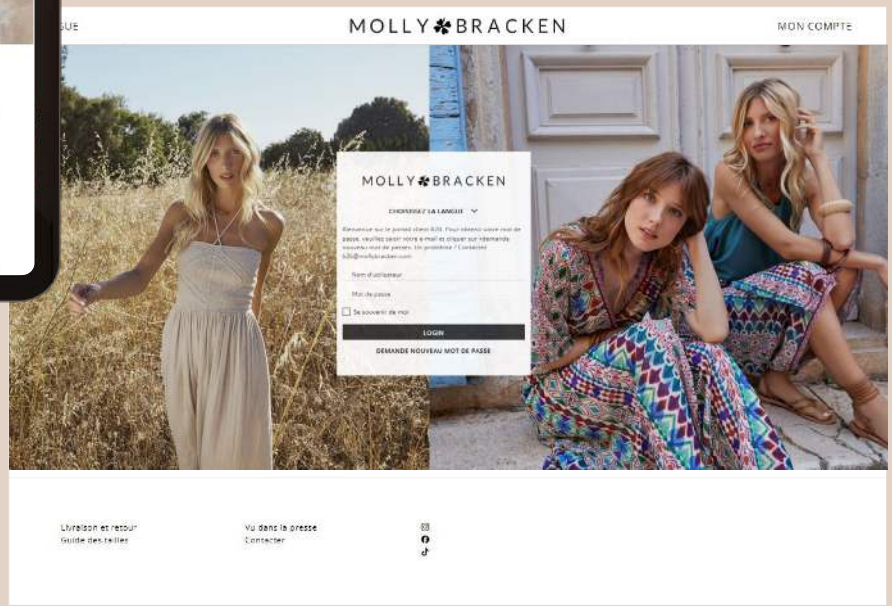
B TO B PLATFORM

Molly Bracken brands are now available on a professional replenishment platform, allowing seasonally active customers to manage their replenishment in a proactive and organized way.

This new logistical resource provides the opportunity to view the entire collection, discover new styles, complete initial orders, better manage market demands and optimize performance.



RESTOCK



MOLLY BRACKEN

BRAND POSITIONING
Focus

Molly Bracken ventures back in time to create a collection inspired by retro-bohemian and vintage styles, all while never losing its iconic French Anglo-Saxon style.

Our collections are dedicated to the active, yet resolutely feminine, women that values responsible fashion at affordable prices. Molly Bracken offers timeless collections, each true to their own theme.

Our collections offers exclusive prints, shapes, materials and colors that keep the woman on-the-go stylish yet comfortable, allowing her to accomplish her wildest dreams.

MOLLY BRACKEN

CAMPAIGN IMAGES

Spring - Summer 2025

MOLLY BRACKEN

BRAND POSITIONING *focus*

Lili Sidonio excels in her **pop** and **urban** style with an **artsy** touch.

She **revisits iconic shapes and silhouettes** from the **80s' and early 2000s**, enjoys reinventing **preppy** and **rock** fashion codes. She reinvents **Must-Haves** by **playing** wih **volumes** and **fabrics**. **Edgy** and **oversize** silhouettes, **flashy** styles: the **LILI SIDONIO** brand takes us to her **stylish** universe with **pop** or **preppy accents**, like a return to her heritage…for a **mulifaceted wardrobe** as today's **young ladies wish** to dress...

CAMPAIGN IMAGES

Spring - Summer 2025

LIILI SIDONIO

MOLLY BRACKEN

MOLLY BRACKEN *Girl*

BRAND POSITIONING *Focus*

Catering to girls from 8 to 16 year olds, the Mini Molly collection highlights bohemian rock accents while prioritizing fabrication, colors and details.

CAMPAIGN IMAGES

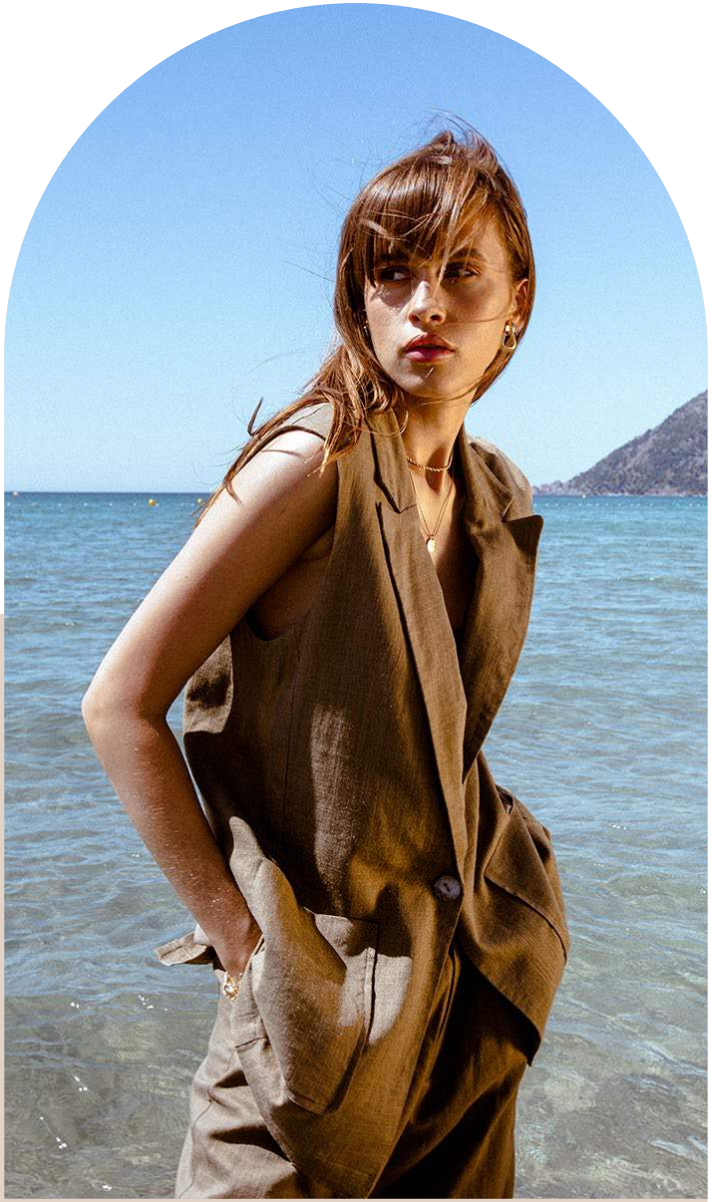
Spring - Summer 2025

GABRIELLE

BRAND POSITIONING
Focus

Dedicated to active women in search of an upgraded wardrobe, Gabrielle offers a stylistic positioning of bohemian chic and assertive glamour.

With an eco-responsible approach, Gabrielle offers iconic pieces with a cruise spirit and subtle, refined materials.



LE SOIR
par
MOLLY BRACKEN

BRAND POSITIONING
Focus

«Le Soir by Molly Bracken» effortlessly combines elegance and romance, using dreamy pastels and elegant lengths.

Maxi dresses, flowing wide-leg jumpsuits and formal dresses complete this subtle, timelessly chic collection.

Le Bain
par
MOLLY BRACKEN

BRAND POSITIONING
Focus

Catherine Sidonio imagined a collection dedicated to beachwear.
Subtly matching Molly Bracken's well known codes and style, Catherine designed 80 romantic, bohemian beachwear pieces, creating a complete collection. The collection invites you to enjoy the sun and embrace your femininity...
Ibiza-style crochet pieces coordinate with long openwork skirts and little halter dresses, beautiful colorblock plains match with coordinating prints, glitter materials with a clubbing spirit play up the shine and coordinate with chic and glamorous swimwear, subtly animal prints win over one shoulder swimsuits, fluid pants, light pareos when pieces with a plant theme, palm trees and colorful patterns, echo the luxuriance of summer.

LA MAISON
par
MOLLY BRACKEN

BRAND POSITIONING
Focus

By creating «La Maison par Molly Bracken», our designer Catherine Sidonio was inspired by our new lifestyles, which combine teleworking with the desire to look good at home.

A chic and comfortable wardrobe, declining the prints of the main line in beautiful kimono-style ensembles. Fine knits, delicate satins and flowing fabrics make up this feminine, colorful loungewear collection.

COMMUNICATION ON A GLOBAL SCALE
Marketing

PRESS OFFICES

- FRANCE
- ITALIA
- PORTUGAL
- GERMANY
- EPHEMERAL POP-UP

MEDIA

- WOMEN'SPRESS
- PORTRAITS AND SUCCESS STORIES
- LARGEOUTDOOR FORMATS
- METRO
- PARIS BUSES
- MALLS

WEB

- WEBSITE
- B TO B SITE
- NEWSLETTERS

SOCIAL MEDIA

- FACEBOOK COMMUNITY
- INSTAGRAM COMMUNITY
- TWITTER COMMUNITY
- TIK-TOK COMMUNITY
- LINKEDIN COMMUNITY
- INFLUENCER PROGRAM

PARTNERSHIPS

- PARTNERSHIPS WITH PRESS AND SOCIAL MEDIA
- GIVEAWAYS
- BRAND PARTNERSHIPS

WOMEN'S PRESS
Marketing

Molly Bracken communicates and has global visibility on an international scale.

Press, billboards, TV, influencers, co-branding, social networks, partnerships, our brands are present across all media and communication outlets and remain at the forefront of innovation.

PORTRAITS AND SUCCESS STORIES
Média

ELLE confidential

NEW ROMANCE

Modern vintage con tocchi wild. Così è la nuova collezione primaverile di **Molly Bracken**. Per un trionfo di femminilità *"soft inclusive"*...

I colori, le stampe, la fluidità, la voglia di giocare con abiti, denim e pezzi *farm-inspired*. Il tutto con quel lato fashion e insieme romantico che da sempre anima la moda firmata Molly Bracken. Un marchio che nasce nel 2008 dai coniugi Julian e Catherine Sidonio, in seguito alla scoperta di una scatola dei ricordi contenente delle foto Anni '20 di Molly, giovane irlandese e nonna di Julian. Oggi è proprio Catherine, co-founder e direttrice artistica del brand, a raccontarci la visione estetica.

Come descrive la moda Molly Bracken?

«Nasce dal desiderio di vestire tutte le donne con un guardaroba ispirato al mio mondo, alla mia sensibilità artistica e ai miei viaggi».

Come portate avanti l'heritage familiare?

«Insieme a mio marito, Julian Sidonio, ho gestito l'azienda sin dall'inizio. Oggi mi occupo della direzione artistica di tutte le linee, dell'immagine, della produzione e delle strategie. La tradizione familiare continua con le nostre figlie: Justine ha aperto il mercato statunitense e canadese, mentre Lili ha la sua omonima collezione fatta di codici pop, arty e preppy».

Quali sono le principali tendenze della collezione P/E 2023?

«Oltre ai maxi fiori protagonisti della stagione, c'è un grande ritorno del denim e del tessuto chambray per abiti fluidi, pantaloni ampi con macro tasche, tute, giacche stampate, patchwork, effetti dipinti o texturizzati. Puntiamo, poi, sul crochet Anni '70 per maglie e costumi da portare al mare insieme alle nostre borse in paglia».

Com'è la donna Molly Bracken?

«Le piace avere un guardaroba vario proprio come la nostra moda, che spazia da look da giorno a quelli active, dal mood più lounge alla linea mare: un vero lifestyle».

Ci parla del progetto *Gabrielle*?

«È una collezione che si declina in tutte le taglie, inclusiva e in stile crociera. Celebra l'estate con abiti lunghi, satinati e glamour, tanto bianco, lavorazioni crochet e ricami con paillettes. Inoltre, la maggior parte dei pezzi è realizzata con materiali ecologici». | **Marta Marioni**

In alto e a sinistra, Alcuni look della nuova collezione P/E 2023 di Molly Bracken, tra maxi abiti chambray, slipdress con volants, cuori e fantasia prairie. Sotto, Un ritratto di Catherine Sidonio, co-founder del marchio francese.

ELLE ITALIA

Moda DETTAGLI CULT DA DARK LADY

Barbora Bobulova IL FILM DI MORETTI? È UNA CAREZZA

ELLE Été

STYLE ON MIXE TOUT... ET C'EST MODE !

PLAISIR À NOUS LA NOUVELLE RÉVOLUTION SEXUELLE !

QUEL EST VOTRE PARFUM ASTRO ?

EDITA NOTRE COVER GIRL

ELLE COTE D'AZUR

FEMME À SUIVRE

LES HOT SPOTS DE... CATHERINE SIDONIO

LA CRÉATRICE DE LA MARQUE MOLLY BRACKEN SE RESSOURCE DANS LE SUD, ENTRE ART ET NATURE... PAR **LAURENCE JACQUET**

Même si Catherine Sidonio Yhuel voyage beaucoup autour de la planète pour Molly Bracken, la marque qu'elle a créée il y a treize ans avec son mari Julian Sidonio, sa base solaire et créative reste le Sud – et plus précisément le Var, dont elle est originaire. Là sont ses attaches, au bord de la mer, où elle vit en famille. On la décrit souvent comme étant « hypercréative », comme d'autres sont hyperactives. À l'image de sa muse rêvée, Molly Bracken (une Irlandaise originale de l'époque post-victorienne), Catherine Sidonio Yhuel est une battante, qui mène avec succès ses vies de femme, mère, dirigeante et amoureuse. C'est une photographie retrouvée de cette aïeule qui fut le point de départ de sa collection à la fois féminine, romantique et rock. La marque Molly Bracken est étoffée de détails vintage et bohèmes, d'imprimés exclusifs, et s'est construite autour de la robe, sa pièce fétiche. La griffe se décline aujourd'hui avec Mini Molly, une ligne destinée aux jeunes filles, Lili Sidonio, créée par sa benjamine, La Maison par Molly Bracken, une capsule lounge wear à l'esprit vintage chic... « Ma priorité, c'est d'augmenter l'écoresponsabilité de mes collections et de les enrichir avec des matières naturelles, organiques ou recyclées. Cet hiver, Molly Bracken collection premium ira dans ce sens. » À côté de cette approche green et durable, Catherine Sidonio Yhuel, grande passionnée d'art, écume les galeries et les musées du monde entier. De vraies sources d'inspiration là aussi !

mollybracken.com

SES SUMMER ADRESSES

Son île déconnexion « J'aime la plage Notre-Dame de l'île de Porquerolles où je me ressource, à vélo ou à pied, en pleine nature, dans ma bulle... Hors-saison, c'est encore mieux ! »
Île de Porquerolles (83). hyeres-tourisme.com

Son repaire arty « La Fondation Maeght, à Saint-Paul-de-Vence, nourrit ma soif d'art et de couleur avec une collection permanente riche en œuvres de Calder, Chagall, Giacometti... »
Fondation Maeght. 623, Chemin des Gardettes, Saint-Paul-de-Vence (06). Tél. : 04 93 32 81 63. maeght.com

Sa table les pieds dans le sable « Idéalement placée face aux 2 frères (ces petits pics rocheux qui émergent au large juste en face, donnant une vision insulaire), La Jetée est une excellente table de poissons locaux - un loup de Méditerranée à tomber - avec une belle carte de vins du sud. L'ambiance y est détendue et sincère... et le sunset, magique. »
La Jetée. 71, avenue de la Jetée, Le Seyne-sur-Mer (83). Tél. : 06 50 91 55 45. lajetee-restaurant-le-seyne-sur-mer.com

Son château épicurien « J'aime la richesse du calendrier des expos du Château La Coste. Côté table et vin, tout y est délicieux. Pour moi, c'est un vrai moment épicurien... » ■
Château La Coste. 2750, route de La Crèle, Le Puy-Sainte-Réparade (13). Tél. : 04 42 61 92 92. chateau-la-coste.com

Porquerolles | Fondation Maeght | La Jetée | Eoni Horn, Château La Coste

PORTRAITS AND SUCCESS STORIES

Média

COSMOPOLITAN

Menu

COSMOPOLITAN

Mode Beauté Culture Lifestyle People Sport Soldes •••

EN CE MOMENT Intuition de championnes Les femmes et le sport

Cosmopolitan > Mode > Inspirations mode > **Tendances mode**

Une plongée dans un Miami néo-rétro avec la nouvelle collection Lili Sidonio

PAR PUBLI-RÉDACTIONNEL PUBLIÉ LE 03/07/2023 À 00:00

Un esprit fun, coloré et glossy nous met dans l'ambiance du Miami des années 80. Imprimés colorblock, signatures flashy et pièces iconiques amusantes jalonnent la collection de prêt-à-porter et de maillots de bains qui reprennent les mêmes codes

Qui est Lili Sidonio ?

Designer, mannequin et égérie de sa propre marque, Lili Sidonio a lancé son projet à l'hiver 2016 alors qu'elle n'avait que 14 ans. Aujourd'hui agée de 21 ans, sa marque est distribuée dans le monde entier à travers des boutiques multimarques et de grands
à la mode, à l'art contemporain et aux voyages, elle se passionne
faire et le design. Autant d'affinités et de compétences qu'elle
institutions de référence : Central Saint Martins College of Art
ge London et Sciences Po Paris.

En lançant des collections aux accents arty, colorés et aux références, Lil
style bien à elle qui permet une mode fun, une garde-robe multiple et d
confortables, un point particulièrement important dans son cahier des

Lili Sidonio excelle dans son style pop et urbain twisté avec décalage et h
revisite avec inspiration les modèles iconiques en réinterprétant les must
nouveau jeu de volumes et de matières. Formes edgy et oversized, couleu
décalés : Lili Sidonio nous entraîne dans son univers tendance pour une
multiple telle que la souhaitent les jeunes femmes d'aujourd'hui.

Un esprit Palm Springs néo-rétro investit la dernière collection. Piscine, sport, shopping et sorties se traduisent par un vestiaire coloré où les total looks jouent les mix and match à la perfection, en denim, print, sequin ou sweat. La tendance de l'ultra-court s'exprime sur des micro-jupes et des micro-shorts, atouts parfaits d'une babydoll 60's en pleine possession de son style. Le glitter brille sur des robes sucrées que l'on porte jusqu'à l'aube dans des night-clubs endiablés. Les roses et les verts sont en ligne de mire de ce style que revisite des ambiances « American diner » où des petites robes multicos se portent avec des teddies bubble-gum et des petites visières colorées. À la plage ou au bord de la piscine, les maillots reprennent le même ADN et les mêmes codes couleurs fun et flashy de la Barbie Girl décalée chère à l'esprit Lili Sidonio !

Et pour retrouver en intégralité cette dernière collection de Lili Sidonio, direction son réseau de magasins multimarques ou le site Internet www.lilisidonio.com.

PORTRAITS AND SUCCESS STORIES

Média

máxima

"É um estilo essencialmente feminino, definido por padrões e cores exclusivas. Este espírito boémio dos anos 70 marca as nossas coleções e é isso que os nossos clientes adoram", conta Julian Sidonio, codiretor da prestigiada marca francesa **Molly Bracken**, que já se tornou um verdadeiro sucesso no universo da moda internacional.

A história de Molly Bracken vai além das fronteiras e do tempo. A marca é francesa, mas a sua criação foi inspirada nas fotografias de uma jovem mulher tirada na Irlanda, nos longínquos anos 20. Molly, a mulher irlandesa da fotografia, elegante, feminina e forte, é nada mais nada menos do que a avó de Julian Sidonio.

"A Molly Bracken era a minha avó irlandesa. Uma figura feminina que simboliza a sua era pós-vitoriana. Depois da guerra, as mulheres, enquanto mulheres acima de tudo, tinham o seu destino nas suas próprias mãos com coragem e resiliência... este destino e esta era inspiraram-nos e são o ponto de partida da aventura da Molly Bracken"

Para os criadores da marca, Julian e a sua mulher Catherine – que também a
papel de diretora artística –, o objetivo e visão das diferentes coleções é **transi**
herança, história distinta e detentora de uma nostalgia quase mística.

"Com a Molly Bracken, queria criar uma marca que estivesse em sintonia con
tempos, oferecendo a todas as mulheres um estilo distinto a um preço contr
por isso que as nossas marcas incluem muitos modelos, com uma vasta gam
cores e tamanhos. **As coleções destinam-se a todos os estilos femininos**. Esta
do nosso modelo de negócio", reflete o codiretor, em entrevista exclusiva à C
sobre as mensagens e valores que pretende transmitir às mulheres através d
Bracken, como homem por detrás de uma marca feminina mas também co

De quem foi a ideia de ter a Lili a desenhar e a dirigir essa linha?

Foi uma ideia conjunta e partilhada. Temos um espírito empreendedor e adoramos moda. Está nos nossos genes. A minha filha Lili Sidonio tinha uma visão de moda muito pessoal... os modelos que queria, os estilos que queria encarnar como jovem e hoje como mulher jovem. Códigos urbanos e artísticos com referências aos anos 80 e 90. Tal como a mãe, a Lili ama arte e dela extrai muitas referências, mas mais contemporâneas: pop art, abstrata ou arte cinética. Estudou na Central Saint Martins School e está agora no King's College, ambas em Londres, para alargar os seus conhecimentos e a sua visão do mundo. É definitivamente uma designer e uma mulher que decide o seu próprio destino.

A Molly Bracken retém na sua essência uma feminilidade única e elegante, combinando harmoniosamente o **estilo boémio e *retro chic*** com uma **feminilidade poderosa**, através da elaboração de peças em renda, lantejoulas e outros tecidos mais delicados.

São os cortes e os detalhes aprimorados que elevam o vestuário e os acessórios, tornando cada coleção uma **ode ao estilo** francês, tipicamente **sofisticado**, e a **originalidade do estilo anglo-saxónico**, refletindo a ascendência irlandesa da marca.

Julian Sidonio, com quem estivemos à conversa, não só é **um homem num mundo de mulheres** como é o ponto de partida e a força impulsionadora do papel disruptivo da Molly Bracken além-fronteiras.

Como nasceu a Molly Bracken?

A Molly Bracken era a minha avó irlandesa. Uma figura feminina que simboliza a sua era pós-vitoriana. Depois da guerra, as mulheres, enquanto mulheres acima
tinham o seu destino nas suas próprias mãos com coragem e resiliência... es
e esta era inspiraram-nos e são o ponto de partida da aventura da Molly Bra

Como define o estilo da "Mulher Molly Bracken"?

É um estilo essencialmente feminino, definido por padrões e cores exclusiv
referências *vintage* são os nossos marcadores, um inteligente *twist* para obt
combinação que mistura vários géneros. Este espírito boémio dos anos 70
nossas coleções e é isso que os nossos clientes adoram.

A pandemia teve impacto no negócio? O comércio retalhista ainda está "vivo e bem"?

A pandemia mudou a situação. Os consumidores mudaram para o mercado online, mas agora estão novamente a virar-se para o retalho. Hoje, é necessário multiplicar os canais de venda, reorganizar a distribuição e adaptar o marketing para atingir múltiplos alvos. Deste lado, somos distribuídos através dos nossos parceiros multimarcas e grandes superfícies, o que nos permite estar amplamente representados sem passar necessariamente para as lojas em nome próprio.

O espaço físico de vendas continua a ser importante na experiência do cliente. O conceito, o contacto com o produto, os cortes, os materiais e o *merchandising* são fundamentais para perceber as coleções. É importante saber como adicionar, alavancar e multiplicar as oportunidades internacionais de modo a chegarmos eficazmente ao cliente final.

"As nossas coleções – femininas e coloridas, com materiais fluídos e suaves – são esporadicamente apreciadas nestas regiões onde o sol é omnipresente"

Atualmente, no mundo da moda, está a ser dada muita atenção à sustentabilidade no processo de produção. Como marca plenamente ecorresponsável, que passos deu a Molly Bracken no sentido de criar uma forma mais sustentável para as novas coleções?

MODA, NOSTALGIA E IRREVERÊNCIA: JULIAN SIDONIO É O HOMEM POR TRÁS DA MARCA FEMININA DO MOMENTO

O nome desta marca francesa é dedicado à avó de Julian, uma mulher elegante, feminina e forte.

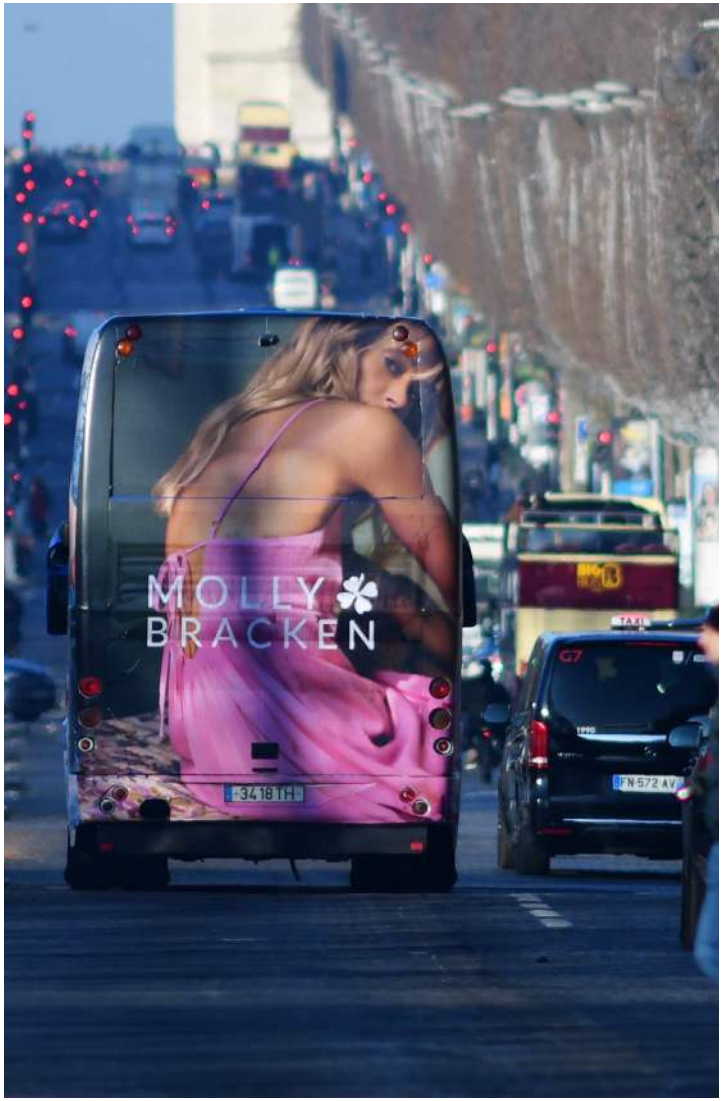
03 DE ABRIL DE 2023

Máxima

undada em 2008 e atualmente com mais de sete mil pontos de venda em todo o mundo, a Molly Bracken é, segundo Julian, dedicada às mulheres de hoje, com peças intempestivas revisitadas.

PARISIAN *Buses*

Busses provide immense brand visibility by being easily spotted amongst the fashion capital's daily crowds and tourists.



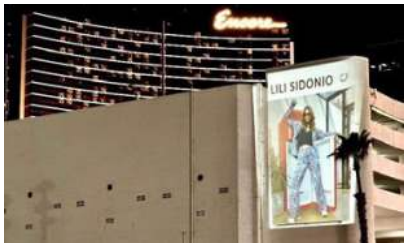
LARGE OUTDOOR FORMATS

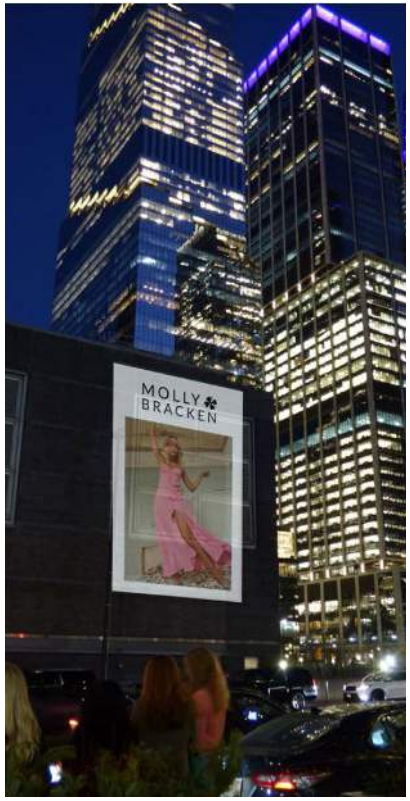
Média

Haussmann Display - PARIS

Haussmann Display - PARIS

Light projections - Magic LAS VEGAS and Coterie NEW YORK



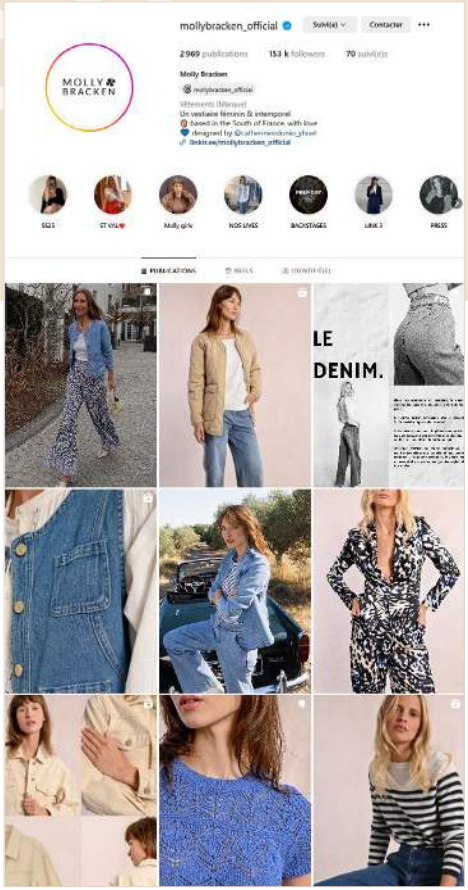


Whether it's a marketplace banner or a billboard in a capital city, Molly Bracken thinks big.

INSTAGRAM, FACEBOOK AND TIKTOK
COMMUNITY

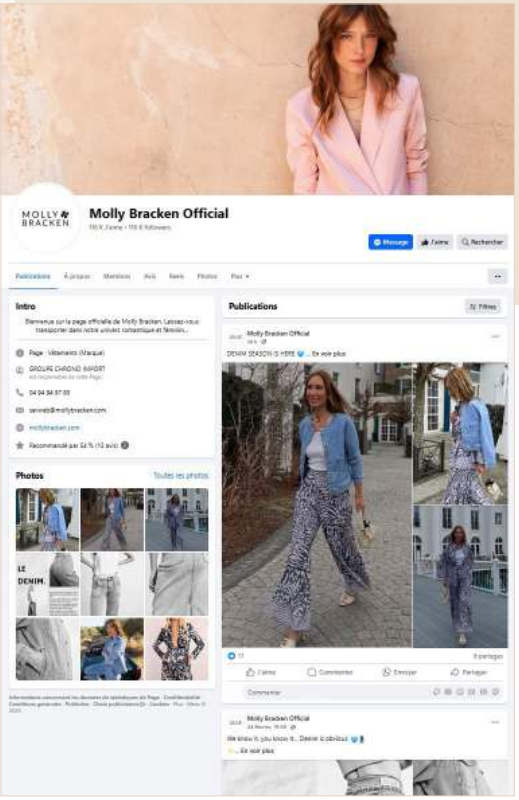
@mollybracken_official

153k followers



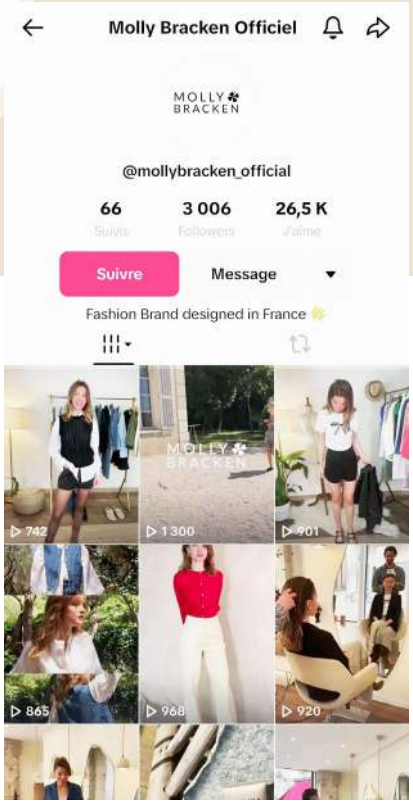
Molly Bracken Officiel

116 k followers



@mollybracken_official

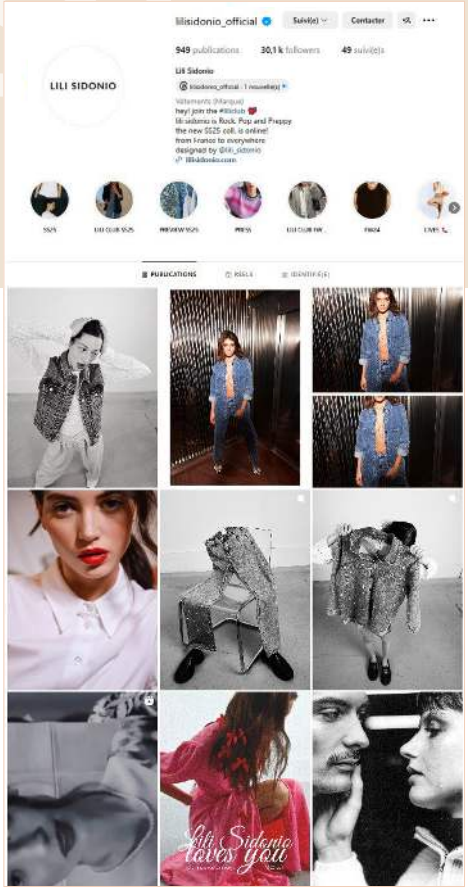
3 k followers



INSTAGRAM, FACEBOOK AND TIKTOK
COMMUNITY

lilisidonio_official

30,1k followers

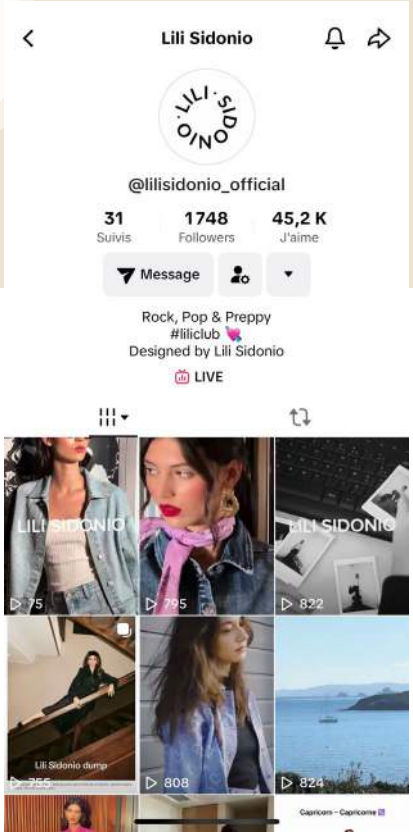


Lili Sidonio

3,2 K followers

Lili Sidonio

1,7 K followers



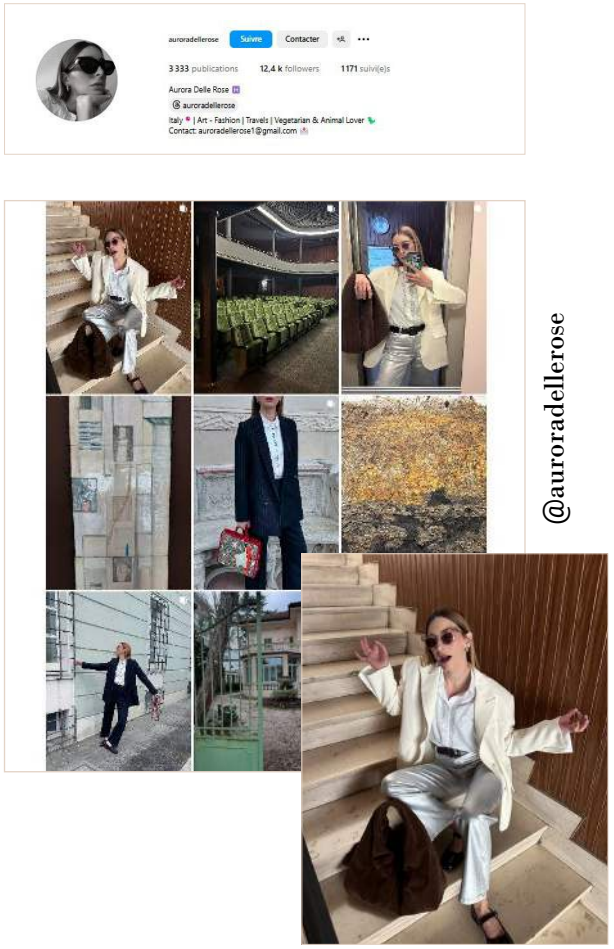
INFLUENCER MARKETING
Social média

Influencer Marketing has been fundamental in making our brands known on an international scale. We regularly collaborate with micro and macro-influencers from all over the world, including **FRANCE, SPAIN, ITALY, PORTUGAL, GERMANY, BELGIUM, UK, USA, CANADA, GREECE, IRLAND...**

INFLUENCERS MOLLY BRACKEN

@ines.frassint

INFLUENCERS MOLLY BRACKEN



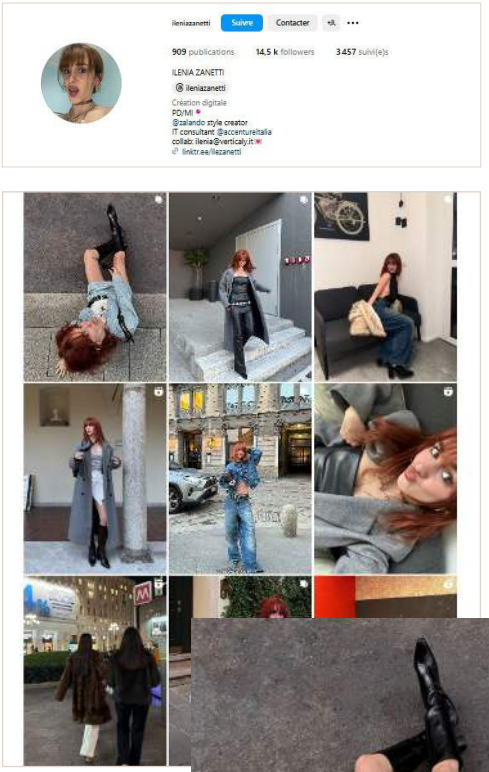
@auroradellerose

INSTAGRAM REELS MOLLY BRACKEN

@alejandraayestaranm

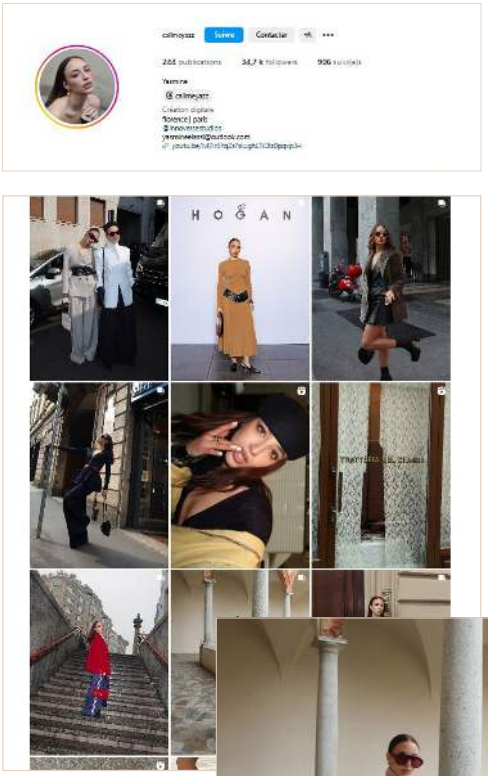
INFLUENCER MARKETING
Social média

INFLUENCERS LILI SIDONIO



@ileniazanetti

INFLUENCERS LILI SIDONIO



@callmeyazz

INSTAGRAM REELS LILI SIDONIO

@mariaccm_

CORPORATE OVERVIEW

Thank you

MOLLY BRACKEN

Sales department

monique@mollybracken.com

Communication department

communication@mollybracken.com

Keep in touch