



MOLLY BRACKEN

CORPORATE OVERVIEW - ALL BRANDS



Français

WELCOME

L'entreprise



LILI SIDONIO, créatrice et
égérie de sa propre marque.

Avec plus de 7600 points de vente dans le monde, une couverture en Europe, Etats-Unis, Canada, Océanie, Amérique Latine et Asie, les marques Gabrielle, Molly Bracken, Lili Sidonio et Molly Bracken Girl représentent un pool mode référent et une offre complète.

L'histoire de Molly Bracken s'étend au-delà des frontières et du temps, dans la campagne Irlandaise des années 20 où les photos sépia d'une jeune femme découvertes par Catherine et Julian Sidonio deviendront une réelle source d'inspiration stylistique pour ces deux passionnés de mode. Un héritage et une histoire unique que les deux créateurs de la marque ont voulu transmettre à travers des collections mixant bohème et rétro chic.

Forts de leur expertise mode, ils créent en 2008 Molly Bracken, une marque dédiée aux femmes d'aujourd'hui, composée de belles pièces faisant la part belle aux imprimés exclusifs et à la couleur.

2011, donnera naissance à Mini Molly, une collection pour petites filles. Puis, en 2016 c'est une première collection capsule Lili Sidonio. L'égérie et designer de cette collection aux accents arty pop et graphique, n'est autre que leur fille cadette Lili, alors âgée de 14 ans lorsqu'elle crée la marque éponyme.

2020 et **2021** seront l'opportunité de lancer une gamme loungewear La Maison par Molly Bracken.

2022, sera une année phare avec un lancement majeur : Le Bain par Molly Bracken. Une nouvelle façon d'exprimer les forces de nos marques : couleurs, imprimés exclusifs, détails,

Julian SIDONIO - CEO



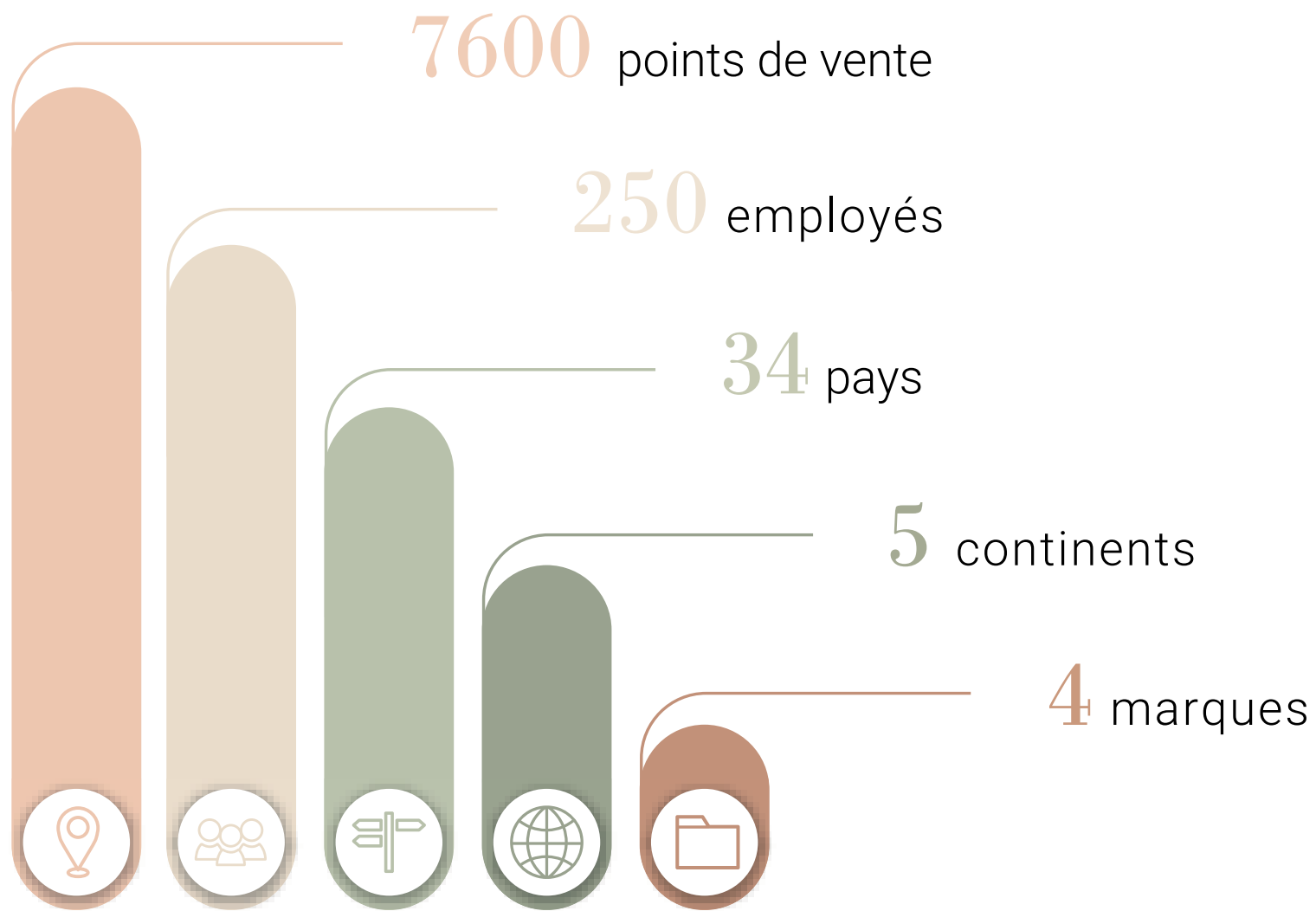
Catherine SIDONIO - Co-dirigeante et directrice artistique



matières légères et subtiles.

2023, Lili Sidonio enrichit à son tour sa collection d'été par une gamme de maillots de bain reprenant les codes fun et colorés de marque, quand Gabrielle présente pour la même saison, un style revisité, dédié au chic-bohème et au glamour assumé.

LES CHIFFRES CIÉS



NOS MARQUES 4 MARQUES/4 CAPSULES



COLLECTIONS CAPSULES	GABRIELLE 	COLLECTION FEMME 30 - 45 ANS ADN STYLE : CHIC BOHÈME MATIÈRES ÉCO-RESPONSABLE ET RECYCLÉES
	MOLLY  BRACKEN	COLLECTION FEMME 25 - 40 ANS ADN STYLE : RÉTRO BOHÈME
	Le SOIR par MOLLY  BRACKEN	COLLECTION FEMME 25 - 45 ANS ADN STYLE : VESTIAIRE DE CÉRÉMONIE POUR UNE FEMME CHIC ET URBAINE
	Le Bain par MOLLY  BRACKEN	COLLECTION FEMME 20 À 45 ANS ADN STYLE : SWIMWEAR
	LA MAISON par MOLLY  BRACKEN	COLLECTION FEMME 25 - 45 ANS ADN STYLE : LOUNGEWEAR VINTAGE BOHÈME
	Le Sport par MOLLY  BRACKEN	COLLECTION FEMME 20 À 40 ANS ADN STYLE : SPORTSWEAR
	LILI SIDONIO	COLLECTION FEMME 25 - 35 ANS ADN STYLE : POP, ARTY, GRAPHIC
	MOLLY  BRACKEN <i>Girl</i>	COLLECTION GIRLS 8 À 16 ANS ADN STYLE : BOHÈME, GIRLY ROCK

LES DATES CLÉS



Déjeuner sur l'herbe, Molly Bracken - archive



Lancement Mini Molly



Molly Bracken collection S/S 25

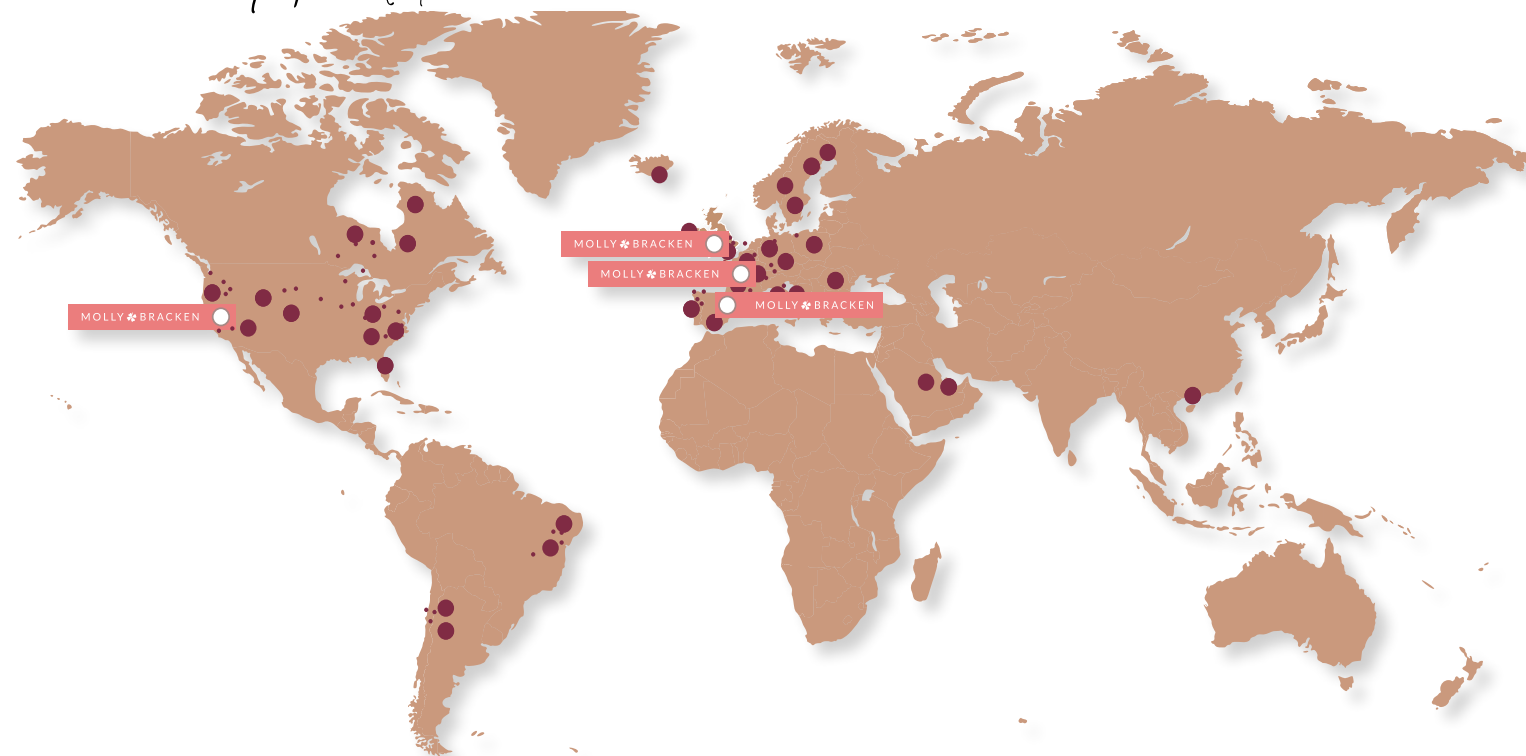


Lili Sidonio collection S/S 25



PRÉSENCE INTERNATIONALE

Implantation



Nos bureaux  4 (France, Espagne, Angleterre et USA)
Les points de vente  + de 7600

EUROPE

FRANCE	BELGIQUE	GRÈCE	ESTONIE
ANDORRE	LUXEMBOURG	AUTRICHE	LETTONIE
ESPAGNE	LIECHTENSTEIN	POLOGNE	LITUANIE
PORTUGAL	SUISSE	ALLEMAGNE	
PAYS-BAS	ITALIE	IRLANDE	

INTERNATIONAL

CANADA	COSTA RICA	HONG KONG
USA	PORTO RICO	CHINE
MEXIQUE	ROYAUME-UNI	CORÉE DU SUD
ÉQUATEUR	EMIRATS ARABES UNIS	AUSTRALIE
CHILI	JAPON	NOUVELLE ZÉLANDE



UNE IMPLANTATION 360°



NOS PRÉSENCES SALONS

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



NOS SHOWROOMS

FRANCE
ROYAUME-UNI
ESPAGNE
ITALIE
CANADA
USA



NOS DEPARTMENT STORES

SHOPS IN
SHOPS
CORNERS
GRANDS
MAGASINS



NOS MULTIMARQUES

CHAINES
INDÉPENDANTES
MULTIMARQUES
BOUTIQUES
INDÉPENDANTES
MULTIMARQUES



NOS MARKET PLACES

LA REDOUTE
EL CORTE
INGLÉS
SHOWROOM
PRIVÉ
VEEPEE ...



NOS SHOWROOMS

Focus



Showroom Valence - ESPAGNE





NOS BOUTIQUES MULTIMARQUES

Focus

Boutique Dugardein 24 - BELGIQUE



DUGARDEIN 24

Boutique Adistinta - PORTUGAL



ADISTINTA

Boutique Fashion mode - BELGIQUE



Fashion
Mode

Boutique Bottega d'Amore - ALLEMAGNE



Boutique Saradakos - GRÈCE



Boutique Stock Américain - FRANCE



Stock
Américain

SITE B TO B *Web*

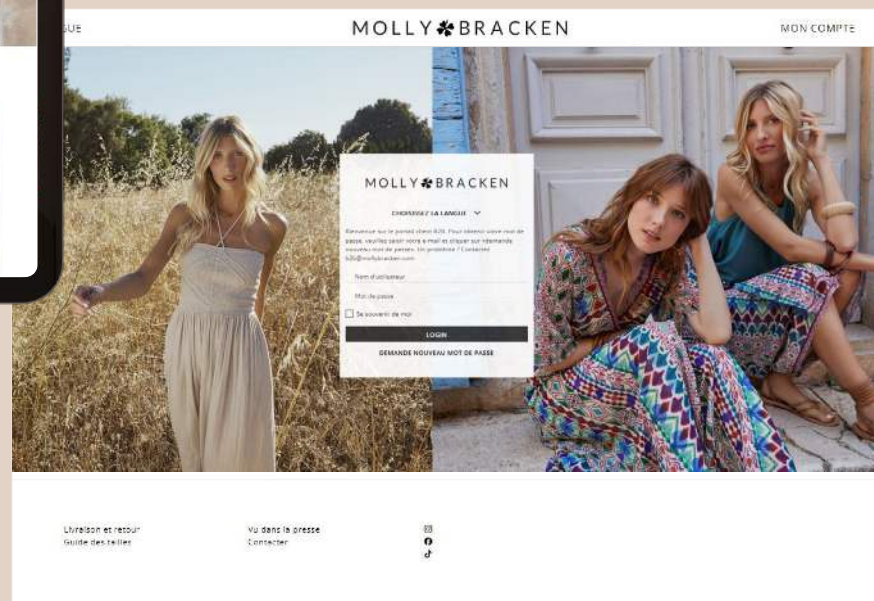
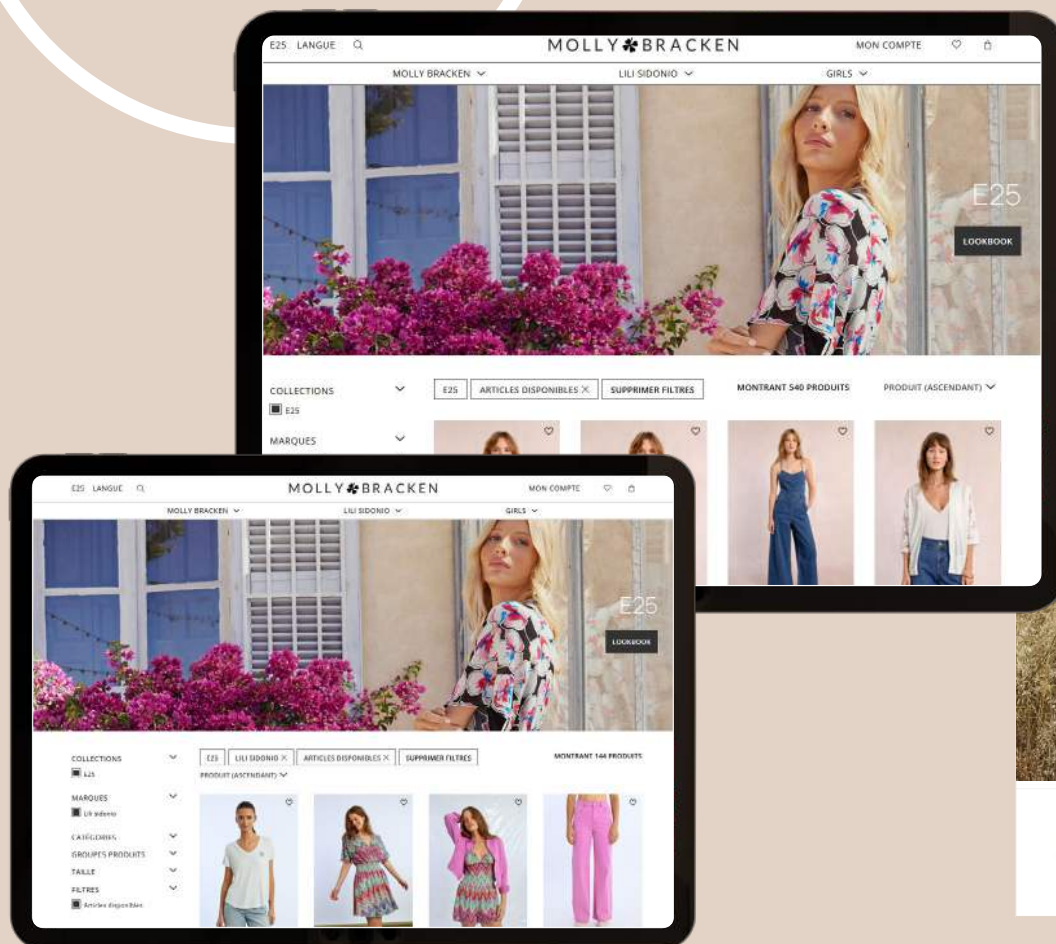
MOLLY ✿ BRACKEN

PLATEFORME B TO B

Cette ressource logistique donne l'opportunité de visualiser la totalité des collections, de découvrir de nouveaux modèles et de compléter ainsi les commandes initiales, pour mieux piloter la saison et optimiser sa performance.

Les marques Molly Bracken sont à présent disponibles sur une plateforme professionnelle de réapprovisionnement, permettant aux clients actifs de la saison, la gestion de leur réapprovisionnement de manière réactive et organisée.

RESTOCK



MOLLY BRACKEN

POSITIONNEMENT DE LA MARQUE *Focus*

Molly Bracken revisite un vestiaire aux codes à la fois rétro-bohèmes et vintages, empreints d'une French Touch.

Dédié à une femme active qui cherche une mode résolument féminine et responsable à prix accessibles, Molly Bracken propose des collections intemporelles, riches en thèmes.

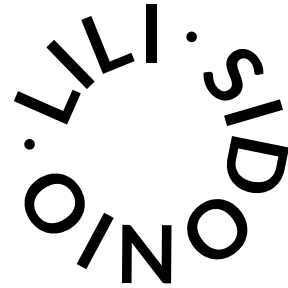
Incarnés par des prints exclusifs propres à la marque, formes, matières, couleurs accompagnent la journée d'une femme à la recherche d'un vestiaire multiple et confortable, telles ses envies.



IMAGES DE CAMPAGNE

Printemps - Été 2025





POSITIONNEMENT DE LA MARQUE

Focus

Lili Sidonio excelle dans son style **pop** et **urbain** aux accents **arty**.

Elle **revisite** avec inspiration les **modèles iconiques** des années **80 à 2000**, s'amuse à réinventer les codes **preppy** et **rock**, réinterprète les **Must-Haves** dans un **jeu nouveau** de **volumes** et de **matières**.

Formes **edgy** et **oversize**, signatures **flashy**, allures **décalées** : la marque **LILI SIDONIO** nous emmène dans son univers **branché** aux accents **pop** ou **preppy**, comme un retour aux origines... pour un **vestiaire multiple** tel que le désirent les **jeunes femmes d'aujourd'hui**...



IMAGES DE CAMPAGNE

Printemps - Été 2025



MOLLY ✿ BRACKEN *Girl*

POSITIONNEMENT DE LA MARQUE

Focus

Un vestiaire 8 à 16 ans, des pré-adolescentes aux adolescentes, une collection aux accents rock bohèmes, donnant la primeur aux matières, aux couleurs et aux détails.



IMAGES DE CAMPAGNE

Printemps - Été 2025



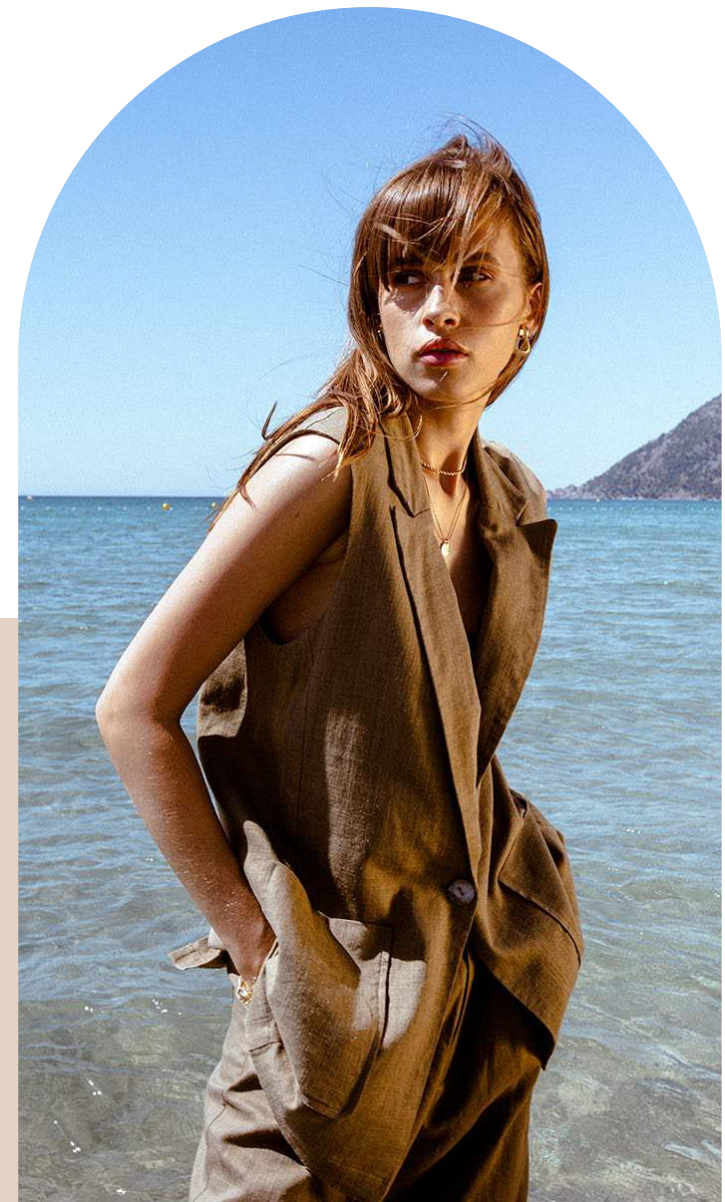
GABRIELLE

POSITIONNEMENT DE LA MARQUE

Focus

Dédiée à une femme active et à la recherche d'un vestiaire upgradé, Gabrielle offre un positionnement stylistique au chic bohème et au glamour assumé.

Dans une démarche éco-responsable, Gabrielle décline des pièces iconiques à l'esprit croisière, aux matières subtiles et raffinées.



LE SOIR par MOLLY ✿ BRACKEN

POSITIONNEMENT DE LA MARQUE *Focus*

La collection «Le Soir par Molly Bracken» allie élégance et pureté dans de beaux pastels et d'élégantes longueurs.

Maxi dresses, combinaisons fluides et robes de cérémonie permettent de parfaire la garde-robe dans un esprit au chic subtil.



Le Bain par MOLLY ✿ BRACKEN

POSITIONNEMENT DE LA MARQUE *Focus*

Catherine Sidonio a pensé une collection complète dédiée au bain.

Répondant avec subtilité aux codes stylistiques Molly Bracken, 80 pièces aux inspirations romantiques et bohèmes nous amènent au soleil tout en féminité...

Des pièces crochet façon Ibiza se coordonnent avec de longues jupes ajourées et de petites robes dos nu, les beaux unis color block matchent avec des imprimés coordonnés, les matières glitter à l'esprit clubbing jouent la brillance et se coordonnent à des sorties de bain au chic glamour, des imprimés subtilement animaliers gagnent les maillots de bain one shoulder, les pantalons fluides, les paréos légers, quand des pièces au thème végétal, motifs palmiers et colorés, font écho à la luxuriance de l'été.



LA MAISON par MOLLY ✿ BRACKEN

POSITIONNEMENT DE LA MARQUE *Focus*

En créant «La Maison par Molly Bracken», notre créatrice Catherine Sidonio s'est inspirée de nos nouveaux mode de vie alliant à la fois télétravail et envie d'être belle à la maison.

Un vestiaire chic et confortable, déclinant les imprimés de la ligne principale dans de beaux ensembles à l'esprit kimono. Mailles fines, satins délicats, matières fluides composent cette collection loungewear féminine et colorée.



UNE COMMUNICATION À L'ÉCHELLE MONDIALE

Marketing



BUREAUX DE PRESSE

FRANCE
ITALIE
PORTUGAL
ALLEMAGNE
POP-UP
ÉPHÉMÈRE



MÉDIA

PRESSE
FÉMININE

PORTRAITS ET
SUCCESS
STORIES

GRANDS
FORMATS
EXTÉRIEURS

MÉTRO

BUS PARISIENS

MALLS



WEB

WEBSITE
SITE B TO B
NEWSLETTERS



SOCIAL MEDIA

COMMUNAUTÉ
INSTAGRAM

COMMUNAUTÉ
FACEBOOK

COMMUNAUTÉ
TWITTER

COMMUNAUTÉ
TIK-TOK

COMMUNAUTÉ
LINKEDIN

PROGRAMMES
INFLUENCEUSES



PATENAIRIATS

PARTENARIATS
PRESSE ET
RÉSEAUX SOCIAUX

JEUX CONCOURS

COBRANDINGS

PRESSE FÉMININE *Marketing*

Molly Bracken c'est une communication et une visibilité globale à l'international.

Presse, affichage, TV, influenceuses, cobranding, réseaux sociaux, partenariats, nos marques sont présentes dans tous les médias et les formules de communication à la pointe de l'innovation.



Média



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 Brackers. Un marchio che nasce nel 2008 dai coniugi Julian e Catherine Sidonis, in seguito alla scoperta di una scatola dei ricordi contenente delle foto d'anni '50 di Molly, giovane irlandese e nonna di Julian. Oggi i propri 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 Sedonia, 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 2011?

«Oltre ai maxi fiori protagonisti della stagione, c'è un grande ritorno del denim e del tessuto *chambray* per abiti fluidi, pantaloni ampi con macchie, tute, giacche stampate, patchwork, effetti dipinti o testurizzati. Puntiamo, poi, sul croché 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, inclusive e in stile crociera. Celebra l'estate con abiti lunghi, satinati e glamour, tanto bianco, lavorazioni a crochet e ricami con paillettes. Inoltre, la maggior parte dei prezzi è realizzata con materiali ecologici». **Marta Marcol**



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 marquise, qu'elle a créée il y a treize ans avec son mari Julian Savaris, 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

«hypercritique», comme d'avis sont hypercritiques. À l'image de sa muse rêvée, Mollie Bracken (une Irlandaise originaire de l'époque postcoloniale), Catherine Sidiou Yliel est une battoise, qui mène avec succès ses vies de femme, mère, dirigeante et amoureuse. Elle est une photographe retrouvée de cette période où fut le point de départ de sa collection à la

sa benjamine, romantique et rebelle, la marquisse Molly Brocken est stylée de détails vintage et bohèmes, d'inspirations éclectiques. Elle y trouve autour de la robe, sa pièce fétiche, la grille se décline aujourd'hui avec Mini Molly, une ligne dessinée entre jeunes filles. Ici, Sidonie, créée pour sa benjamine, la Maison par Molly Brocken, une capsule longue portée à l'esprit vintage chic... «Ma priorité, c'est d'augmenter l'accessibilité de mes collections et de les enrichir avec des matières naturelles.

organiques ou recyclées. Ceiver, Molly Brache collection premium dans ce sens. À côté de cette approche green et durable, Catherine Stizio Thiel, grande passionnée d'art, étoue les galeries et les musées du monde entier. De vraies sources d'inspiration là aussi !

seubrousses.com

Son château épiqueur « J'aime la richesse du calendrier des expos du Château la Côte. C'est table et vin tout est délicieux. Pour moi, c'est un vrai moment épiqueur... »

Où faire la Côte 2750, route de la Grêle, Le Roy-Saint-Léger (33), tél. 04 62 62 92 12, chateau-lacoste.com.



PORTRAITS ET SUCCESS STORIES *Media*

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 n o-rétro avec la nouvelle collection Lili Sidonio

PAR PUBLI-R DACTIIONNEL
 PUBLIÉ LE 03/07/2023   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- -porter et de maillots de bains qui reprennent les mêmes codes

Qui est Lili Sidonio ?



Designer, mannequin et  g re de sa propre marque, **Lili Sidonio** a lancé son projet   l'hiver 2016 alors qu'elle n'avait que 14 ans. Aujourd'hui âgée de 21 ans, sa marque est distribuée dans le monde entier   travers des boutiques multimarques et de grands   la mode,   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 lancé des collections aux accents arty, colorés et aux références, **Lili** style bien   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 twist  avec décalage et h revisite avec inspiration les modèles iconiques en réinterprétant les mus nouveau jeu de volumes et de matières. Formes edgy et oversized, couleurs décalés : Lili Sidonio nous entraine dans son univers tendance pour une multiple telle que la souhaitent les jeunes femmes d'aujourd'hui.

Un esprit Palm Springs n o-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   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'  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 multicolores se portent avec des teddies bubble-gum et des petites visières colorées.   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 d cal e ch re   l'esprit Lili Sidonio !



Et pour retrouver en int gralit  cette derni re collection de Lili Sidonio, direction son réseau de magasins multimarques ou le site Internet www.lilidonio.com.

PORTRAITS ET SUCCESS STORIES

Média



máxima

F "É um estilo essencialmente feminino, definido por padrões e cores exclusivas. Este espírito boêmio 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 **trans herança**, história distinta e detentora de uma nostalgia quase mística.

"Com a Molly Bracken, queria criar uma marca que estivesse em sintonia com os tempos, oferecendo a todas as mulheres um estilo distinto a um preço controlado por isso que as nossas marcas incluem muitos modelos, com uma vasta gama de 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 da Molly Bracken, como homem por detrás de uma marca feminina mas também com



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. E 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, bordados e outros tecidos mais delicados.

São os cortes e os detalhes aprimorados que elevam o vestuário e as 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 estamos a conversar, não só é um **homem num mundo de mulheres** como é o ponto de partida a 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 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.



Como define o estilo da "Mulher Molly Bracken"?

É um estilo essencialmente feminino, definido por padrões e cores exclusivas, **referências vintage** das nossas narrativas, um inteligente twist para as coleções que mistura vários géneros. Este espírito boémio dos anos 70 e 80 das nossas coleções é o 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, renegociar a distribuição e adaptar o marketing para atingir múltiplos alvos. Desde lojas físicas distribuídas através das nossas parcerias 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 produzir as coleções. É importante saber como adicionar, elevar e multiplicar as oportunidades internacionais de modo a chegarmos eficientemente ao cliente final.

"As nossas coleções - femininas e coloridas, com tranças fluidas e suaves - são essencialmente apreciadas por todas as mulheres e são o nosso diferencial".

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 intempéstivas revisitadas.

BUS *Parisien*

Une couverture de premier plan au cœur du flux et de la capitale de la mode.



LES GRANDS FORMATS EXTÉRIEURS

Média

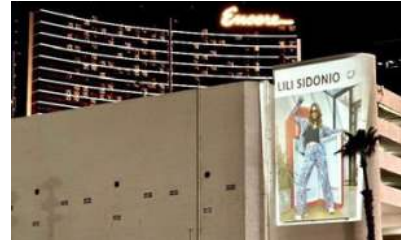
Affichage Haussmann - PARIS



Affichage Haussmann - PARIS



Projections Salons Magic LAS VEGAS et Coterie NEW YORK



Frontons des grands magasins, bâches maxi-size au cœur des capitales, Molly Bracken s'affiche en grand.

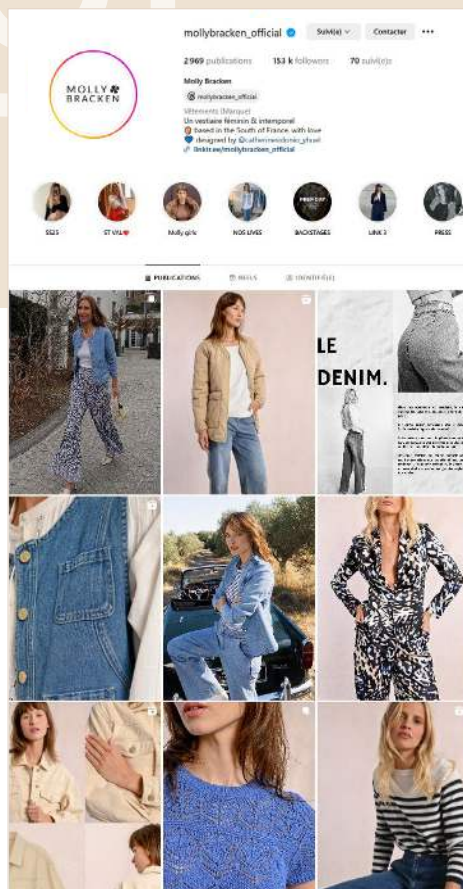
COMMUNAUTÉ INSTAGRAM, FACEBOOK ET TIKTOK

MOLLY
BRACKEN

www.mollybracken.com

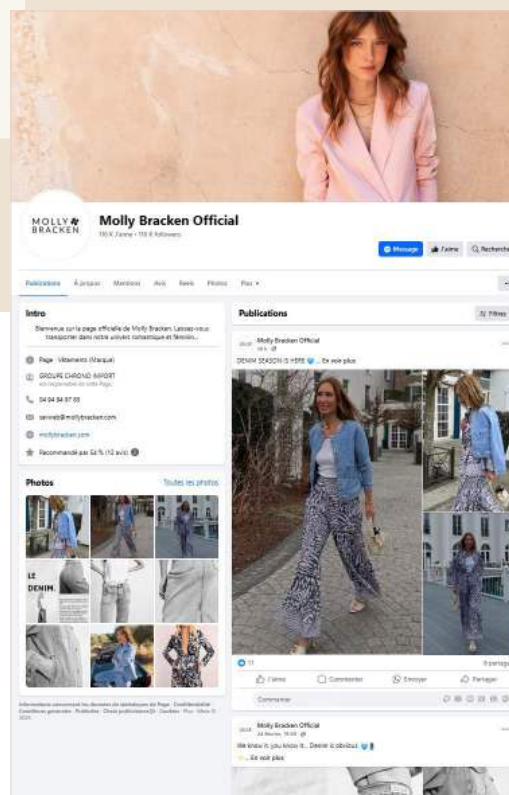
@mollybracken_official

153k abonnés



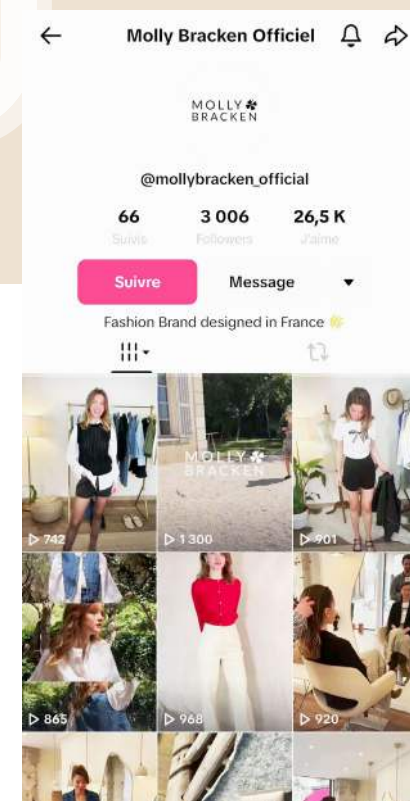
Molly Bracken Officiel

116 k abonnés



@mollybracken_official

3 k followers



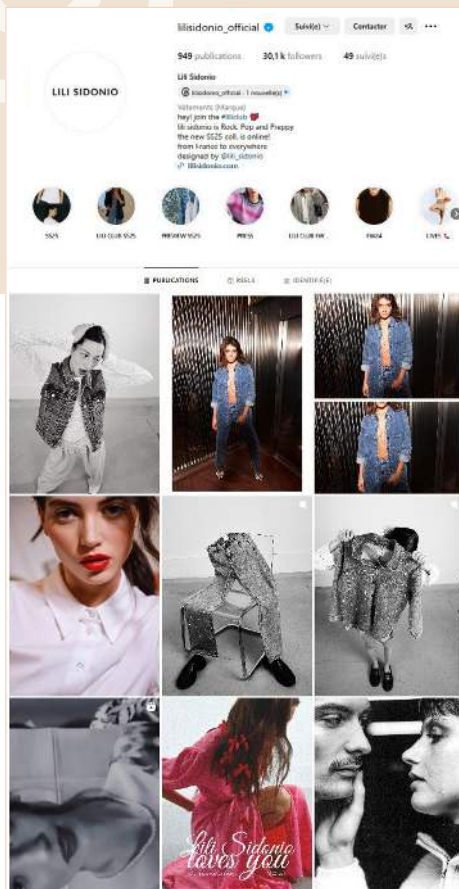
COMMUNAUTÉ INSTAGRAM, FACEBOOK ET TIKTOK



www.lilisidonio.com

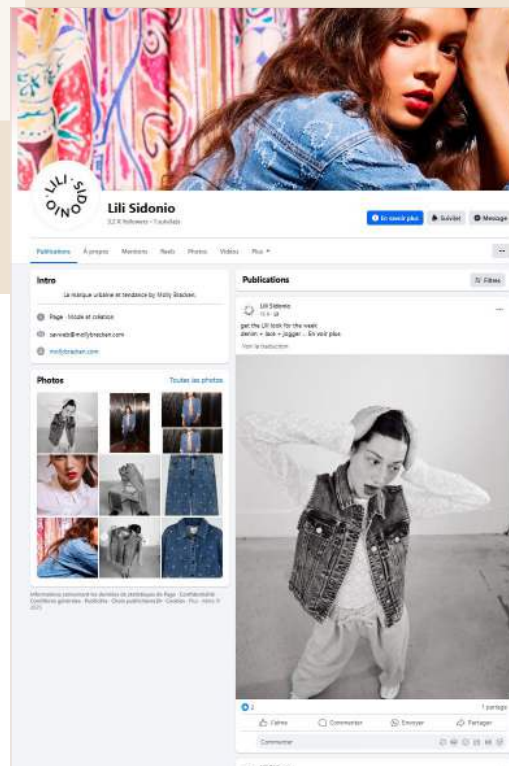
lilisidonio_official

30,1k abonnés



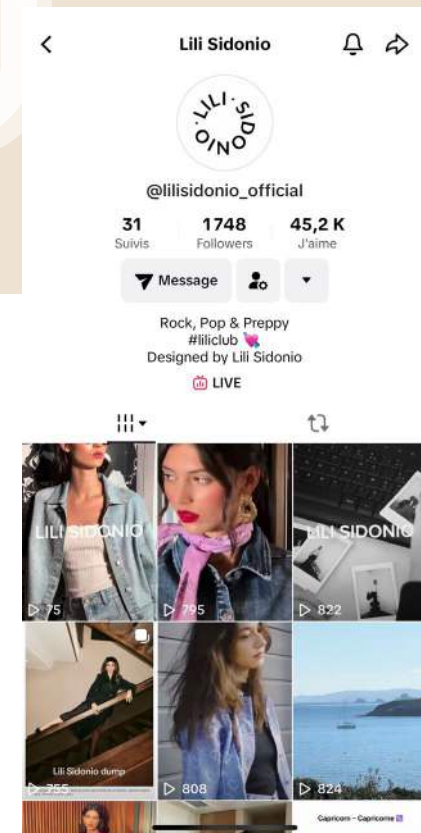
Lili Sidonio

3,2 K abonnés



Lili Sidonio

1,7 K followers

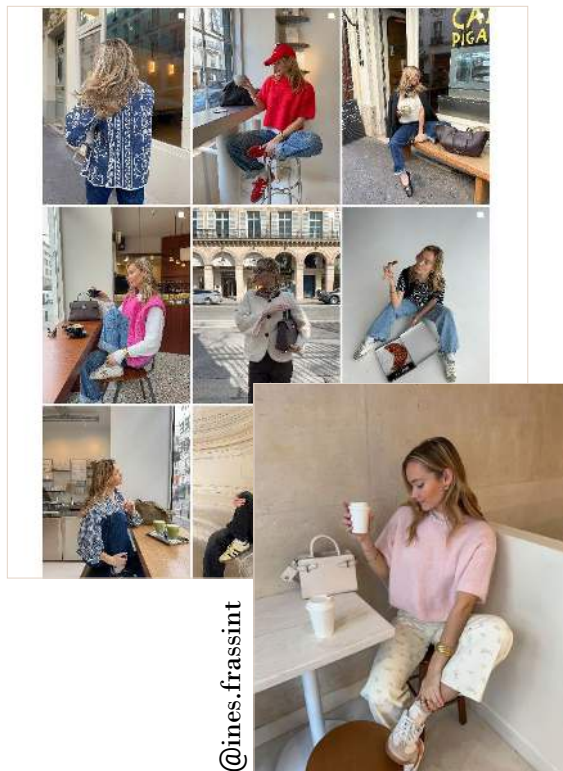
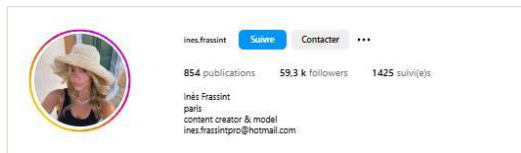


PROGRAMME INFLUENCEUSES

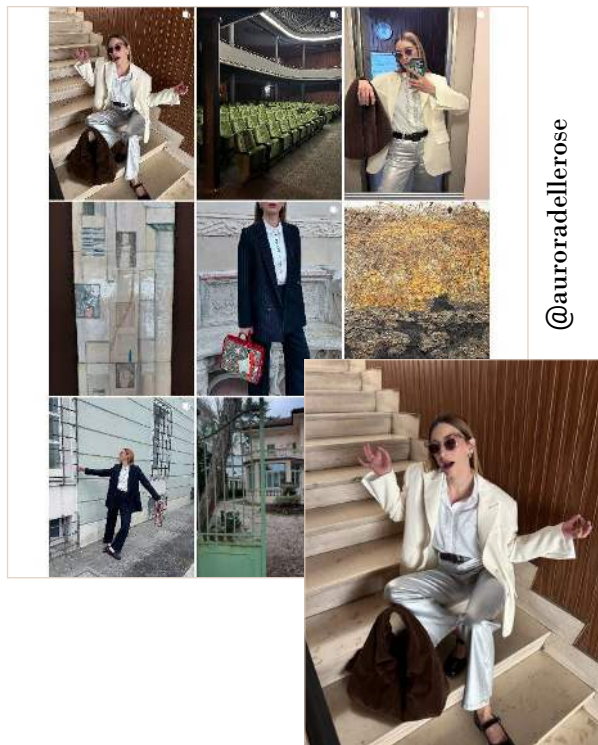
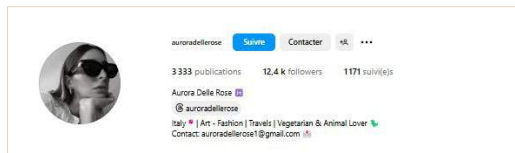
Social media

L'influence est l'**un de nos leviers majeurs** pour faire connaître nos marques à l'échelle internationale. **FRANCE, ESPAGNE, ITALIE, PORTUGAL, GRÈCE, ALLEMAGNE, BELGIQUE, UK, USA, CANADA, IRLANDE ...** Quotidiennement, nos marques opèrent des collaborations avec des micros et macros influenceurs du monde entier.

INFLUENCEUSES MOLLY BRACKEN



INFLUENCEUSES MOLLY BRACKEN



RÉELS INSTAGRAM

MOLLY BRACKEN



@alejandraayestaranm

PROGRAMME INFLUENCEUSES

Social media

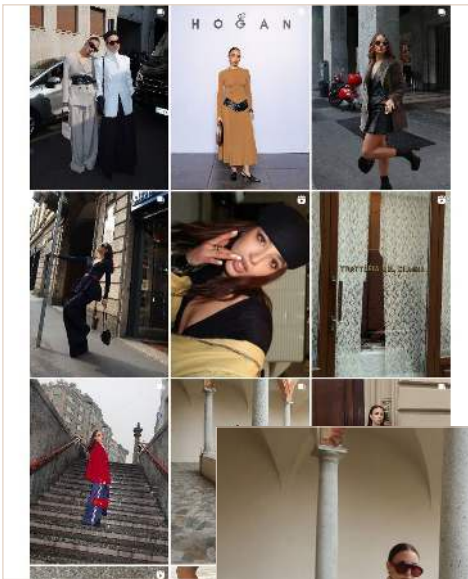
INFLUENCEUSES LILI SIDONIO



@ileniazanetti



INFLUENCEUSES LILI SIDONIO



@callmeyazz



TIK TOK

LILI SIDONIO



@mariaccm_

CORPORATE OVERVIEW

Thank you

MOLLY  BRACKEN BRANDS



Service commercial

contact@mollybracken.com

Service communication

communication@mollybracken.com

Keep in touch

