

Emiratos Árabes Unidos

Calçado - Distribuição

Julho 2007



aicep Portugal Global

Índice

1. Sumário executivo	03
2. Análise sectorial	04
2.1 Introdução	04
2.2 Trocas comerciais – tendências do sector	04
2.3 Principais lojas e marcas a operar no mercado	06
2.4 Os centros comerciais e a sua importância no mercado do calçado	07
3. Mercados alvo	10
3.1 Os representantes / agentes	11
3.2 As tradings / wholesalers / armazenistas / distribuidores grossistas	11
3.3 Os retalhistas	11
3.3.1 Lojas multimarca (grupos)	12
3.3.2 Lojas multimarca (independentes)	12
3.4 Department stores	12
3.5 Hipermercados	13
4. Processo de decisão	13
5. Conclusões e recomendações	14
Anexos	
Anexo 1 - Principais grupos de retalho e marcas representadas	16
Anexo 2 - Tradings calçado	40

1. Sumário Executivo

Os Emirados Árabes Unidos (EAU) têm a maior percentagem de projectos por grandeza de valor no Médio Oriente e encontravam-se em 2004, na 17^a posição do ranking dos melhores países para investir. Recentemente, ultrapassou o Egipto, como a segunda maior economia da região, logo após a Arábia Saudita.

O Emirado do Dubai, em particular, tornou-se num importante centro de turismo, comércio e transporte para a região, oferecendo um ambiente atractivo e estável para as empresas que procuram uma base regional para as suas operações nos mercados Europeu, Asiático e Árabe. O recente lançamento dos projectos *Jebel Ali Airport City* e das adjacentes *Logistic City* e *Exhibition City*, reforçam ainda mais o papel do Dubai como plataforma de negócios para o Médio Oriente e Ásia.

De acordo com as últimas estimativas o valor dos projectos nos EAU ascendem a **224 bilhões de USD**, prevendo-se um crescimento económico de 10,7% para o corrente ano. Esta robustez económica reflecte-se também no sector da **distribuição e retalho** e consequentemente no segmento do **calçado**, que tem acompanhado a excelente performance do país.

O Dubai alojará **cinco dos sete maiores centros comerciais do mundo**, devendo a **área bruta locável** atingir, até 2010, os **3 milhões de m²**, prevendo-se que o **consumo no retalho** do Dubai venha a atingir nesse ano os **7,6 bilhões de dólares**, comparativamente aos **6 bilhões de dólares** na Arábia Saudita, e **1,9 bilhões de dólares** em Abu Dhabi.

O **sector do turismo** tem contribuído também para esta excelente performance, com novos recordes em 2005. O **número de visitantes** foi de **8.031.782** (um aumento de **16,8%** face a 2004), que ficaram alojados num dos 371 hotéis e apartotéis existentes. Estima-se que entre **30 a 40% do consumo de calçado** nos Emirados seja realizado por turistas.

O sector do turismo deverá continuar a crescer nos próximos anos. De acordo com as últimas estimativas, serão necessários criar (apenas no Dubai) durante os próximos 5 anos, 45.000 novos quartos até para fazer face ao aumento esperado do número de visitantes (15 milhões até 2010 e 40 milhões até 2015) contribuindo assim para o **aumento do mercado consumidor**.

Quanto ao **consumidor residente**, também aqui o mercado potencial tem crescido consideravelmente. A população residente nos Emirados Árabes Unidos era, em 2005, de **4 milhões de habitantes** o que representa um **crescimento de 74,8%** em relação ao Census de 1995.

O sector do calçado (mercado doméstico mais exportações e re-exportações) dos **Emirados Árabes Unidos** vale hoje mais de **270 milhões de dólares**, o que representa **27%** do mercado de calçado e acessórios de couro dos **países do Golfo** (GCC), avaliado actualmente em **1 bilhão de dólares**.

2. Análise Sectorial

2.1 Introdução

O mercado do calçado dos Emirados Árabes Unidos, à semelhança de outros sectores da moda, tem registado um elevado crescimento. As importações de calçado atingiram em 2005 os 205 milhões de dólares. De acordo com um relatório recente do *Emirates Industrial Bank*, a procura doméstica de calçado tem registado um forte crescimento devido ao aumento da população e do *boom* verificado no sector do turismo.

O crescimento do número de turistas (em particular no Dubai) é uma das principais razões que explica o aumento das importações e das vendas no mercado doméstico (os turistas contribuem com **30 a 40%** das vendas no retalho).

O elevado rendimento *per capita* e a percepção e valorização que os consumidores atribuem às marcas garantem fortes perspectivas de crescimento às marcas internacionais.

Segundo esse mesmo estudo o sector do calçado (mercado doméstico mais exportações e re-exportações) dos **Emirados Árabes Unidos** vale hoje mais de **270 milhões de dólares**, o que representa 27% do mercado de calçado e acessórios de couro dos **países do Golfo** (GCC), avaliado actualmente em **1 bilhão de dólares**.

O calçado em pele representa 50% do mercado enquanto que o calçado noutros materiais (tecido, plástico e borracha) responde pela outra metade.

2.2 Trocas Comerciais - Tendências do Sector

Algumas tendências de mercado indicam:

- uma transferência de quota dos países do Ocidente para os países Asiáticos,
- um forte crescimento das re-exportações, que reforçam também neste sector o posicionamento do Dubai como plataforma de negócios para outras regiões (em 2000 as re-exportações representavam 33% das importações. Passados apenas 5 anos, 50% das importações foram re-exportadas),

- que as re-exportações são maiores para o calçado em pele, enquanto que o calçado desportivo (ou de tendência) fabricado em outros materiais é controlado pelos distribuidores das 4 grandes marcas líderes (Nike, Adidas, Puma e Reebok),
- que estes fabricantes não encorajam as re-exportações preferindo antes o fornecimento directo a cada mercado de destino.

A indústria local de calçado tem vindo a crescer, embora continue muito pequena comparativamente aos principais países produtores. Existem 7 fabricantes de calçado nos Emirados Árabes Unidos, dois localizados no Dubai, três em Ajman, um em Sharjah e um em Al Ain, que no seu conjunto apresentam uma capacidade de 250.000 pares por ano. É semelhante do que acontece com a indústria de vestuário local, a produção é de mão-de-obra intensiva com alguma semi-mecanização (sobretudo nas operações de corte).

A China é o principal país fornecedor, dominando principalmente o fornecimento de calçado em outros materiais que não em pele (sobretudo calçado desportivo), detendo 60% deste mercado, seguido da Tailândia (12%), Taiwan (5%) e Coreia do Sul (13%).

No segmento do calçado em pele, os fabricantes Europeus têm uma maior quota de mercado (cerca de 50%) apesar de terem vindo a perder alguma quota para os países do Extremo Oriente. O mercado do calçado em pele é menos concentrado e caracteriza-se por marcas, produtores e distribuidores de menor dimensão.

Neste segmento a Itália tem a maior quota de mercado (30%), seguida da Espanha (7%), Reino Unido (5%), França (2,5%) e Alemanha (1%). A China tem vindo a crescer, sendo hoje o segundo maior fornecedor de calçado em pele da região (18%).

O **consumo per capita de calçado em pele** nos Emirados Árabes Unidos é bastante elevado, sendo em média de **4 pares por ano** para a **população estrangeira** residente (Expatriados) e de **6 pares por ano** para os **cidadãos locais** (naturais dos Emirados Árabes Unidos).

A diversidade de nacionalidades (150) da população residente e o elevado número de turistas, exige que os diferentes conceitos de Franchising de calçado ofereçam uma ampla variedade de tamanhos. Design, qualidade e tendência são outros factores apreciados pelo mercado, em particular no segmento de calçado em pele.

2.3 Principais Lojas e Marcas e Operar no Mercado

As **principais lojas de calçado** a operar nos Emirados Árabes Unidos são as seguintes:

Shoe Mart (multimarca)

Aldo (monomarca)

Athlete's Foot (multimarca, calçado desportivo)

Bally (monomarca)

Charles & Keith (monomarca)

Dune (monomarca)

Naturalizer (monomarca)

Nine West (monomarca)

Shoe Studio (multimarca)

Skechers (monomarca)

Strandbags (acessórios, **multimarca**)

Stuart Weitzman (monomarca)

Venezia (multimarca, sobretudo sandálias Árabes)

Faith (multimarca)

Milano (multimarca)

Stride Rite (monomarca, crianças)

Botega Venetta (monomarca)

Jimmy Choo (monomarca)

Sergio Rossi (monomarca)

Camper (monomarca)

Shoecity (multimarca)

Hush Puppies (monomarca)

Accessorize (acessórios, monomarca)

Florsheim (monomarca)

Artioli (monomarca)

Florentino (monomarca)

Clarks (monomarca)

Bally (monomarca)

Viccini (multimarca)

Valência (monomarca)

Landmark Group

The Apparel Group, grupo líder no sector do retalho de calçado representando uma grande diversidade de conceitos)

Al Shaya Group

Al Tayer Group
(marcas posicionadas para um segmento alto de mercado)

Paris Group

Jawad Group

Liwa Trading

Bin Hendi Enterprises

Jashanmal Group

Valência Shoes, LLC

Para além das lojas exclusivamente dedicadas ao calçado e acessórios, é possível ainda encontrar uma oferta alargada de *calçado* e *de acessórios* nas diferentes lojas de vestuário masculino e feminino, bem como nos *Department Stores*.

2.4 Os Centros Comerciais e a sua Importância no Mercado do Calçado

Os Emirados Árabes Unidos (em particular o Dubai) é actualmente o país do Médio Oriente, onde o sector do retalho é mais sofisticado, O Dubai alojará **cinco dos sete maiores centros comerciais do mundo**, devendo a **área bruta locável** atingir, até 2010, os **3 milhões de m²**, prevendo-se que o **consumo no retalho do Dubai** venha a atingir nesse ano os **7,6 bilhões de dólares**, número consideravelmente superior aos valores estimados para a **Arábia Saudita (6 bilhões de dólares)** e **Abu Dhabi (1,9 bilhões de dólares)**.

Nos últimos anos desenvolveu-se uma forte **cultura de "malls"** (centros comerciais), para a qual contribuíram, entre outras, as seguintes razões:

- temperaturas exteriores elevadas,
- crescente sofisticação dos consumidores,
- crescente sofisticação dos centros comerciais e consequente aumento da sua capacidade de atracção,
- aumento do número de turistas e visitantes,
- posicionamento do Dubai como centro de negócios do Médio Oriente.

É nas lojas dos centros comerciais que se encontra a oferta de maior qualidade, sendo este canal aquele em que o calçado Português pode ser mais competitivo.

Actualmente, os centros comerciais com maior tráfego no Dubai são:

- **Mall of Emirates** (com uma área locável de 400.000 m²)
- **Deira City Centre** (com uma área de 120.000 m²)
- **Ibn Battuta Mall** (com uma área de 300.000 m²)

Outros centros emblemáticos da cidade são:

- **Burjuman** (com um mix posicionado para os segmentos médio-alto e alto)
- **Wafi Mall** (com um mix posicionado para o segmento alto, atraindo sobretudo clientes Árabes e turistas Russos)
- **Mercato** (centro comercial de proximidade, localizado no prestigiante distrito residencial de Jumeirah)

Em Abu Dhabi, os principais centros comerciais são:

- **Marina Mall**
- **Abu Dhabi Mall**

Actualmente o Dubai detém **19%** do espaço total de retalho dos países GCC (países do Golfo Árabe), prevendo-se que esta a quota aumente para **30%** durante os próximos 5 anos.

Com uma área bruta locável de aproximadamente 3,4 milhões de m² e uma população de 1,4 milhões, o Dubai apresenta uma elevada concentração de espaço de retalho, apresentando também um dos maiores consumos (em retalho) *per capita* do mundo. Contudo, a maior parte dessas despesas é efectuada pelos 8 milhões de turistas que anualmente visitam o Dubai.

Entre 2006 e 2010 irão surgir novos mega centros comerciais, com particular destaque para:

- **Mall of Arabia** (com uma área total de **900.000 m2**)
- **Dubai Mall** (com uma área total de **650.000 m2**)
- **Dubai Festival City** (com uma área total de **250.000 m2**)
- **Dubai Outlet Mall** (com uma área total de **100.000 m2**)
- **Mirdiff Ciy Centre** (com uma área total de **180.000 m2**)

Apesar do elevado aumento da oferta de espaços comerciais, as rendas aumentaram cerca de 22% em relação ao ano anterior. Nos centros comerciais em desenvolvimento (Dubai Festival City, Mall of Arabia e Dubai Mall), os valores indicativos situam-se acima dos 850 Euros / m² / ano (71 Euros / m² / mês).

Esta variedade de *malls*, com ofertas similares ao nível de marcas internacionais conjugadas com espaços de lazer e de entretenimento, traduziu-se num crescente aumento de concorrência entre os diferentes centros comerciais.

Esta situação fez com que os retalhistas necessitassem de adequar o seu posicionamento em função do tráfego dos diferentes espaços e características demográficas das diferentes localizações, focalizando a sua acção na gestão da relação com as administrações dos *malls* e não nos outros retalhistas, seus concorrentes directos.

De facto, o acesso a espaço de retalho de qualidade, a par da escolha do parceiro comercial, são os principais factores críticos de sucesso que as empresas portuguesas terão de considerar ao abordar este mercado. Este é aliás um factor preponderante na escolha do parceiro – a sua capacidade negocial junto dos principais *mall developers*.

O mercado retalhista do Médio Oriente não é, de acordo com os *standards* internacionais um mercado de grande dimensão, devendo as empresas privilegiar na sua abordagem ao mercado aspectos relacionados com a **qualidade do produto e do serviço** (e boas margens comerciais) em detrimento do volume.

Os **festivais de compras** (eventos correspondentes aos períodos de saldos), como o Dubai Shopping Festival e o Dubai Summer Surprises atraem milhões de visitantes anualmente.

O último Dubai Shopping Festival (DSF) atraiu 3,6 milhões de visitantes (crescimento de 15%) que consumiram no sector do retalho **2,18 bilhões de dólares** (8% do PIB) contribuindo para promover o Dubai como destino de compras e captar receitas dos visitantes.

Face à reduzida capacidade industrial da região, o sector do calçado depende sobretudo de produtos importados. O posicionamento do Dubai, como Centro de Negócios e plataforma logística e de transporte para o Médio Oriente, mas também para África, Irão e sub-continente Indiano, leva a que prestigiadas marcas internacionais decidam centralizar as suas operações num único local (Dubai) e a partir daí fazerem a distribuição para os restantes mercados do Médio Oriente e Ásia.

Desta forma, multinacionais, fabricantes e exportadores de calçado, ao localizarem a sua base operacional no Dubai, podem facilmente encontrar compradores para os seus produtos e a partir daqui representantes noutras regiões.

Em termos de legislação comercial aos acordos é aplicado o regime geral de contratos e a restante legislação comercial.

A legislação dos Emirados impõe que apenas os cidadãos do país (*Emiratis*) possam operar no sector da distribuição. Empresas estrangeiras devem trabalhar através de parceiros locais. Esta cooperação pode passar por acordos de distribuição, pela concessão de licenças ou direitos (de Franchising) até ao estabelecimento de *Joint – Ventures*.

Em relação aos acordos de distribuição e à concessão de licenças (de Franchising ou outras) ou direitos são normalmente detidos a 100% por uma única empresa ou indivíduo. Noutros casos, o franchisado participa (com o mínimo legal de 51%) numa *joint venture* com o Franchisador.

Um outro modelo muito adoptado no sector do retalho é o de nomear um agente comercial. A legislação dos Emirados não faz distinção entre agente e distribuidor referindo-se a ambos como agentes comerciais.

Os acordos comerciais são normalmente constituídos em função de metas a atingir e dependem por isso também do número de mercados abrangidos pelo acordo, que poderão ser:

- **Emirados Árabes Unidos** (Dubai; Abu Dhabi; Ajman; Sharjah; Al Fujayrah; Ra' s al Khaymah; Umm al Qaywayn)
- **Países GCC** (Gulf Cooperation Council), onde se incluem os Emirados, a Arábia Saudita, o Qatar, o Bahrein, o Kuwait e Oman
- **Médio Oriente** (Países GCC + Jordânia, Líbano, Egipto e Síria)

Recomenda-se que as empresas portuguesas estabeleçam acordos de distribuição com diferentes *players* em cada um destes países. Uma vez que são poucos os grupos com uma presença forte em toda a região.

Deverão ainda dar prioridade ao estabelecimento de parcerias fortes nos Emirados Árabes Unidos. Uma boa presença neste mercado facilita o processo de expansão na região (Golfo, Médio Oriente e Índia).

Em termos de **margens** os valores são muito variáveis, dependendo do segmento de mercado do produto, do tipo canal de distribuição escolhido, da área geográfica coberta pelo acordo e de demais condições comerciais.

A fixação de metas comerciais (volume de vendas) calendarizadas durante o período de vigência do contrato é também uma prática corrente.

Em todo este processo é primordial o processo de escolha do parceiro local.

As empresas portuguesas para serem bem sucedidas nesta escolha deverão ter em consideração os seguintes factores:

- **Network comercial** nos mercados cobertos pelo acordo de distribuição
- **Capacidade financeira** para suportar eventuais custos de stock
- **Recursos Humanos** com qualidade, principalmente daqueles que forem responsáveis pela marca e/ou produto – *vendedores, brand managers, etc.*

Para além destes critérios chave deverão ainda ter em consideração as outras marcas que o parceiro representa e distribui (em muitos casos concorrentes directos) e qual o peso e o posicionamento que a sua marca vai ter no portfólio de marcas do seu distribuidor.

3. Mercados Alvo

Os principais actores e tipos de empresas que as empresas portuguesas terão de considerar neste sector são:

- **Representantes / Agentes dos Fabricantes**

- Trading/ Wholesalers / Armazenistas / Distribuidores Grossistas

- Retalhistas

- Grupos de Retalho**
- Lojas independentes**
- Redes de Franchising**

3.1 Os Representantes / Agentes

- Representam normalmente algumas (3 a 4) marcas, Europeias e/ou Asiáticas.
- São normalmente uma estrutura comercial de vendas, não dispendo de *showroom* aberto ao público.
- Factor decisivo não é a localização mas sim a Network comercial junto do Retalho.
- Factor de decisão baseado na Imagem de marca, Qualidade do Produto.

3.2 As Tradings / Wholesalers / Armazenistas / Distribuidores Grossistas

- Representam normalmente várias marcas
- Dispõem normalmente de *showroom* de rua, aberto ao público
- Show Rooms localizados normalmente nos souks ou bairros comerciais tradicionais
- Predominância de produtos de origem Chinesa e Indiana, mas também Turca e Egípcia
- Exposição confusa e massiva dos produtos
- Factor de decisão baseado no preço pois segmentos de mercado alvo são de baixo rendimento

Algumas Tradings de calçado a operar nos Emirados são:

- **Al Jaroodi Trading**
- **Mostafawi General Trading**
- **Lazar Trading**
- **Al Zalck Trading**
- **Antonio Trading**
- **Barcelona Shoes Trading**
- **Gulf Footwear Co**

3.3 Os Retalhistas

- Dois tipos de oferta: Multimarca e Monomarca;
- Predominância de marcas Europeias;
- Quatro tipos de formato:

- Lojas monomarca – sobretudo associadas a conceitos de Franchising
- Lojas multimarca
- Department Stores
- Hipermercados
- O Factor localização é muito importante. Os espaços comerciais deverão estar nos principais centros comerciais
- Posicionamento de mercado claro para permitir comparar *target markets* e segmentos de Mercado.

As principais lojas de calçado (e potenciais clientes) a operar nos Emirados (por formato) são:

3.3.1 Lojas Multimarca (pertencentes a Grupos de Retalho)

- **Shoe Mart (*Landmark Group*)**
- **Shoe Studio (*The Apparel Group*)**
- **Venezia (*The Apparel Group*)**
- **Faith (*Al Shaya Group*)**
- **Milano (*Al Shaya Group*)**
- **Shoecity (*Jawad Group*)**
- **Brantano Shoe Stores (*Jawad Group*)**
- **Viccini (Valencia Shoes)**
- **Valencia (Valencia Shoes)**

3.3.2 Lojas Multimarca (Independentes)

- **Comfort Shoes**
- **Berluti**
- **Opera Shoes**
- **Antonio**
- **Grand Stores**
- **Concept Shoes**
- **Mandy Shoes**
- **Estudio Loridou**
- **Salamander**
- **Shireen**

3.4 Department Stores

- **Harvey Nichols (*Al Tayer Group*)**
- **Debenhams (*Al Shaya Group*)**
- **Saks Fifth Avenue (*Chalhoub Group*)**

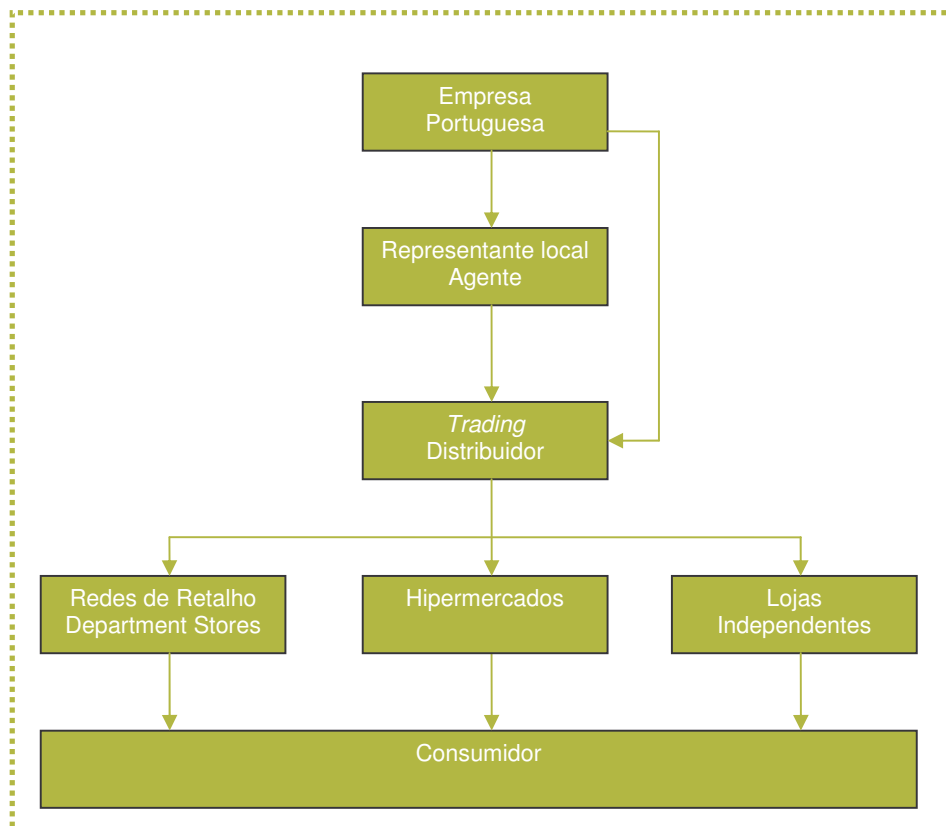
- **Salam Studio (*Salam Studio & Stores*)**
- **Woolworths (*Sharaf Group,*)**
- **Centerpoint / Shoe Mart (*Landmark Group,*)**
- **Bin Hendi Avenue (*Bin Hendi Entreprises*)**

3.5 Hipermercados

- **Carrefour (*M.A.F. – Majid Al Futtaim Group*)**
- **Lulu Hypermarkets (*EMKE Group*)**

4. Processo de Decisão

As empresas portuguesas que tenham produtos com um posicionamento de mercado claro e com capacidade de competir no exigente, mas também bastante promissor mercado dos Emirados Árabes Unidos têm de compreender, antes demais, os processos de tomada de decisão e os diferentes canais de distribuição existentes no mercado.



Tal como em Portugal, um dos principais factores críticos de sucesso é o da escolha dos canais de distribuição e também a localização do ponto de venda (centro comercial mais adequado ao(s) segmento(s) de mercado que quer cobrir e localização numa zona com visibilidade e bom tráfego).

De facto, o acesso a espaço de retalho de qualidade, a par da escolha do parceiro comercial, são os principais factores críticos de sucesso que as empresas portuguesas terão de considerar ao abordar este mercado.

Este é aliás um factor preponderante na escolha do parceiro – a sua capacidade de acesso e poder negocial junto dos principais *canais de distribuição*:

As Tradings
Os Retalhistas Independentes,
As Redes de Retalho
As Department Stores
Os Hipermercados

Nos Centros Comerciais do Dubai, entre 60 a 80% das melhores áreas são atribuídas aos principais grupos de retalho. Os restantes 20 a 40% são negociados com pequenos e/ou novos retalhistas que tentam entrar neste mercado. É nos centros comerciais que se concentra a oferta de qualidade de calçado.

Daí que seja preponderante colocar os produtos em retalhistas que tenham acesso a estes espaços privilegiados de consumo, ou seleccionar um representante ou agente local credível que tenha acesso a esta *network* comercial.

Por outro lado, as empresas Portuguesas deverão ser cautelosas durante este processo. Algumas destas empresas procuram ter acesso a Calçado Europeu para em seguida re-produzir as diferentes colecções ou principais modelos em países do Extremo Oriente.

5. Conclusões e Recomendações

O **forte crescimento económico** do Dubai em sectores cada vez mais diversificados, a sua **posição como plataforma comercial** e de negócios para o Médio Oriente e a Ásia, o **forte crescimento demográfico** registado (a população aumentou 78% em apenas 10 anos), o **elevado número de turistas** (mais 8 milhões em 2006), **os mega projectos** residenciais, hoteleiros e comerciais em curso e o **elevado rendimento per capita** da população (residente e visitante) fazem do Dubai um mercado, muito atractivo para as empresas Portuguesas de calçado, sobretudo aquelas que tenham um **conceito próprio de retalho (Franchising)** que terão contudo de enfrentar uma forte concorrência dos produtos Asiáticos, devendo por isso apresentar-se ao mercado com um posicionamento claro em termos do binómio preço qualidade, escolhendo criteriosamente os canais de distribuição mais adequados a esse tipo de oferta.

Para serem bem sucedidas, as empresas Portuguesas deverão:

1. Analisar cada mercado alvo (começar preferencialmente pelo Dubai. Apesar de mais competitivo, este mercado é o que garante maior visibilidade aos seus produtos, facilitando a expansão e negociação de novas parcerias nos restantes países do Golfo).

2. Visitar a região (para poder sentir o mercado. Visite os centros comerciais, veja os conceitos concorrentes, os seus produtos, os seus preços).

3. Procurar seleccionar representantes / franchisados / parceiros credíveis.

4. Estar preparado para discutir as condições comerciais com possíveis representantes (margens, política de preços, condições de pagamento, garantias).

5. Trazer catálogos, CD's e apresentações muito profissionais do seu conceito, bem como **amostras** representativas do seu produto, sendo contudo muito selectivo na sua entrega para evitar cópias e reproduções não autorizadas dos seus produtos.

6. Estar preparado para discutir estratégias de marketing e de promoção.

7. Publicitar seus produtos.

8. Fornecer um website e endereço email.

9. Estar a par dos diferentes tipos de contrato: agente / distribuidor.

A partir daqui as empresas deverão decidir:

- Qual o modelo de entrada no mercado (Exportação, Filial, Joint-Ventures, acordos de licenciamento, agência, distribuição ou representação com empresas locais)
- Em função do modelo de entrada e dos mercados alvo, seleccionar criteriosamente o parceiro (s) local que melhor ajudará a empresa a cumprir os seus objectivos.
- Realizar uma análise de mercado detalhada do seu sector de actividade, nomeadamente dos mercados alvo que pretendem fornecer,
- Conhecer os Canais de Distribuição e os principais *Players* do mercado,
- Compreender o Processo de Tomada de Decisão,
- Perceber que vantagens competitivas irão trazer para o mercado.

Anexo 1 - Principais Grupos de Retalho e Marcas Representadas

Azadea Group

O **Grupo Azadea** é um dos grupos de retalho que mais tem crescido a nível mundial, representando um vasto leque de franquias. No seu portfolio de **30 marcas** encontram-se alguns dos nomes mais representativos do sector, nomeadamente as marcas do **Grupo Inditex (Zara, Massimo Dutti, Pull & Bear, Bershka, Stradivarius, Zara Home, Oysho)**, **Mango, Virgin Megastore**, Sunglass Hut e as marcas Portuguesas **Salsa e Lanidor**.

O Grupo Azadea encontra-se sediado em Beirute, no Líbano, possuindo escritórios em todo o Médio Oriente onde possui actualmente **152 lojas** localizadas estrategicamente nos melhores **malls** da região, planeando abrir mais **500** nos próximos **3 anos**.

Informações adicionais

LIBANO (SEDE)	
Azadea Group Holding SAL Regional Office 3rd Floor, Ibisa Center, Rashid Karama Street P.O.Box: 114-5060 Beirut, Lebanon	T: +961 1 804 888 F: +961 1 801 192 http://azadea.com/ info@azadea.com
Chairman: Mr. Wassim Daher,	Vice-Chairman: Mr. Saeed Daher

EMIRADOS ARABES UNIDOS (DELEGAÇÃO REGIONAL)	
Azadea Group UAE Deira City Centre, MAF Tower, 3rd Floor P.O.Box 22700 Dubai, United Arab Emirates	T: +971 4 294 4244 F: +971 4 294 4200 http://azadea.com/ info@azadea.com
CEO Azal Group UAE - Nicolas Rubeiz,	Managing Director: Mr. Hassan Daher

GRUPO AZADEA – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
13 Buho Street	∅	∅						√ Teen's / casual wear
Bershka		∅						√ Teen's / casual wear
Bijoux Ternier							√	
Columbus Café								√ Food & Beverage
Cool Cat	∅	∅						√ Teen's / casual wear

GRUPO AZADEA – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto (cont.)

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Extyn		∅						√ Teen's / casual wear
Lanidor		√				∅	∅	
Maison Décor								√ Home Furnishings
Mango		√				∅	∅	
Marella		√						
Marina Rinaldi		∅						√ Larger Figures
Massimo Dutti	∅	√				∅	∅	
MaxMara		√						
Oysho				√				
PAUL								√ Food & Beverage
Penny Black			√					
Persona		∅						√ Larger Figures
Pimkie		∅						√ Teen's / casual wear
Promod		√						∅ Teen's / casual wear
Pulp Juice Bar								√ Food & Beverage
Pull & Bear	∅	∅						√ Casual wear
Salsa Jeans	∅	∅						√ Casual wear
Singways								Home Furnishings
Stradivarius		∅						√ Casual wear
Sunglass Hut								√ Optics
The Butcher Shop and Grill								√ Food & Beverage
Virgin Megastore								√ Music & Entertainment
W'ite	∅	√				∅	∅	
Weekend by MaxMara		∅					∅	√ Casual wear
Xanaka		√					∅	∅ Casualwear
Zara	∅	√	∅			∅	∅	
Zara Home								√ Home Furnishings

√ - Categoria Principal

∅ - Categoria Secundária

Alshaya Group

O **Grupo Alshaya** é um dos grupos mais representativos do Médio Oriente.

Desde a sua fundação em 1890, este grupo de origem Koweitiana, cedo expandiu a sua actividade para a Arábia Saudita, sendo hoje um conglomerado com actividades em todos os países do Médio Oriente, Turquia, Chipre e Rússia.

O grupo apresentou uma forte expansão entre as décadas de 60 e 70, desenvolvendo diversas actividades nos sectores: imobiliário, construção, hotelaria, retalho automóvel e comércio.

Actualmente o grupo emprega mais de **7000 funcionários**, dos quais **6000** trabalham na **divisão de retalho**.

A **Alshaya Retail** opera hoje mais de **40 marcas internacionais** de retalho, onde se incluem marcas líderes nos sectores da moda, da saúde e beleza, de artigos de desporto, da restauração e dos sectores farmacêutico e óptico. Entre as diversas marcas representadas destacam-se: **H&M, Debenhams, The Body Shop, Starbucks, Mothercare, Boots, Estée Lauder, Foot Locker, Elena Miro, Clinique, Next**, entre outras.

Informações adicionais

KOWEIT (SEDE)	
M.H. Alshaya Co. PO BOX 181 SAFAT 13002, Kuwait.	T: +965 2242000 F: +965 4814842 http://www.alshaya.com/ info@alshaya.com
CEO: Mr. Mohammed Alshaya	

GRUPO AL SHAYA – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Aramis								√ Health & Beauty
Asha's								√ Food & Beverage
Bear Factory								√ Toys
Bhs	√	√	√					
Boots								√ Pharmacy
Claire's							√	
Clinique								√ Health & Beauty
Coast		√						
Debenhams	∅	∅	∅	∅		∅	∅	√ Departm. Store

GRUPO AL SHAYA – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto (cont.)

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
DorothyPerkins		√		∅		∅	∅	
Evans								√ Larger Figures
Elena Miro								√ Larger Figures
Estee Lauder								√ Health & Beauty
Faith						√		
Foot Locker					√	∅		
H&M	√	√	√	∅		∅	∅	
Jack n Jones	√							√ Casual Wear
Le Pain Quotidien								√ Food & Beverage
Limited Too			√					
M.A.C								√ Health & Beauty
Milano						√		
Mothercare			√					√ Mother to be & babies
Motivi		∅						√ Teen's / casual wear
Next	∅	√	∅			∅	∅	
Oasis		√				∅	∅	
Oltre		√						√ Casual Wear
Peacocks	√	√	√					
Pearle Opticians								√ Optics
PizzaExpress								√ Food & Beverage
River Island	√	√						√ Casual Wear
Sarai								√ Food & Beverage
Starbucks Coffee								√ Food & Beverage
Stride Rite						√		
Thai Chi								√ Food & Beverage
The Body Shop								√Health & Beauty
The Gaucho grill								√ Food & Beverage

GRUPO AL SHAYA – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto (cont.)

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Totally Fish								√ Food & Beverage
Topman	√							√ Casual Wear
Topshop		√						√ Casual Wear
VaVaVoom								√ Health & Beauty
Vero Moda		√				∅	∅	
Wallis		√				∅	∅	

√ - Categoria Principal

∅ - Categoria Secundária

The Apparel Group

Com sede no **Dubai**, o **Grupo Apparel** tem uma importante **network regional** nos países do **Médio Oriente, Ásia e Europa de Leste**.

O Grupo representa actualmente **29 marcas internacionais** de origem Americana, Canadense, Europeia, Australiana e Asiática, procurando activamente novas marcas de forma a complementar o seu portfólio.

Actualmente a empresa opera **228 lojas**, nos **Emirados Árabes Unidos, Koweit, Baharain, Oman, Índia, Polónia, Singapura, Jordânia, Tailândia e Malásia**.

Adicionalmente a esses mercados, o grupo tem procurado desenvolver um conjunto de novas estratégias para penetrar nos mercados emergentes da **Árabia Saudita, Rússia, República Checa, Hungria, Indonésia, Paquistão e Filipinas**.

Entre as marcas representadas, destacam-se **Tommy Hilfiger, Kenneth Cole, La Senza, Nine West, Mango, Skechers, Jennyfer, Gocco, Venezia, Shoe Studio, Naturalizer, Von Dutch**, entre outras.

Informações adicionais

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS (SEDE)	
Apparel Group P.O.Box 27401 102, Al Sharafi Building, Khalid Bin Waleed Road, Dubai – UAE	T: +971 4 3515800 F: +971 4 3514034 http://www.appareluae.com/ info@appareluae.com
CEO: Nilesh Ved	

The Apparel Group – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Anne Klein		√						
Athlete's Foot					√	√		
Aldo						√		
Bally						√	√	
Basler		√						
Bench	√	√	√	∅		∅	∅	
Books Plus								√ Books
Charles & Keith						√	√	
Cold Stone Creamery								√ Food & Beverage
Dune						∅	√	
Enzo								
Gocco			√					
Inglot								√ Health & Beauty
Jeans West	∅	∅						√ Casual wear
Jennyfer			∅					√ Teen's / casualwear
Kekos			√					
Kenneth Cole	√	√				√		
La Senza				√				
Mango		√						
Moreschi							√	
Naturalizer						√	∅	
Nine West						√	∅	
Promod		√						
Raoul	√							
Shoe Studio						√		
Skechers						√		
Strandbags							√	
Stuart Weitzman						√	∅	
Tommy Hilfiger	√	∅	∅	∅			∅	
Venezia						√		
Von Dutch								√ Casual Wear

√ - Categoria Principal

∅ - Categoria Secundária

Al Tayer Group

Fundado em 1979 nos Emirados Árabes Unidos, o **Grupo Al Tayer** representa algumas das mais conceituadas marcas internacionais de Automóveis, Moda, Jóias, Perfumes e Cosmética. Composto por 20 empresas, o Grupo Al Tayer é hoje um dos principais grupos empresariais dos Emirados Árabes Unidos.

Actualmente as actividades do grupo estendem-se por todos os países do Golfo e do Médio Oriente. No sector do retalho as marcas representadas posicionam-se nos segmentos de mercado com um poder de compra elevado. Entre as diversas marcas representadas no sector da moda e da joalharia, destacam-se: **Gucci, Giorgio Armani, Emporio Armani, Dolce & Gabanna, Harvey Nichols, Boucheron, Bvlgari, Bottega & Venetta, Gap, Emilio Pucci, Yves Saint Lauren, Michael Kors, Pianegonda**, entre outras. A título de curiosidade a empresa representa também no sector automóvel marcas como a **Jaguar, Ferrari, Land Rover, Maserati ou Lincoln** reforçando também neste sector o posicionamento do grupo no segmento de mercado de elevado rendimento.

Informações adicionais

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS (SEDE)	
Al Tayer Group Fashion & Jewellery Division P.O. Box 2623 Dubai, UAE	T: +971 4 2011111 F: +971 4 2824901 http://www.altayer.com/
General Manager for Business Development : Mr. Khalid Al Tayer	General Manager Fashion and Jewellery Division: Miss Shireen El Khatib

Al Tayer Group – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Akris		√						
Almaz by Momo								√ Food & Beverage
Armani Jeans	√	√						
Armani Junior			√					
Areej								√ Health & Beauty
Asprey								√ Jewelry & watches
Azza Fahmy							∅	√ Jewelry
Azal							∅	√ Jewelry
Bottega Veneta						√	√	
Boucheron								√ Jewelry

Al Tayer Group – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto (cont.)

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Bvlgari								√Jewelry
Dolce& Gabbana		√				∅	∅	
Emilio Pucci		√					∅	
Emporio Armani	√	√						
Emporio Armani Caffe								√ Food & Beverage
Galler								√ Food & Beverage
Gap	√	√						√Casual wear
Ghadeer Trading								√ Health & Beauty
Giorgio Armani	√	√					∅	
Gucci		∅				∅	√	
Jimmy Choo						√	∅	
Loro Piana	√	√					∅	
Michael Kors	√	√					∅	
Ounass		√					∅	
Pianegonda								√Jewelry
Pomellato								√Jewelry
Sergio Rossi						√	∅	
Tejan ME								√ Health & Beauty
Wishah Perfume								√ Health & Beauty
Yves Saint Laurent	√	√				∅	∅	

√ - Categoria Principal

∅ - Categoria Secundária

Al-Futtaim Group

Fundado em 1939 nos Emirados Árabes Unidos, o **Grupo Al Futtaim** é um dos grupos empresariais mais sólidos da região do Golfo, operando cerca de 40 empresas nos Emirados Árabes Unidos, mas também no Kuwait, Qatar, Oman, Baharein e Egipto.

O Grupo desenvolve um diversificado leque de actividades nos seguintes agrupados nas seguintes divisões operacionais:

- Automóvel
- Electrónica e Engenharia
- Seguros
- Indústria
- Lazer e Entretenimento
- Imobiliário
- retalho e Serviços

O Grupo representa actualmente marcas líderes a nível mundial, onde se incluem: Toyota, Lexus, Honda, Volvo, Chrysler, Jeep e Dodge, Panasonic, Toshiba, Sanyo, Aftron, Alcatel, IKEA, Ace, Marks & Spencer,

Toys R Us, Seiko, Raymond Weil, Westar, Kolber e Minato Pearls sendo também o principal promotor imobiliário do empreendimento Dubai Festival City – que incluirá entre outros: Centro Comercial, Golf Resort, Marina, Hotéis e 15 comunidades residenciais.

Informações adicionais

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS (SEDE)	
Al-Futtaim Private Company LLC P. O. Box 152 Dubai, UAE	T: +9714 2177777 F: +9714 2270994 www.futtaim.com
Group Corporate Communications Mr. Nawfal Jourani	T: +971 4 2282 101 Ext.214 F: +971 4 2279 801 nawfal.jourani@alfuttaim.ae

Al Futtaim Group – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Ikea								√ Home Furnishings
Ace Hardware,								√ Hardware Retailer
Toys " R" Us								√ Toys
Marks & Spencer	√	√	√	∅		∅	∅	
Kids Play								√ Entertainment Parks
Al-Futtaim Watches & Jewellery								√ Jewellery & Watches
Raimond Weil								√ Watches
Seiko								√ Watches
Plugs Ins								√ Electronics
Al Futtaim Travel							∅	√ Travel Agency
Panasonic								√ Electronics
Toshiba								√ Electronics
Carrefour								√ Hypermarket
Ski Dubai								√ Entertainment Park
Magic Planet								√ Entertainment Park

√ - Categoria Principal

∅ - Categoria Secundária

Paris Group

Criado há 20 anos atrás pelo ainda Chairman Dr. Abdulkader Sankari, o grupo “**Paris Group**” continua ainda hoje a manter a sua estrutura familiar, tendo alcançado notoriedade no Médio Oriente como **Agentes, Distribuidores e Franchisados** de marcas de vestuário de homem. Com sede no Dubai, o grupo, emprega actualmente **2000 trabalhadores** nos Emirados e restantes países do Médio Oriente, e tem uma boa rede de Centros de Negócios na Ásia, Europa e Europa de Leste, onde emprega cerca de **500 pessoas**.

A divisão de retalho do grupo opera **110 lojas no Médio Oriente e Europa de Leste**, sendo uma das suas principais características estratégicas, a contínua e agressiva política de preços (as vitrinas das suas lojas multi-marca apresentam continuamente em lettering vermelho a mensagem **75% Sales**).

Para além do retalho de vestuário o grupo diversificou a sua actividade para os sectores da restauração, do mobiliário e decoração e sector Hospitalar.

Entre as diversas marcas representadas no sector da moda, destacam-se: **Pierre Cardin, Cerruti, Gianfranco Ferre, Guy Laroche, Versace, Daniel Hecher** e na restauração os conceitos **Biella, Art Café, Chop Chop, Shangai Stick, Mezza, Fresh**.

Informações adicionais

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS (SEDE)	
Paris Group P.O.Box: 23393 Sharjah – UAE	T: +97165563028 F: +97165562048 http://www.parisgroup.ae/ parisgroup@parisgroup.ae
President: Abdul Kadir Sankari,	Vice-President: Wadah Haj Murad

Paris Group – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Azzaro								√ Health & Beauty
Calvin Klein	√							
Camper						√	∅	
Canali	√							
Cerruti 1881	√							
Corneliani	√							
Daniel Hechter	√							

Paris Group – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto (cont.)

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Gianfranco Ferre	√							
Guy Laroche	√							
Pierre Cardin	√						∅	
Verri	√							
Versace	√							
Ted Labidus	√					∅	√	
Biella								√ Food & Beverage
Art Café								√ Food & Beverage
Chop Chop								√ Food & Beverage
Shangai Stick								√ Food & Beverage
Gallopin Gourmet								√ Food & Beverage
Fish & Chips								√ Food & Beverage
Asha's								√ Food & Beverage
Mezza								√ Food & Beverage
Fresh								√ Food & Beverage

√ - Categoria Principal

∅ - Categoria Secundária

Jawad Business Group

Fundado em 1960 no Bahrein por Hasan Mohamed Jawad, o **Grupo JAWAD** tornou-se num diversificado grupo empresarial. A sua **divisão de retalho** inclui **lojas de vestuário, supermercados, department stores e restaurantes**. Para além do retalho a empresa desenvolve actividades nos sectores da logística, estações de serviço e distribuição agro-alimentar. O Grupo Jawad tem mais de **200 lojas (40 das quais no Bahrein)**, estando presente em todos os países do GCC (Emirados Árabes Unidos, Arábia Saudita, Bahrein, Qatar, Kuwait e Oman). Para além da sua rede de supermercados (Jawad Dome) o grupo distribui (como *wholesaler*) mais de 100 marcas de produtos de grande consumo a mercearias, supermercados e hipermercados no Qatar e no Bahrein.

Entre as diversas marcas de vestuário e calçado representadas destacam-se: **Accessorize, Mango** (Bahrein), **Hush Puppies, Mansoon, Rituals**, a Portuguesa **Origem, BHS** (Bahrein, **Pumpkin Patch, Shoe City, Adams, Tape a L' Oeil**, entre outras e na restauração marcas como **Burger King**, ou conceitos próprios como **Costa Coffee**.

Informações adicionais

BAHAREIN (SEDE)	
Jawad Business Group <i>Headquaters Baharain</i> P.O.Box 430 Manama Kingdom of Baharain	T: +973 17253032 F: +973 17273866 http://www.jawad.com/ jawad@jawad.com
Chairman and CEO: Mr. Faisal Jawad	Deputy CEO: Mr. Abbas Hussain

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS (FILIAL)	
Outfit, LLC P.O.Box 27540, Dubai - UAE	T: +971 4 3552205 F: +971 4 3558088 http://www.jawad.com/ outfit@emirates.net.ae

Jawad Group – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Hush Puppies						√	∅	
Shoecity						√	∅	
Adams			√					
BHS	√	√	√			∅	∅	∅ Home Furnishings
Monsoon		√	∅				∅	
Accessorize							√	
Origem		√						
Rituals								√ Health & Beauty
Pixi								√ Health & Beauty
Pumpkin Patch			√					
Mango		√						
Camaieu		√						
Kiabi	∅	√	∅					
SIA								√ Home Furnishings
Tape a L'Oeil			√					

Jawad Group – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto (cont.)

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Dairy Queen								√ Food & Beverage
Burger King								√ Food & Beverage
Costa Coffee								√ Food & Beverage
Papa John's Pizza								√ Food & Beverage
Magic Wok								√ Food & Beverage
Barbar Oven								√ Food & Beverage
Thai Express								√ Food & Beverage

√ - Categoria Principal

∅ - Categoria Secundária

Sharaf Group

Fundado em 1976 no Dubai, por dois irmãos, o Grupo Sharaf é hoje um dos maiores grupos empresariais dos Emirados, com actividades em vários sectores.

Apesar de ter iniciado a sua actividade com o Transporte Marítimo de mercadorias, o Grupo Sharaf desenvolve actualmente negócios em áreas tão diversificadas como o Retalho de Moda, o Retalho de Materiais e Equipamentos Electrónicos, Transporte, Armazenagem, Logística, Serviços Financeiros, Viagens e Turismo, empregando hoje **2600** funcionários em vários continentes.

Entre as diversas marcas representadas no sector do retalho, destacam-se: **Woolworths, Westwood, Forever21, Sanrio (Hello Kitty), Truworths, MenergiRESET, Ovo, B-Bush, Thyme Maternity, Red Earth, Bayti, Sharafa Digital**, entre outras.

Informações adicionais

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS (SEDE)	
Sharaf Group P.O. Box 576 Dubai, U.A.E	T: +971 4 3520555 / 3521555 F: +971 4 3526565 / 3519517 http://www.sharafgroup.com/ sharafgp@sharaf.ae
Chairman: Mr. Ibrahim Sharaf,	Vice Chairman: Mr. Sharafuddin Sharaf

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS (DIVISÃO DE RETALHO)	
Sharaf Retail P.O. Box 28091 Dubai, U.A.E	T: +971 4 2821515 F: +971 4 2820818 info@sharafretail.com

Sharaf Group – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Woolworths	√	√	√	∅	∅	√	∅	√ Department Store
Westwood	√	√	√					
Truworths	∅	√						
MenergiRESET			√					
Ovo			√				∅	
B-Bushh			√				√	
Forever 21		√						
Sanrio (Hello Kitty)								√ Children Gifts & Stat.
Thyme Maternity								√ Mother to be and baby wear
Red Earth								√ Health & Beauty
Bayti								√ Home Furnishings
Sharafa Digital								√ Electronics
AIIZ XII			√					

√ - Categoria Principal

∅ - Categoria Secundária

Liwa Trading Enterprises

Criadas em 1987, as empresas **Liwa Trading** agregam as actividades de retalho do **Grupo Nasser Holding**. A primeira loja foi inaugurada em 1987 em Abu Dhabi através de um acordo de Franchising com a **British Home Stores** (BhS).

Posteriormente, entre 1992 e 1993 novos acordos de licenciamento foram estabelecidos tendo a empresa adicionado ao seu portfólio as marcas **JCPenney e Florsheim** a que veio juntar-se a marca **Premaman** em 1997. Os anos de 2002-2003 foram de forte expansão para a empresa que adicionou ao seu portfólio as marcas **La Senza, La Senza Girl, Stefanel, Tally Weijl, Virgin Cosmetics, X18 e Pepe Jeans**.

O grupo opera hoje com mais de **130 lojas** na região do Golfo, o que representa uma área de retalho superior a **14.000 m²**, nos mais prestigiados centros comerciais da região aos quais deverá **acrescentar 12.000 m²** nos próximos 3 anos correspondentes aos novos centros comerciais em desenvolvimento. Para além dos acordos de franchising nos países do golfo a empresa estabeleceu vários acordos de **sub-franchising no Líbano, Jordânia, Yemen e Paquistão**.

Informações adicionais

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS (SEDE)	
Liwa Trading Enterprises 2nd Floor, Falcon Tower P.O.Box 45326 Abu Dhabi – UAE	T: +971 2 6329600 F: +971 2 6344121 http://www.liwastores.com/ liwacorp@emirates.net.ae
Chairman: Mr. Abdulla Nasser Al Mansouri,	Managing Director: Mr. Ganpat Singhvi

Liwa Trading Enterprises – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
BHS	√	√	√			∅	∅	∅ Home Furnishings
La Senza Lingerie				√				
La Senza Girl			√	√			∅	√ Teen wear
Stefanel		√						
Hot Kiss								√ Teen wear
Pepe Jeans								√ Casual Wear
Nautica	√							
Premaman								√ Mother to be and baby wear
Dwell								√ Home Furnishings
Paradies								√ Home Furnishings
Olymp								√ Home Furnishings
Rampage								√ Teen wear

Liwa Trading Enterprises – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto (cont.)

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Yankee								√ Candles
Florsheim						√		
Gant	√		∅					
Gant Woman		√	∅					
Vossen								√ Home Furnishings
Basetti								√ Home Furnishings
B – Young		√						

√ - Categoria Principal

∅ - Categoria Secundária

ETA – Ascon Group

Fundado em 1973 o Grupo ETA-ASCON é o resultado de uma **joint venture** entre o **Grupo Al Ghurair** dos Emirados Árabes Unidos e o grupo **Amana Investments Limited** de Hong Kong. Com sede no Dubai, a *network* do grupo ETA-Ascon é composta por **140** delegações e escritórios associados em 21 países empregando **40.000** trabalhadores.

As **ventas consolidadas** do grupo em 2005 foram superiores a **3 bilhões de dólares**.

Com uma forte presença no Médio Oriente, o Grupo ETA-Ascon desenvolve um conjunto diversificado de actividades nos sectores: da Engenharia & Construção, Comércio & Transporte, Indústria, Gestão de Equipamentos, Retalho e Lazer, Consultoria e Imobiliário.

Entre as marcas representadas incluem-se: **LO – Lovable & Fila**, Al Haseena Jewellers, Chai Café, Star Retail, Mex ChicInn, The World of Time ou The Kitchen House.

Informações adicionais

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS (SEDE)	
ETA ASCON Emirates Trading Agency P.O.Box – 5239, Dubai – U.A.E.	T: +971 4 2713333 F: +971 4 2729275 http://www.etaascon.com/ cac@etaascon.com
Chairman: Abdullah Al Ghurair,	Managing Director: Syed M. Salahuddin

ETA Ascon – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
LO – Lovable & Fila				√				
Giordano Fashions	√	√	√					√ Casual Wear
Al Haseena Jewellers								√ Jewelry
Star Retail								
Chai Cafe								√ Food & Beverage
Mex Chic` Inn								√ Food & Beverage
The World of Time								√ Jewelry (Watches)
The Kitchen House								√ Kitchen Furnishings
ETA – Electromechanics								√ Kitchen appliances

√ - Categoria Principal

∅ - Categoria Secundária

Bin Hendi Enterprises

O **Grupo Bin Hendi** é hoje um importante grupo empresarial dos Emirados Árabes Unidos. A empresa opera hoje **30 lojas** próprias, nos sectores da **moda** e **acessórios, joalharias** e **restauração**. A divisão de *trading* distribui dezenas de marcas (vestuário e acessórios, decoração, óculos, joalheria, relógios, cosmética, alimentos para bebé e electrónica) em mais de 1.000 retalhistas.

Para além das actividades de retalho e de *trading*, a empresa desenvolve actividades nas seguintes áreas: **Publicidade, Imprensa** (incluindo um canal de TV), Educação, Casas de Câmbio, Flores, e Componentes para a indústria petrolífera.

Entre as marcas representadas encontram-se várias prestigiadas marcas de vestuário, calçado e acessórios masculinos (Segmento médio-alto e alto) como: **Hugo Boss, Armand Basi, Artioli, Porche Design, Paul & Shark, GF Ferre, Baldessarini, Brionni, Calvin Klein Jeans ou Florentino** e conceitos próprios como o *Department Store Bin Hendi Avenue*, ou os restaurantes **Japengo, Bella Donna e Caffe Havana**.

Informações adicionais

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS (SEDE)	
Bin Hendi Enterprises P.O.Box 1038 Dubai – UAE	T: +971 4 222 6068 F: +971 4 221 9673 http://www.binhendi.com binhendi@binhendi.com
President: Mr. Mohi-din Binhendi	CEO: Mr. T.N. Pratap

Bin Hendi – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto

Brand Name	Men	Ladies	Children	Underwear	Sports	Footwear	Fashion	Other
	Apparel	Apparel	Apparel	Lingerie	Wear		Accessories	Category
Armand Basi	√	√						
Artioli						√	∅	
Hugo Boss	√							
Baldessarini	√						∅	
Brionni	√							
Calvin Klein Jeans	√	√						
Exte	√							
Florentino	√					∅	∅	
Paul & Shark	√							
Escape	√							√ Multi brand store
GF Ferre	√	√						
Zilli	√							
Baituti								√ Home Furnishings
Bin Hendi Avenue								√ Department Store
Second Cup								√ Food & Beverage
Japengo								√ Food & Beverage
Bella Donna								√ Food & Beverage
Inferno Grill								√ Food & Beverage
Sammach								√ Food & Beverage
Cafe Havana								√ Food & Beverage
Mini Chinese								√ Food & Beverage
Business Cafe								√ Food & Beverage
China Times								√ Food & Beverage
La Brioche								√ Food & Beverage
Porche Design <i>Linha Optica</i>								√ Optics
Espirt <i>Linha Optica</i>								√ Optics
Adidas <i>Linha Optica</i>								√ Optics
Charmant <i>Linha Optica</i>								√ Optics

Bin Hendi – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto (cont.)

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Jacob & Co <i>Relógios</i>								√ Watches
Martin Braun <i>Relógios</i>								√ Watches
Navitec <i>Relógios</i>								√ Watches
Nubeo <i>Relógios</i>								√ Watches
Philip Stein <i>Relógios</i>								√ Watches
Tiret <i>Relógios</i>								√ Watches
Ulysse Nardin <i>Relógios</i>								√ Watches
Cerruti <i>Relógios</i>								√ Watches
De La Cour <i>Relógios</i>								√ Watches
Franc Vila <i>Relógios</i>								√ Watches
Graff <i>Relógios</i>								√ Watches
Jacob & Co <i>Relógios</i>								√ Watches
Martin Braun <i>Relógios</i>								√ Watches
Navitec <i>Relógios</i>								√ Watches

√ - Categoria Principal

∅ - Categoria Secundária

Jashanmal National Company

Fundada no Iraque em 1919, a empresa desenvolve hoje um vasto leque de actividades no Kuwait, Bahrein, Oman e Emirados Árabes Unidos. Hoje, as lojas Jashanmal são sinónimo de artigos de luxo e de alta qualidade. Entre as marcas representadas através de Franchising ou de licenças de distribuição encontram-se **MEXX, Burberry, Clarcks, Calvin Klein Underwear, Princesse Tam Tam, Kookai, Carlton Cards, Books Plus e Casa Mia.**

Informações adicionais

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS (SEDE)	
Jashanmal National Company LLC PO Box 1545, Dubai - United Arab Emirates.	T: +971 4 2666633 F: +971 4 2629597 http://www.jashanmal-uae.com gjinc@jashanmal.ae
CEO – Mr. Gangu Batra	

Jashanmal – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Jashanmal								√ Department Store
Burberry	√	√					√	
Clarcks						√		
Innerlines				√				
Mexx	√	√						
Bally						√	∅	
Cavin Klein Underwear				√				
Swatch								√ Watches
Books Plus								√ Books
Carlston Cards								√ Greeting Cards
House of Tobacco								√ Tobacco
Princesse Tam Tam				√				
Casa Mia								√ Home Furnishings
Kookai		√						

√ - Categoria Principal

∅ - Categoria Secundária

Rivoli Group

O **Grupo Rivoli** é conhecido pelo seu vasto portfolio de **marcas de luxo**, com particular destaque para os **Relógios, Bijuteria e Acessórios em Pele**. Fundado em 1998, o Grupo Rivoli tem vindo a aumentar de forma consistente a sua rede de retalho, sendo actualmente um dos maiores importadores de marcas de luxo do Médio Oriente, representando uma gama alargada de produtos, desde relógios, instrumentos de escrita (canetas), vestuário de homem, mulher e criança, produtos ópticos e diversos tipos de acessórios.

O grupo opera **175 lojas**, incluindo **33 lojas Rivoli** (relógios), **75 lojas Hour Choice** (relógios), **6 lojas Rivoli Textiles** (tecidos de designers e serviços profissionais de alfaiataria) e várias lojas mono-marca franchisadas.

O Grupo representa prestigiadas marcas internacionais como: **Montblanc, Dunhill, Tag Heuer, Carl F. Bucherer, Bang and Olufsen, Kenzo, Swatch, Vertu**, entre outras, sendo também responsável pelas operações **Duty Free** e vendas **onboard** de várias marcas de luxo no Médio Oriente, Índia, Maldivas e Chipre incluindo presença regular nas principais companhias aéreas da região.

Informações adicionais

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS (SEDE)	
The Rivoli Group Al Fahidi Street P.O.Box 121 Dubai, UAE	T: +971 4 3531400 F: +971 4 3534992 http://www.rivoligroup.com/ marketing@rivoligroup.ae
CEO: Mr. Ramesh Prabhakar	

Rivoli Group – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Kenzo Homme	√							
Kenzo Femme		√						√ Watches
Angels – Little Me ¹			√					
Miki House			√					
Rivoli								√ Watches
Rivoli Textiles	√	√	√					√ Multi Brand
House Choice								√ Watches
Value Time								√ Watches
Vertu								√ Mobile Phones
Bang & Olufsen								√ Electronics
Dunhill							√	√ Gifts
Montblanc							√	√ Gifts
Links of London								√ Gifts

√ - Categoria Principal

∅ - Categoria Secundária

¹ **Angels – Little Me** é uma loja multi-marca de vestuário para criança, que inclui as marcas: **Baby Dior, Kenzo Junior** e as coleções para crianças das marcas **Burberry, Elle, Timberland**

Sun & Sand Sports

Fundada em 1979, a empresa **Sun and Sand Sports** é um retalhista especializado na comercialização e distribuição de artigos e equipamentos desportivos. Através de uma rede de **30** lojas próprias e também com uma importante actividade enquanto Armazenista e Distribuidor (**wholesaler**), a Sun and Sand Sports é actualmente considerada como uma das melhores empresas de artigos desportivos do Médio Oriente.

Com uma moderna e avançada infraestruturas de Armazenamento, Transporte e Logística a empresa deverá abrir **30** novas lojas nos próximos 3 anos nos países do Golfo.

A empresa representa e/ou distribui prestigiadas marcas internacionais de artigos e equipamentos desportivos como: **Nike, Nike Golf, Columbia Sportswear, Bauer, Dunlop, Timberland, Carlton, Arena, Spalding, Carrera, Slazenger, PureFishing, Century, Concept 2**, entre outras.

Informações adicionais

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS (SEDE)	
Sun & Sand Sports Head Quarters P.O.Box 894, Dubai, UAE	T: +971 4 3599905 F: +971 4 3599907 http://www.sunandsandsports.com/ sunandsand@emirates.net.ae
Marketing Manager: Mr. Nasir Rafiq	T: +971 4 3529666 F: +971 4 3513030 nasir@sunandsports.com

Sun & Sand Sports – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Sun & Sand Sports					√	√		√ Sports equipment
Nike	∅	∅	∅		√	√		√ Sports equipment
Nike Golf					√	√	√	√ Sports equipment
Columbia Sportswear	∅	∅			√			√ Sports equipment
Timberland						√	√	√ Casual Wear

√ - Categoria Principal

∅ - Categoria Secundária

Landmark Group

Fundado em 1973, ano em que abre a primeira loja no Bahrein (500 m2), o Grupo Landmark registou um forte crescimento, sendo hoje um importante Grupo de Retalho, com mais de 500.000 m2 de área bruta locável, distribuída pelos diversos países do Médio Oriente (485 lojas – 148 das quais nos Emirados Árabes

Unidos e 228 na Arábia Saudita), tendo vindo a expandir nos últimos anos a sua actividade ao mercado da Índia onde tem actualmente 45 lojas.

A empresa representa e/ou distribui prestigiadas marcas internacionais como: **New Look Koton, Reiss, Aftershock, Bata, Shellys Orchestra, Pablosky e Ecco** tendo desenvolvido igualmente um excelente portfólio de conceitos próprios como: **Splash, Home Centre, Shoe Mart, Lyfe Style, Babyshop, Cerutti il Café, Fun City, Emax Max Hypermarkets e Max Fashions.**

Informações adicionais

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS (SEDE)	
Corporate Office P.O. Box 25030, Industrial Area 1, Jebel Ali, Dubai, UAE,	T: +9714 8094000 F: +9714 8094040 www.landmarkcard.com/landmarkgroup/index.asp sunandsand@emirates.net.ae
CEO: Mr. Micky Jagtiani micky.jagtiani@cplmg.com CEO's Office Persis Banaji P.O. Box 25030, Dubai - UAE T: +9714 8094048 F: +9714 8094040 persis.banaji@cplmg.com	Baby Shop Concept Vinod Talreja / Gerry Ramos P.O. Box 25030, Dubai - UAE T: +9714 8095500 F: +9714 8095555 vinod.talreja@cplmg.com gerry.ramos@cplmg.com
Splash Concept Renuka Jagtiani / Raza Beig P.O. Box 26881, Dubai - UAE Tel: +9714 8094500 Fax: +9714 8094600 renuka.jagtiani@cplmg.com raza.beig@cplmg.com	Home Centre Concept Jonathan Jagtiani P.O. Box 34426, Dubai - UAE T: +9714 8095000 F: +9714 8095050 jonathan.jagtiani@cplmg.com
Shoe Mart Concept Manu Jeswani P.O. Box 24570, Dubai - UAE T: +9714 8094900 F: +9714 8094910 manu.jeswani@cplmg.com	Lifestyle Concept Sachin Mundhwa P.O. Box 34425, Dubai - UAE T: +9714 8095400 F: +9714 8095453 sachin.mundhwa@cplmg.com

Landmark – Portfolio de Marcas e Categoria de Produto

Brand Name	Men Apparel	Ladies Apparel	Children Apparel	Underwear Lingerie	Sports Wear	Footwear	Fashion Accessories	Other Category
Splash	∅	√	∅	∅				
Shoe Mart						√		
New Look		√						
Koton	√	√						
Reiss	√	√						
Aftershock		√						
Orchestra			√					
Lyfe Style								√ Home Décor
Home Centre								√ Furniture, home décor
Babyshop			∅					√ Baby wear
Cerutti il Cafe								√ F&B
Fun City								√ Entertainment Parks
Emax								√ Electronics
Max Hypermarkets								√ Hypermarkets
Max Fashions						√		
Bata						√		
Shellys						√		
Ecco						√		
Pablosky			√			√		
Babyshop			√					

√ - Categoria Principal

∅ - Categoria Secundária

Anexo 2 – Tradings Calçado

Lui O Lei Trading LLC

T: 04 332 7090

P.O. Box: 75359 - Dubai

A M Trading Est

T: 04 226 5668

P.O. Box: 12702 - Dubai

Abdul Ghafoor Amin & Co

T:04 226 5595

P.O. Box: 51196 - Dubai

Abdulrazzaq Rozi Khan Trading Co (LLC)

T: 04 229 1634

P.O. Box: 2157 - Dubai

Adel Mohd Abdul Rahim Abdul Ghafoor

T: 04 268 4211

P.O. Box: 50762 - Dubai

Adel Mohd Al Hussain Trading Co Llc

T: 04 226 9292

P.O. Box: 26974 - Dubai

Adel Mohd Al Hussain Trading Est

T: 04 226 6152

P.O. Box: 26974 - Dubai

Aghayar Gen Tradg Co LLC

T: 04 229 1902

P.O. Box: 2399 - Dubai

Ahmed Sorayanjad Trading Co (LLC)

T: 04 226 5693

P.O. Box: 4385 - Dubai

Ahmed Sultan Shoes

T: 04 229 0168

P.O. Box: 1605 - Dubai

Ain Alanwar Trading Co (Llc)

T: 04 227 7894

P.O. Box: 64419 - Dubai

Al Hatabi Trading

T: 04 226 5312

P.O. Box: 55793 - Dubai

Al Innabi Shoes

T: 04 228 0592

P.O. Box: 41207 - Dubai

Al Istiqlal Tradg

T: 04 226 6352

P.O. Box: 5360 - Dubai

Al Ittizan Trading Company LLC

T: 04 226 8335

P.O. Box: 1294 - Dubai

Al Kaab Al Zahabi Trading Est

T: 04 272 3845

P.O. Box: 3609 - Dubai

Al Mahmas Trading Est

T: 04 226 3797

P.O. Box: 1066 - Dubai

Al Matrash Trading

T: 04 226 4632

P.O. Box: 1539 - Dubai

Al Safa Trading FZC

T: 06 557 1380

P.O. Box: 8013 - Sharjah

Al Saudi Exhibition

T: 04 226 6987

P.O. Box: 4659 - Dubai

Andy Enterprises LLC

T: 04 226 4840

P.O. Box: 6527 - Dubai

Atlas Shoes LLC

T: 04 396 7063

P.O. Box: 30927 - Dubai

Ayyoub Eisa Elyas Gen Tradg - Dubai

T: 04 225 3846

P.O. Box: 3003 - Dubai

Bahram Mohd Rassool Trading Co LLC

T: 04 226 4842

P.O. Box: 56435 - Dubai

Bao Chang Shoes

T: 04 235 1220

P.O. Box: 82382 - Dubai

Bedeil General Trading LLC

T: 04 224 3131

P.O. Box: 52018 - Dubai

Bin Jebbly Shoes Co

T: 04 226 6653

P.O. Box: 1446 - Dubai

Bin Kamal Trading Est

T: 04 228 4257

P.O. Box: 5700 - Dubai

Brighton Trading

T: 04 225 1491

P.O. Box: 4385 - Dubai

Chali Trading

T: 04 225 5401

P.O. Box: 56255 - Dubai

Daniela Trading LLC

T: 04 225 5433

P.O. Box: 52582 - Dubai

Denporal Trading

T: 04 229 5579

P.O. Box: 113022 - Dubai

Double Star Trading (Llc)

T: 04 226 1568

P.O. Box: 50689 - Dubai

Eastern Star Shoes

T: 04 229 5178

P.O. Box: 64817 - Dubai

Ecco Service & Consulting Branch

T: 04 299 6693

P.O. Box: 54347 - Dubai

Eissa Al Jasmi Trading Est

T: 04 221 4758

P.O. Box: 565 - Dubai

Future Land Trading

T: 04 225 4003

P.O. Box: 14073 - Dubai

Ghulam Raza Jangjoo Trading Co

T: 04 225 0292

P.O. Box: 116 - Dubai

Gulf Footwear Co LLC

T: 06 743 4030

P.O. Box: 3374 - Ajman

Hatta Sky Trading

T: 04 228 3930

P.O. Box: 39798 - Dubai

Italian Shoe Factory

T: 04 347 8441

P.O. Box: 26560 - Dubai

J Buhannad Trading

T: 04 331 1444

P.O. Box: 9000 - Dubai

Just For Me Trading

T: 04 225 4475

P.O. Box: 32431 - Dubai

K J Trading LLC

T: 04 224 7515

P.O. Box: 86037 - Dubai

M Sharif & A Rahim

T: 04 226 3872

P.O. Box: 2362 - Dubai

Maharaja Bangkok General Trading LLC

T: 04 227 9677

P.O. Box: 25029 - Dubai

Marsa Trading Co LLC

T: 04 227 0176

P.O. Box: 26486 - Dubai

Mir & Mohd Omar Trading Co LLC

T: 04 267 0890

P.O. Box: 39798 - Dubai

Mohd Ibrahim Ahmed Al Awazi Traders

T: 04 226 5181

P.O. Box: 2362 - Dubai

Mohd Kal & Mohd Omar
T: 04 226 4278
P.O. Box: 39798 - Dubai

Mohd Sadiq Trading Co
T: 04 226 5071
P.O. Box: 13332 - Dubai

Mohd Siddiq Al Khaja Trading Est
T: 04 226 2355
P.O. Box: 109 - Dubai

Nasreen Mohd Sharif
T: 04 226 4617
P.O. Box: 303 - Dubai

Ogharait Shoes
T: 04 273 2432
P.O. Box: 3116 - Dubai

Paragon Footwear
T: 06 743 0007
P.O. Box: 9016 - Ajman

Pratham International
T: 06 744 9077
P.O. Box: 3483 - Ajman

Red Tower Trading
T: 04 272 7391
P.O. Box: 39915 - Dubai

Royal Step Trading Est
T: 04 226 8899
P.O. Box: 44364 - Dubai

Scarbina Trading
T: 04 266 5448
P.O. Box: 80570 - Dubai

Shahid Amir Trading LLC (S A Traders)

T: 04 226 4300

P.O. Box: 5360 - Dubai

Sheiashaa (Dubai Branch)

T: 04 263 5900

P.O. Box: 652 - Ras Al Khaimah

Shoe Mart LLC

T: 04 351 9560

P.O. Box: 24570 - Dubai

Shoes Land (LLC)

T: 04 337 3896

P.O. Box: 52092 - Dubai

Spic General Trading Co LLC

T: 04 225 4325

P.O. Box: 50531 - Dubai

Super Shoes LLC

T: 04 333 9730

P.O. Box: 25029 - Dubai

Sylvia Trading

T: 04 225 5805

P.O. Box: 21204 - Dubai

Toscana Shoes

T: 04 225 6106

P.O. Box: 4485 - Dubai

Valencia Class Trading

T: 06 559 4105

P.O. Box: 6230 - Sharjah

Valencia Shoes

T: 04 295 0990

P.O. Box: 28224 - Dubai

Yimaida Trading

T: 04 229 4882

P.O. Box: 41334 - Dubai

Yousuf M R Al Awazi Trading Co LLC

T: 04 226 4579

P.O. Box: 2399 - Dubai