



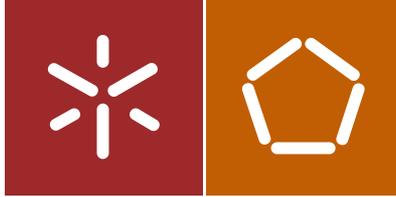
Universidade do Minho  
Escola de Engenharia

Alina Alves Pereira

Moda Ética no Panorama Nacional

**Anexos**





Universidade do Minho  
Escola de Engenharia

Alina Alves Pereira

Moda Ética no Panorama Nacional

**Anexos**

Dissertação de Mestrado  
Ciclo de Estudos Integrados Conducentes ao  
Grau de Mestre em Design de Comunicação de Moda

Trabalho efectuado sob a orientação da  
Professora Doutora Joana Luísa Ferreira Lourenço  
Cunha

## Índice

Anexo 1- Tabela de seleção das marcas presentes em centros comerciais.....	5
Anexo 2- Tabela de seleção das marcas associadas à moda ética.....	10
Anexo 3- Avaliação das marcas portuguesas.....	12
A MONTRA VIP.....	13
ANA SOUSA.....	14
DECENIO.....	15
DIELMAR.....	16
GIOVANNI GALLI.....	17
GLOBE.....	18
Marca.....	19
LANIDOR.....	19
LION OF PORCHES.....	20
MIKE DAVIS.....	21
MMI.....	22
MR. BLUE.....	23
PARFOIS.....	24
PEDRA DURA.....	25
QUEBRAMAR.....	26
SACOR BROTHERS.....	27
SALSA.....	28
STONE BY STONE.....	29
SUITS INC.....	30
TIFFOSI.....	31
UNDER BLUE.....	32
NAE.....	33
METAMORFOSE HEMP SHOP.....	34
NAJHA.....	35
ELEMENTUM.....	36
LIGHTFACTORY SHOP.....	37
MARITA MORENO.....	38
Anexo 4- Análise de conteúdo dos websites das marcas.....	39
A MONTRA VIP.....	40

ANA SOUSA.....	45
DECINO.....	76
DIELMAR.....	98
GIOVANNI GALLI.....	104
GLOBE.....	133
LANIDOR.....	153
LION OF PORCHES.....	234
MIKE DAVIS.....	256
MMI.....	267
MR. BLUE.....	288
PARFOIS.....	300
PEDRA DURA.....	365
QUEBRAMAR.....	374
SACOOB BROTHERS.....	399
SALSA.....	435
STONE BY STONE.....	534
SUITS INC.....	554
TIFFOSI.....	575
UNDER BLUE.....	630
METAMORFOSE HEMP SHOP.....	636
NAE.....	641
NAJHA.....	654
ELEMENTUM.....	722
LIGHT FACTORY SHOP.....	731
MARITA MORENO.....	748
Anexo 5- Dados gerais das marcas analisadas.....	763
Anexo 6- Questionário versão final.....	766
Anexo 7- Respostas ao questionário.....	776
Anexo 8- Pré-teste do questionário.....	951
Anexo 9- Avaliação da rede social <i>Facebook</i> .....	963
GIOVANNI GALLI.....	964
SALSA.....	965
NAE.....	967
NAJHA.....	969

H&M.....	970
PRIMARK.....	972
Anexo 10- Análise de conteúdo do <i>Facebook</i> .....	974
GIOVANNI GALLI.....	975
SALSA.....	984
NAE.....	1000
NAJHA.....	1014
H&M.....	1015
PRIMARK.....	1030

## **Anexo 1- Tabela de seleção das marcas presentes em centros comerciais**

Loja	Tipologia			Presença		Portuguesa	Multi marca	Motivo de rejeição	Website
	A C	M F	M M	CC	N S				
A MONTRA VIP	0	1	0	1	0	1	0		<a href="http://www.amontravip.com/pt/">http://www.amontravip.com/pt/</a>
ACCESSORIZE	1	1	0	1	1	0	0		<a href="http://global.accessorize.com/en-pt/">http://global.accessorize.com/en-pt/</a>
ADIDAS	1	1	1	1	1	0	0		<a href="https://www.adidas.com/pt">https://www.adidas.com/pt</a>
ADIDAS ORIGINALS	0	1	1	1	0	0	0		<a href="http://www.adidas.com/pt/originals">http://www.adidas.com/pt/originals</a>
ANA SOUSA	1	1	0	1	1	1	0		<a href="https://www.anasousa.com/pt/">https://www.anasousa.com/pt/</a>
B. STRONG	1	0	0	0	1	1	1		<a href="https://bstrongstore.com/pt/">https://bstrongstore.com/pt/</a>
B. STRONG GOLD	1	0	0	0	1	1	1		<a href="https://bstrongstore.com/pt/home/bstrong-gold">https://bstrongstore.com/pt/home/bstrong-gold</a>
BERSHKA	1	1	1	1	1	0	0		<a href="https://www.bershka.com/pt/">https://www.bershka.com/pt/</a>
BIJOU BRIGITTE	1	0	0	1	0	0	0		<a href="https://www.bijou-brigitte.com/">https://www.bijou-brigitte.com/</a>
BILLABONG	0	1	1	1	0	0	0		<a href="https://eu.billabong.com/womens">https://eu.billabong.com/womens</a>
BIMBA Y LOLA	1	1	0	1	1	0	0		<a href="https://www.bimbaylola.com/es_es/">https://www.bimbaylola.com/es_es/</a>
BROWNIE	1	1	0	0	1	0	0		<a href="https://www.browniespain.com/pt/">https://www.browniespain.com/pt/</a>
C&A	0	1	1	1	1	0	0		<a href="https://www.c-and-a.com/pt/pt/corporate/company/">https://www.c-and-a.com/pt/pt/corporate/company/</a>
CAROLL	0	1	0	1	0	0	0		<a href="http://www.caroll.com/corp_en/home">http://www.caroll.com/corp_en/home</a>
CARPISA	1	0	0	1	0	0	0		<a href="https://www.carpisa.it/it_en/">https://www.carpisa.it/it_en/</a>
CASA ALEXANDRES	1	0	0	1	0	1	1		<a href="http://www.casa-alexandres.com/">http://www.casa-alexandres.com/</a>
CASA BATALHA	1	0	0	1	1	1	0		sem website
CHILLI BEANS	1	0	0	1	1	0	0	Ótica	<a href="https://aboutchillibeans.com/">https://aboutchillibeans.com/</a>
CIA.MARÍTIMA	0	1	0	1	0	0	0		<a href="https://www.ciamaritima.com.br/">https://www.ciamaritima.com.br/</a>
CLAIRE'S	1	0	0	1	1	0	0		<a href="http://www.clares.com/">http://www.clares.com/</a>
CONTINENTE (MO)	1	1	1		0	1	0	Supermercado	<a href="https://mo-online.com/pt/">https://mo-online.com/pt/</a>
COPITRAJE	0	1	1	1	0		0	Trajes	<a href="http://copitraje.com/index.php?route=common/home">http://copitraje.com/index.php?route=common/home</a>
CORTEFIEL	1	1	1	1	1	0	0		<a href="http://cortefiel.com/pt/pt">http://cortefiel.com/pt/pt</a>
DAVID ROSAS	1	0	0	0	1	1	1		<a href="http://www.davidrosas.com/pt/">http://www.davidrosas.com/pt/</a>
DECENIO	1	1	1	1	1	1	0		<a href="https://www.decenio.com/pt/">https://www.decenio.com/pt/</a>
DIELMAR	1	0	1	0	1	1	0		<a href="https://dielmar.pt/pt/#home">https://dielmar.pt/pt/#home</a>
DIFERENZA	1	0	0	0	1	0	0		<a href="http://www.diferenza.com.br/">http://www.diferenza.com.br/</a>
DOCKERS	1	0	1	0	1	0	0		<a href="http://www.dockers.com/pt/en_GB">http://www.dockers.com/pt/en_GB</a>
EL GANSO	0	1	1	1	0	0	0		<a href="https://www.elganso.com/es/">https://www.elganso.com/es/</a>
ELENA MIRÓ	0	1	0	1	1	0	0		<a href="https://www.eenamiro.com/pt">https://www.eenamiro.com/pt</a>
ERICEIRA SURF & SKATE	0	1	1	1	1	1	1		<a href="https://ericeirasurfshop.pt/">https://ericeirasurfshop.pt/</a>
ETXART & PANNO	0	1	0	1	0	0	0		<a href="http://www.etxartpanno.com/pt-PT/">http://www.etxartpanno.com/pt-PT/</a>
FOREVER 21	0	1	0	1	0	0	0		<a href="http://www.forever21.com/EU/Product/Main.aspx?br=f21">http://www.forever21.com/EU/Product/Main.aspx?br=f21</a>
FRED PERRY AUTHENTIC STORE	0	1	1	0	1	0	0		<a href="https://www.fredperry.com/eu/">https://www.fredperry.com/eu/</a>
FURLA	1	0	0	1	1	0	0		<a href="https://www.furla.com/pt/pt">https://www.furla.com/pt/pt</a>
G STAR RAW	1	0	0	0	1	0	0		<a href="https://www.g-star.com/en_pt">https://www.g-star.com/en_pt</a>

GALEÃO	1	0	0	1	0				sem website
GANT	1	1	1	1	1	0	0		<a href="http://pt.gant.com/">http://pt.gant.com/</a>
GIOVANNI GALLI	1	0	1	0	1	1	0		<a href="http://www.giovannigallistore.com/">http://www.giovannigallistore.com/</a>
GLOBE	1	1	0	1	1	1	0		<a href="https://www.globe.pt/">https://www.globe.pt/</a>
GRANDOPTICAL	1	0	0	1	0			Ótica	
GUESS	1	1	1	1	1	0	0		<a href="https://www.guess.eu/en">https://www.guess.eu/en</a>
H&M	1	1	1	1	1	0	0		<a href="http://www2.hm.com/pt_pt/index.html">http://www2.hm.com/pt_pt/index.html</a>
HASSU	1	0	1	0	1	0	0	Flagshipstore	<a href="https://www.hassu.pt/pt">https://www.hassu.pt/pt</a>
HAVAIANAS	1	0	0	1	0	0	0		<a href="https://www.havaianas-store.com/pt/">https://www.havaianas-store.com/pt/</a>
HURLEY	0	1	1	1	0	0	0		<a href="https://www.hurley.com/us/en_us/c/hurley">https://www.hurley.com/us/en_us/c/hurley</a>
IN MOCION	0	1	1	0	1	1	1		<a href="https://bstrongstore.com/pt/home/inmocion">https://bstrongstore.com/pt/home/inmocion</a>
IT MARKET	1	1	1	1	0	1	1		<a href="http://itmarket.pt/">http://itmarket.pt/</a>
JACADI	1	0	0	0	1			Moda infantil	
L' BOUARDIA	0	1	0	0	1				sem website
LABrothers	0	0	1	0	1				sem website
LACOSTE	1	1	1	1	1	0	0		<a href="https://www.lacoste.com/pt/homepage">https://www.lacoste.com/pt/homepage</a>
LANIDOR	1	1	0	1	1	1	0		<a href="https://www.lanidor.com/">https://www.lanidor.com/</a>
LARANJA LIMA	0	1	0	1	0	1	1		<a href="http://www.laranjalima.pt/">http://www.laranjalima.pt/</a>
LEFTIES	0	1	1	1	0	0	0		<a href="https://www.lefties.com/pt/">https://www.lefties.com/pt/</a>
LEVI'S	0	1	1	1	1	0	0		<a href="http://www.levi.com/PT/pt_PT">http://www.levi.com/PT/pt_PT</a>
LIGHTNING BOLT	0	1	1	0	1	0	0		<a href="https://www.lightningbolt-usa.com/en">https://www.lightningbolt-usa.com/en</a>
LION OF PORCHES	0	1	1	1	1	1	0		<a href="https://www.lionofporches.pt/pt/">https://www.lionofporches.pt/pt/</a>
LIT CHOON	1	0	0	1	0	1	1		<a href="http://litchoon.pt/">http://litchoon.pt/</a>
LONGCHAMP	1	0	0	1	0	0	0		<a href="http://pt.longchamp.com/">http://pt.longchamp.com/</a>
LUISA DE SÁ BOUTIQUES	1	1	0	1	0	1	1		<a href="https://www.luisadesaboutiques.com/">https://www.luisadesaboutiques.com/</a>
MANGO	1	1	0	1	1	0	0		<a href="https://shop.mango.com/pt">https://shop.mango.com/pt</a>
MARIA MARCELINO	0	1	1	0	1				sem website
MASSIMO DUTTI	0	1	1	1	1	0	0		<a href="https://www.massimodutti.com/pt/">https://www.massimodutti.com/pt/</a>
MCS - MOB CREW STORE	0	1	1	1	0	1	1		<a href="http://www.mcs.com.pt/">http://www.mcs.com.pt/</a>
MICHAEL KORS	1	1	0	1	0	0	0		<a href="https://www.michaelkors.eu/en_PT/">https://www.michaelkors.eu/en_PT/</a>
MIKE DAVIS	0	1	1	0	1	1	0		<a href="https://www.mikedavis.pt/">https://www.mikedavis.pt/</a>
MISAKO	1	0	0	1	1	0	0		<a href="https://www.misako.com/pt/">https://www.misako.com/pt/</a>
ML BOLSAS	1	0	0	1	0	1	1		<a href="http://www.mlbolsas.pt/">http://www.mlbolsas.pt/</a>
MMI	1	0	0	1	0	1	0		<a href="http://mmistores.com/home">http://mmistores.com/home</a>
MOLLY BRACKEN	1	1	0	0	1	0	0		<a href="https://www.mollybracken.com/eshop/fr/">https://www.mollybracken.com/eshop/fr/</a>
MR. BLUE	0	0	1	1	1	1	0		<a href="https://www.mr-blue.com/index.asp?idioma=PT">https://www.mr-blue.com/index.asp?idioma=PT</a>
MULTIÓPTICAS	1	0	0	0	1			Ótica	
NATURA	1	1	0	1	1	0	0		<a href="https://www.naturastore.pt/">https://www.naturastore.pt/</a>

NATURA PURA	1	0	0	0	1			Moda infantil	
NICE THINGS	1	1	0	0	1	0	0		<a href="https://www.nicethingspalomas.com/es_es/">https://www.nicethingspalomas.com/es_es/</a>
NIKE	1	1	1	1	1	0	0		<a href="https://www.nike.com/us/en_us/">https://www.nike.com/us/en_us/</a>
NO EXIT	0	1	1	1	0				sem website
OBAG	1	0	0	0	1	0	0		<a href="https://www.obagonline.com/default.asp">https://www.obagonline.com/default.asp</a>
OLHAR DE PRATA	1	0	0	1	0			Ótica	
OPEN MIND	0	1	1	1	0	0	0		<a href="http://www.openmindfit.com/loja/index.php?route=common/home">http://www.openmindfit.com/loja/index.php?route=common/home</a>
ORIENTE-SE TATTOOS & PIERCINGS	1	0	0	1	0			Piercings	
OYSHO	1	1	0	0	1	0	0		<a href="https://www.oysho.com/pt/">https://www.oysho.com/pt/</a>
PACO MARTINEZ	1	0	0	1	1	0	0		<a href="https://www.pacomartinez.com/pt/">https://www.pacomartinez.com/pt/</a>
PARFOIS	1	0	0	1	1	1	0		<a href="https://www.parfois.com/pt/pt/home/">https://www.parfois.com/pt/pt/home/</a>
PEDRA DURA	1	0	0	1	1	1	0		<a href="https://www.pedradura.net/?ls=pt">https://www.pedradura.net/?ls=pt</a>
PEDRO DEL HIERRO	0	1	1	1	1	0	0		<a href="http://pedrodelhierro.com/pt/pt/homepage">http://pedrodelhierro.com/pt/pt/homepage</a>
PEPE JEANS	1	1	1	1	1	0	0		<a href="https://www.pepejeans.com/pt_pt/">https://www.pepejeans.com/pt_pt/</a>
PIMKIE	0	1	0	1	1	0	0		<a href="http://www.pimkie.fr/">http://www.pimkie.fr/</a>
PRIMARK	1	1	1	1	1	0	0		<a href="https://www.primark.com/pt/homepage">https://www.primark.com/pt/homepage</a>
PROMOD	0	1	0	1	1	0	0		<a href="https://www.promod.pt/">https://www.promod.pt/</a>
PULL & BEAR	0	1	1	1	1	0	0		<a href="https://www.pullandbear.com/pt/">https://www.pullandbear.com/pt/</a>
Q'T-SHIRT	1	1	1	0	1			estampagem	
QUEBRAMAR	0	1	1	1	1	1	0		<a href="https://www.quebramar.com/">https://www.quebramar.com/</a>
QUIKSILVER	0	1	1	1	0	0	0		<a href="http://www.quiksilver.pt/">http://www.quiksilver.pt/</a>
SACCOOR BROTHERS	1	1	1	1	1	1	0		<a href="https://www.sacoorbrothers.com/pt/">https://www.sacoorbrothers.com/pt/</a>
SALSA	0	1	1	1	1	1	0		<a href="https://www.salsajeans.com/pt/">https://www.salsajeans.com/pt/</a>
SAMSONITE	1	0	0	1	1	0	0		<a href="https://www.samsonite.pt/">https://www.samsonite.pt/</a>
SFERA	1	1	1	1	0	0	0		<a href="https://www.sfera.com/es/">https://www.sfera.com/es/</a>
SOLARIS	1	0	0	1	0			Ótica	<a href="http://www.solaris-sunglass.com/pt/">http://www.solaris-sunglass.com/pt/</a>
SPRINGFIELD	0	1	1	1	1	0	0		<a href="http://myspringfield.com/pt/pt">http://myspringfield.com/pt/pt</a>
STONE BY STONE	1	0	0	1	1	1	0		<a href="https://www.stonebystone.pt/">https://www.stonebystone.pt/</a>
STRADIVARIUS	0	1	0	1	1	0	0		<a href="https://www.stradivarius.com/pt/">https://www.stradivarius.com/pt/</a>
SUITS INC	0	0	1	1	1	1	0		<a href="https://suitsinc.com/pt/">https://suitsinc.com/pt/</a>
SUNGLASS HUT	1	0	0	1	1			Ótica	<a href="http://pt.sunglasshut.com/pt">http://pt.sunglasshut.com/pt</a>
TERESINHA CARTEIRAS	1	0	0	0	1				sem website
ThisCoverShop	1	0	0	0	1				sem website
TIFFOSI	0	1	1	1	1	1	0		<a href="http://www.tiffosi.com/">http://www.tiffosi.com/</a>
TIMBERLAND	1	1	1	1	1	0	0		<a href="https://www.timberland.pt/">https://www.timberland.pt/</a>
TOMMY HILFIGER	0	1	1	1	1	0	0		<a href="https://pt.tommy.com/">https://pt.tommy.com/</a>
TOUS	1	0	0	1	1	0	0		<a href="http://www.tous.com/pt/">http://www.tous.com/pt/</a>
UNDER BLUE	0	0	1	0	1	1	0		<a href="https://www.underblue.net/">https://www.underblue.net/</a>

UNITED COLORS OF BENETTON	0	1	1	1	1	0	0	<a href="https://pt.benetton.com/">https://pt.benetton.com/</a>
UTERQUE	0	1	0	1	1	0	0	<a href="https://www.uterque.com/pt/">https://www.uterque.com/pt/</a>
VICRI	1	0	1	0	1	0	0	sem website
ZARA	1	1	1	1	1	0	0	<a href="https://www.zara.com/pt/">https://www.zara.com/pt/</a>
ZUKY LUXURY	0	1	1	1	0			sem website
Total	7	7	5	8				
	2	2	6	87	3	33	12	
Legenda	A							
	C	Acessórios de moda						
	M							
	F	Moda feminina						
	M							
	M	Moda masculina						
	C							
	C	Centro Colombo						
	N							
	S	NorteShopping						
		Não adequada						
		Sem website						
		Lojas multimarca						
		Marcas portuguesas						
		Marcas selecionadas						

## **Anexo 2- Tabela de seleção das marcas associadas à moda ética**

	Presença		Multimarca	Motivo de rejeição	Website
Marca	DME	EFS			
NAE	1	1			<a href="https://www.nae-vegan.com/pt/">https://www.nae-vegan.com/pt/</a>
METAMORFOSE M SHOP	1				<a href="https://www.metamorfosehempshop.com/">https://www.metamorfosehempshop.com/</a>
NAJHA	1				<a href="https://najha.com">https://najha.com</a>
FIU CRIATIVO	1				sem website
ESISA BAÍA	1				sem website
SAPATO VERDE	1		1		<a href="https://sapatoverde.pt/">https://sapatoverde.pt/</a>
ELEMENTUM		1			<a href="http://luxuryistohavesimplethings.com/">http://luxuryistohavesimplethings.com/</a>
NAZ		1			sem website
LIGHT FACTORY		1			<a href="https://www.lightfactoryshop.com/">https://www.lightfactoryshop.com/</a>
TEN POINTS		1		origem sueca	<a href="https://tenpoints.se/">https://tenpoints.se/</a>
MARITA MORENO		1			<a href="https://www.maritamoreno.com/">https://www.maritamoreno.com/</a>
ULTRASHOES		1		não vende ao público	<a href="http://www.ultrashoes.pt/">http://www.ultrashoes.pt/</a>
TODDLER/WAT		1			sem website
KOZZI		1			sem website
GREEN BOOTS		1			sem website
Total	6	10	1		
Legenda	DME	Desfile de Moda ética			
	EFS	Ethical fashion show			
		Não adequada			
		Sem website			
		Lojas multimarca			
		Marcas selecionadas			

## **Anexo 3- Avaliação das marcas portuguesas**

Marca	A MONTRA VIP			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	7	0	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	20	0	0	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	8	0	0
Total Geral	28	0	0	

Marca	<b>ANA SOUSA</b>			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização		1	
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação			1
	Sub. Total	5	1	1
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	18	1	1	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado			1
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	2	0	1
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
Total	7	0	1	
Total Geral	25	1	2	

Marca	DECENIO			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	7	0	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
Sub. Total	3	0	0	
Total	20	0	0	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
Total	8	0	0	
Total Geral	28	0	0	

Marca	<b>DIELMAR</b>			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	7	0	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto		1	
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	3	1	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	19	1	0	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
Total	8	0	0	
Total Geral	27	1	0	

Marca	GIOVANNI GALLI			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo			1
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização			1
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	4	1	2
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	17	1	2	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar		1	
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
Sub. Total	3	1	0	
Total	7	1	0	
Total Geral	24	2	2	

Marca	GLOBE			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização		1	
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	5	2	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	18	2	0	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
Total	8	0	0	
Total Geral	26	2	0	

Marca	LANIDOR		
Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
<b>Design</b>			
Design p/reciclagem	1		
Vínculo afetivo	1		
Design sem resíduos	1		
Durabilidade	1		
Informação de utilização			1
Cuidado de baixo impacto	1		
Mutação	1		
Sub. Total	6	0	1
<b>Materiais</b>			
Biodegradável	1		
Fibras têxteis de menor impacto	1		
Direitos dos animais	1		
Aviamentos de baixo impacto	1		
Sub. Total	4	0	0
<b>Indústria</b>			
Produção mais limpa (CPP)	1		
Química verde	1		
Tecnologias inovadores	1		
Sub. Total	3	0	0
<b>Logística e distribuição</b>			
Transporte	1		
Embalagens	1		
Pontos de venda	1		
Sub. Total	3	0	0
<b>Gestão do fim de vida útil</b>			
Sistemas de devolução de peças	1		
Reciclagem	1		
Upcycling	1		
Sub. Total	3	0	0
Total	19	0	1
<b>Design</b>			
Bem-estar social	1		
Sub. Total	1	0	0
<b>Empresa</b>			
Valor acrescentado	1		
Trabalho digno	1		
Salubridade e segurança		1	
Sub. Total	2	1	0
<b>Comércio justo</b>			
Acesso ao mercado	1		
Relações comerciais	1		
Capacitar	1		
Sensibilização e defesa do consumidor	1		
Sub. Total	4	0	0
Total	7	1	0
Total Geral	26	1	1

Marca	LION OF PORCHES			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	1	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
Reciclagem	1			
Upcycling	1			
Sub. Total	3	0	0	
Total	19	1	0	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
Total	8	0	0	
Total Geral	27	1	0	

Marca	MIKE DAVIS			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade			1
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	0	1
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	19	0	1	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
Total	8	0	0	
Total Geral	27	0	1	

Marca	MMI			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	7	0	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	20	0	0	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
Total	8	0	0	
Total Geral	28	0	0	

Marca	<b>MR. BLUE</b>			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	1	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto		1	
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	3	1	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	18	2	0	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
Total	8	0	0	
Total Geral	26	2	0	

Marca	PARFOIS			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	7	0	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	20	0	0	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
Total	8	0	0	
Total Geral	28	0	0	

Marca	PEDRA DURA			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	7	0	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)			1
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	2	0	1
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	19	0	1	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
Sub. Total	4	0	0	
Total	8	0	0	
Total Geral	27	0	1	

Marca	<b>QUEBRAMAR</b>			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização		1	
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	1	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	19	1	0	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado		1	
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	2	1	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
Total	7	1	0	
Total Geral	26	2	0	

Marca	<b>SACOR BROTHERS</b>			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	1	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	19	1	0	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado		1	
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	2	1	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
Total	7	1	0	
Total Geral	26	2	0	

Marca	SALSA			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização			1
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação		1	
	Sub. Total	4	2	1
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	17	2	1	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado			1
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	2	0	1
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
Total	7	0	1	
Total Geral	24	2	2	

Marca	STONE BY STONE			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade			1
	Informação de utilização			1
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	5	0	2
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto		1	
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	3	1	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	17	1	2	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
Sub. Total	4	0	0	
Total	8	0	0	
Total Geral	25	1	2	

Marca	SUITS INC			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	1	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	19	1	0	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança		1	
	Sub. Total	2	1	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
Sub. Total	4	0	0	
Total	7	1	0	
Total Geral	26	2	0	

Marca	TIFFOSI			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	1	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	19	1	0	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
Total	8	0	0	
Total Geral	27	1	0	

Marca	<b>UNDER BLUE</b>			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	7	0	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
Sistemas de devolução de peças	1			
Reciclagem	1			
Upcycling	1			
Sub. Total	3	0	0	
Total	20	0	0	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
Sub. Total	4	0	0	
Total	8	0	0	
Total Geral	28	0	0	

Marca	NAE			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização			1
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	5	1	1
	Materiais			
	Biodegradável		1	
	Fibras têxteis de menor impacto			1
	Direitos dos animais			1
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	1	1	2
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)		1	
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	2	1	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	14	3	3	
Social	Design			
	Bem-estar social			1
	Sub. Total	0	0	1
	Condições de trabalho			
	Valor acrescentado		1	
	Trabalho digno		1	
	Salubridade e segurança		1	
	Sub. Total	0	3	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado		1	
	Relações comerciais		1	
	Capacitar		1	
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	1	3	0
Total	1	6	1	
Total Geral	15	9	4	

Marca	METAMORFOSE HEMP SHOP			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade			1
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	0	1
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto			1
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	3	0	1
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde			1
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	2	0	1
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	17	0	3	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Condições de trabalho			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor		1	
	Sub. Total	3	1	0
Total	7	1	0	
Total Geral	24	1	3	

Marca	NAJHA			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo		1	
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade			1
	Informação de utilização		1	
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	4	2	1
	Materiais			
	Biodegradável		1	
	Fibras têxteis de menor impacto		1	
	Direitos dos animais			1
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	1	2	1
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)			1
	Química verde			1
	Tecnologias inovadores			1
	Sub. Total	0	0	3
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem		1	
	Upcycling	1		
	Sub. Total	2	1	0
Total	10	5	5	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Condições de trabalho			
	Valor acrescentado			1
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	2	0	1
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado		1	
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor			1
	Sub. Total	2	1	1
	Total	5	1	2
Total Geral	15	6	7	

Marca	ELEMENTUM			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos			1
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização		1	
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação			1
	Sub. Total	3	2	2
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto		1	
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto		1	
	Sub. Total	2	2	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde		1	
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	2	1	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	13	5	2	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Condições de trabalho			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais		1	
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	3	1	0
Total	7	1	0	
Total Geral	20	6	2	

Marca	LIGHTFACTORY SHOP			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização		1	
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	5	2	0
	Materiais			
	Biodegradável		1	
	Fibras têxteis de menor impacto		1	
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	2	2	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)			1
	Química verde			1
	Tecnologias inovadores			1
	Sub. Total	0	0	3
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling		1	
	Sub. Total	2	1	0
Total	12	5	3	
Social	Design			
	Bem-estar social			1
	Sub. Total	0	0	1
	Condições de trabalho			
	Valor acrescentado			1
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança		1	
	Sub. Total	1	1	1
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado			1
	Relações comerciais		1	
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	2	1	1
	Total	3	2	3
Total Geral	15	7	6	

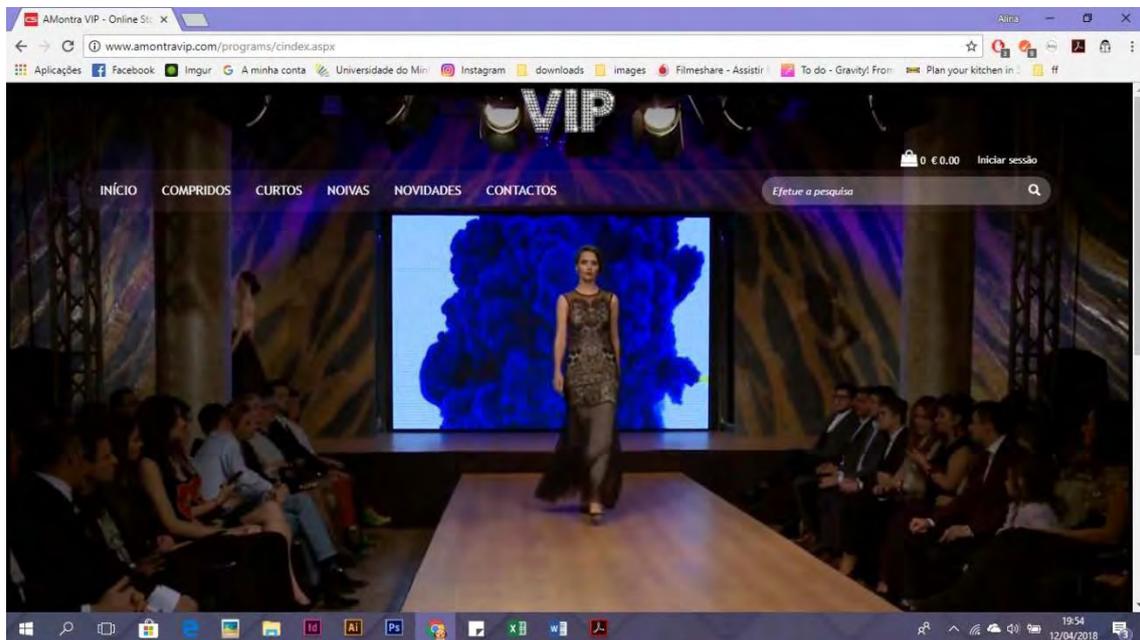
Marca	<b>MARITA MORENO</b>			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	1	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto		1	
	Direitos dos animais			1
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	2	1	1
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
Total	17	2	1	
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Condições de trabalho			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
Total	8	0	0	
Total Geral	25	2	1	

## **Anexo 4- Analise de conteúdo dos websites das marcas**

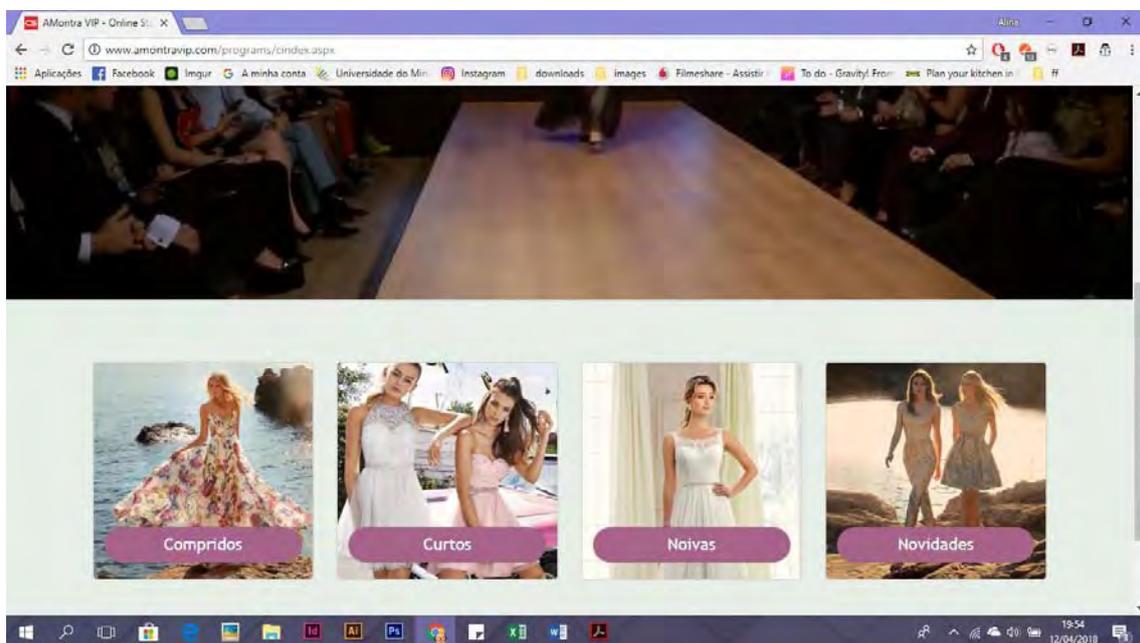
# A MONTRA VIP

## 1-Página Inicial

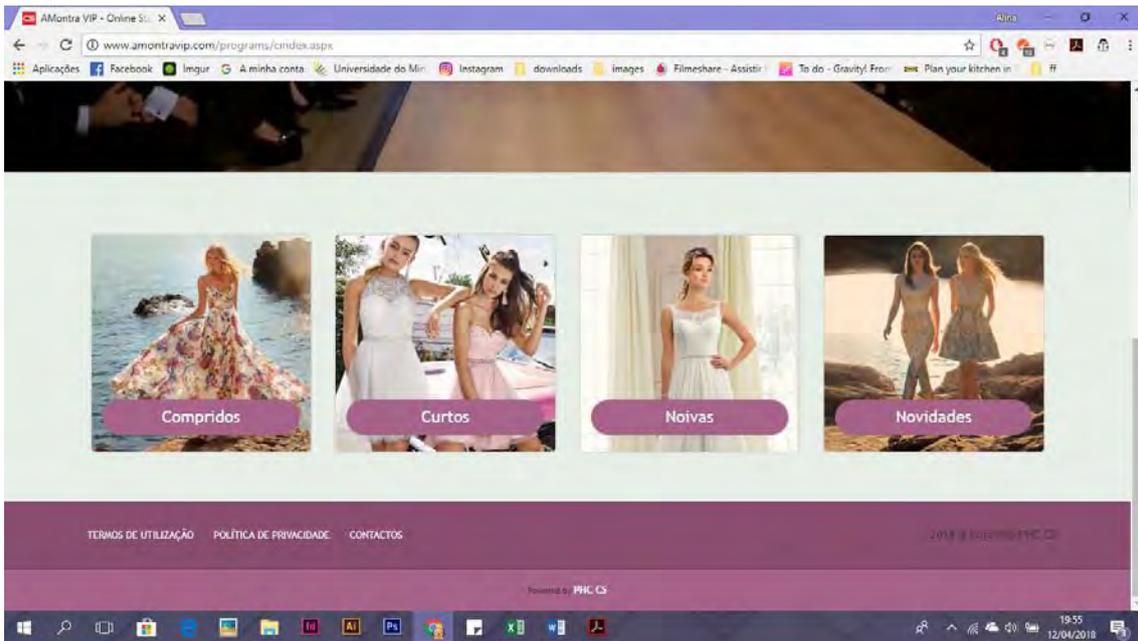
### 1.1-Barra de Menu



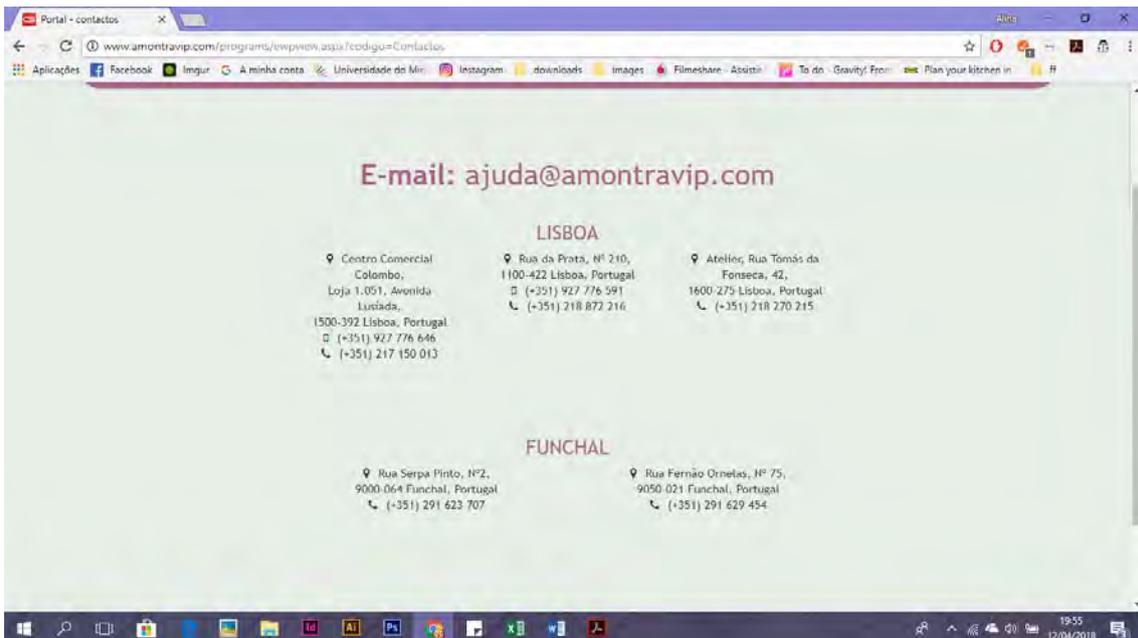
### 1.2-Corpo



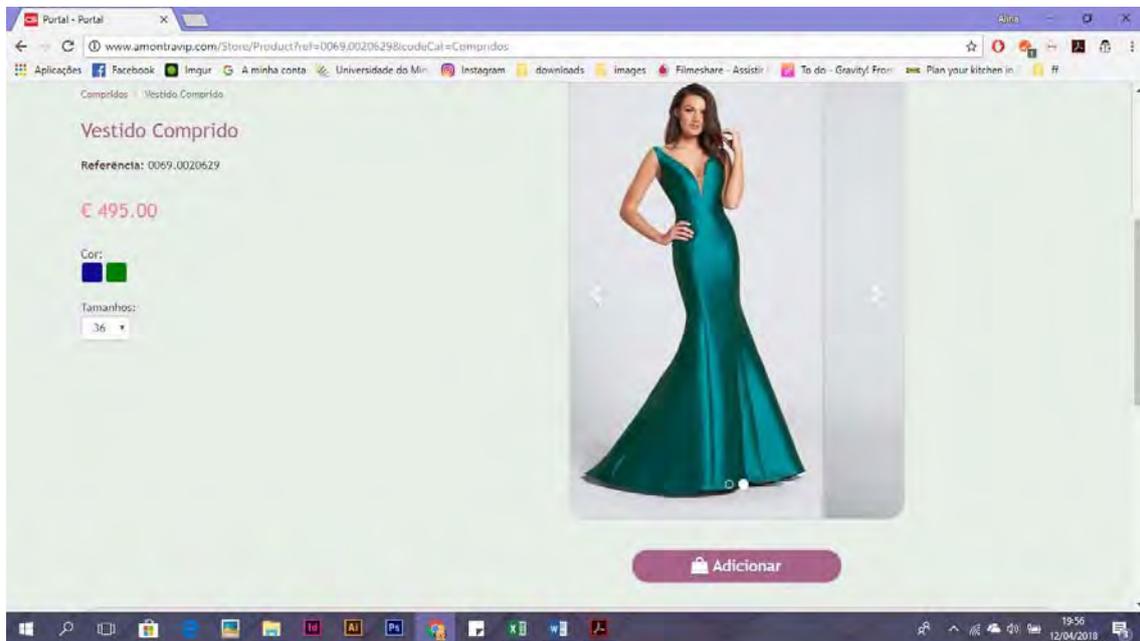
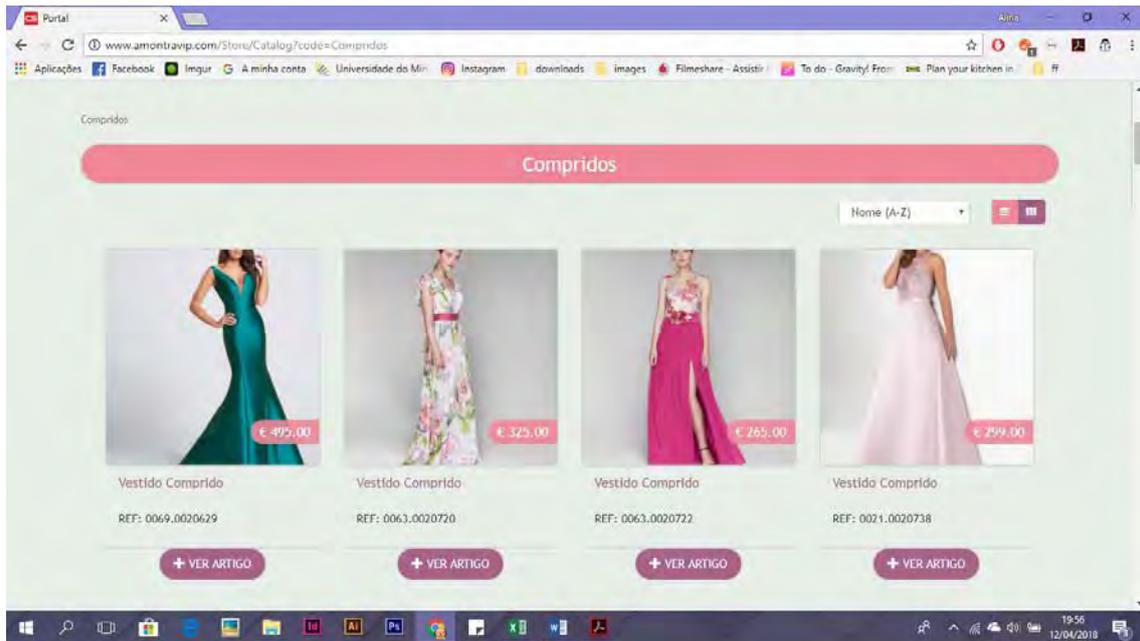
### 1.3-Barra Final



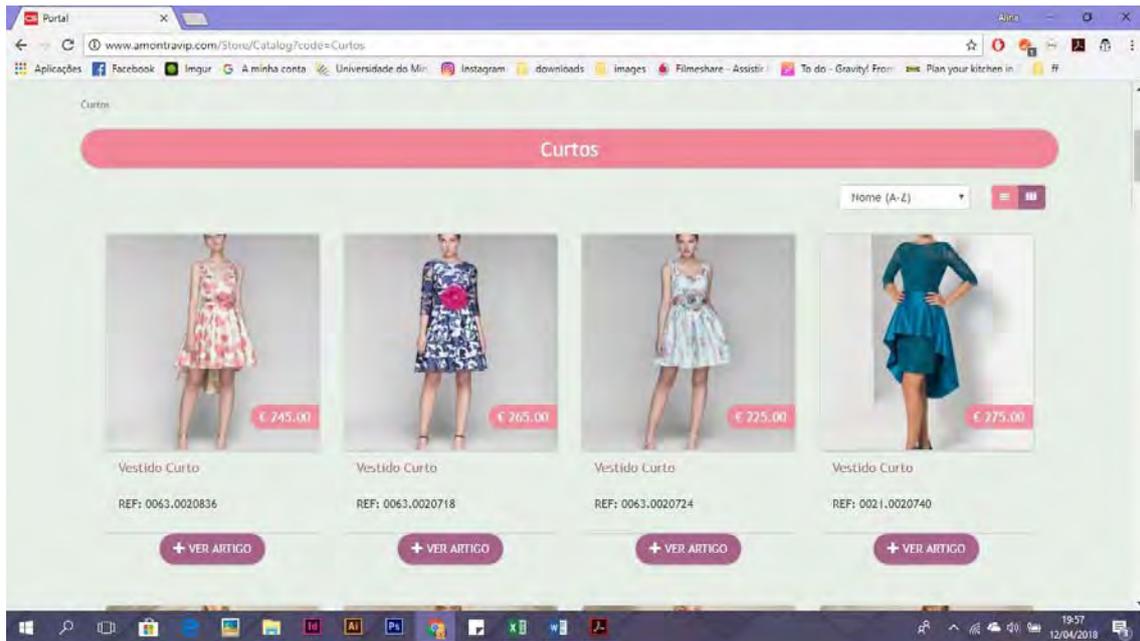
### 1.3.1- Contactos



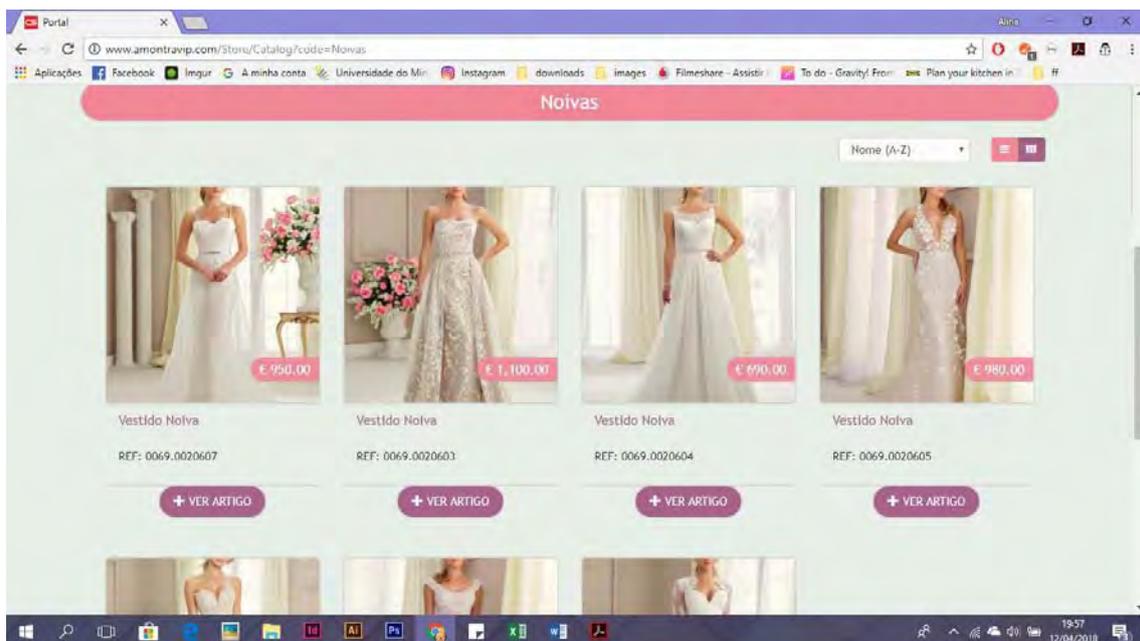
### 2-Sep. Compridos



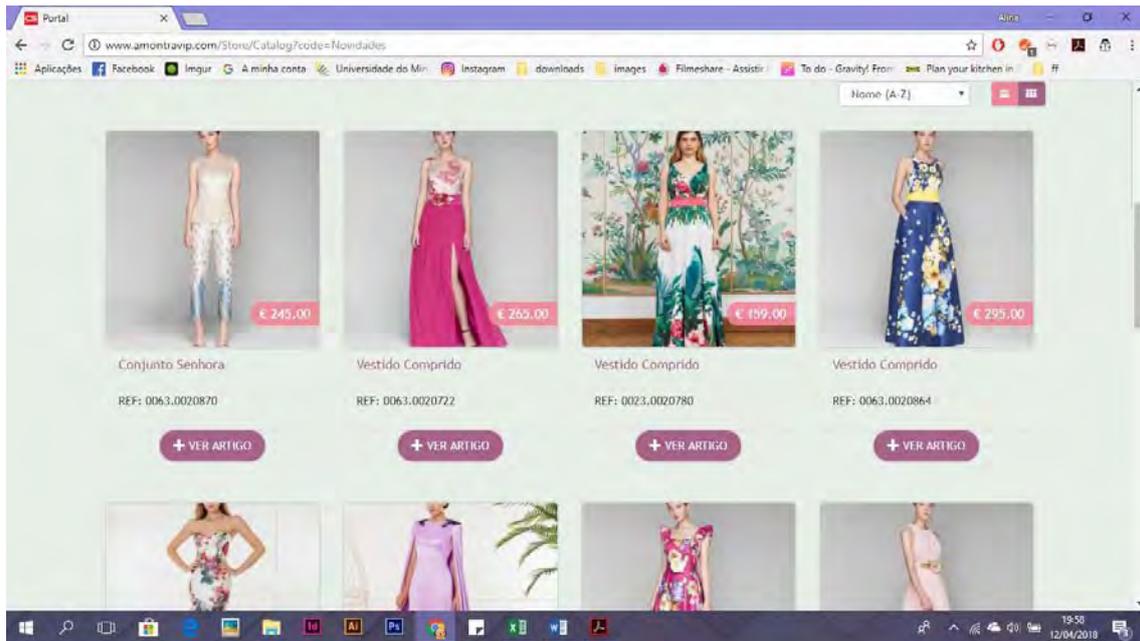
3- Sep. Curtos



#### 4-Sep. Noivas



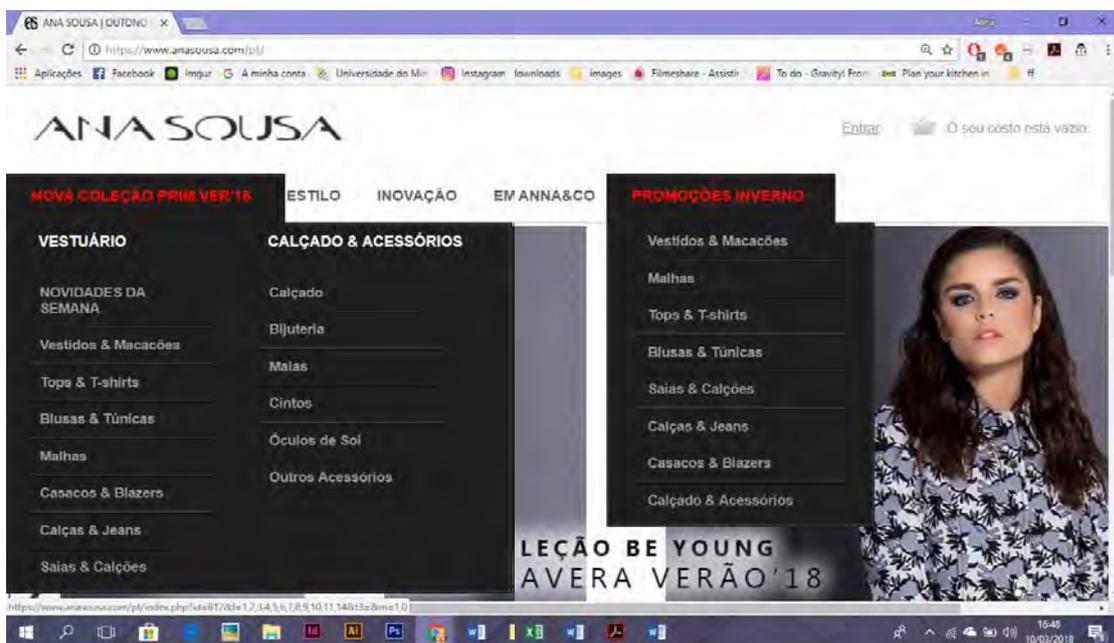
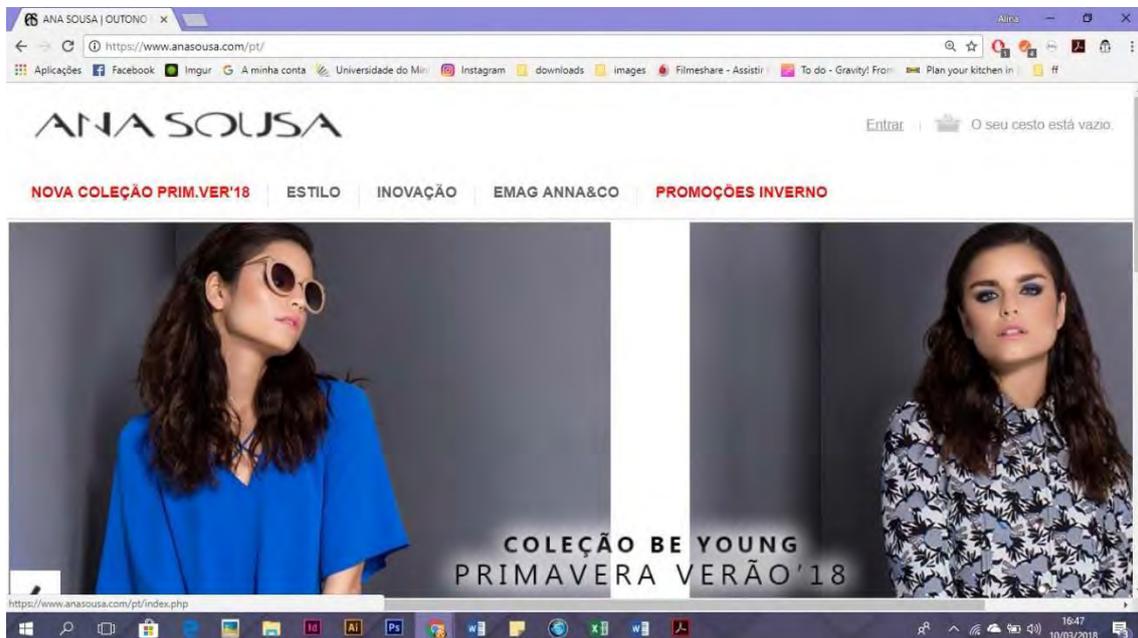
#### 5-Novidades



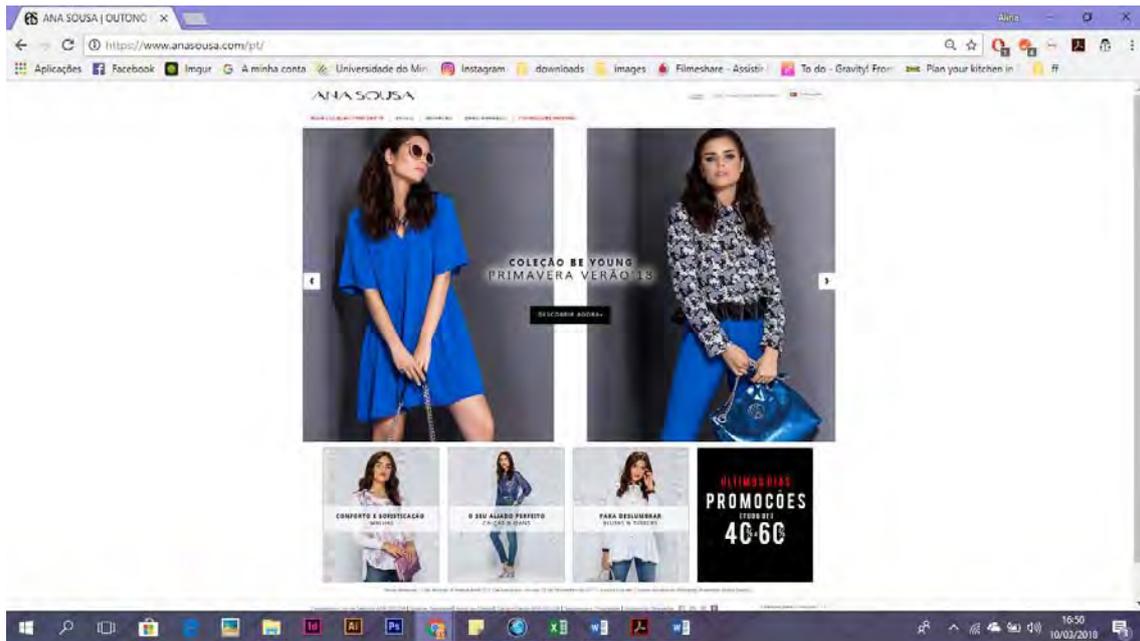
# ANA SOUSA

## 1-Página inicial

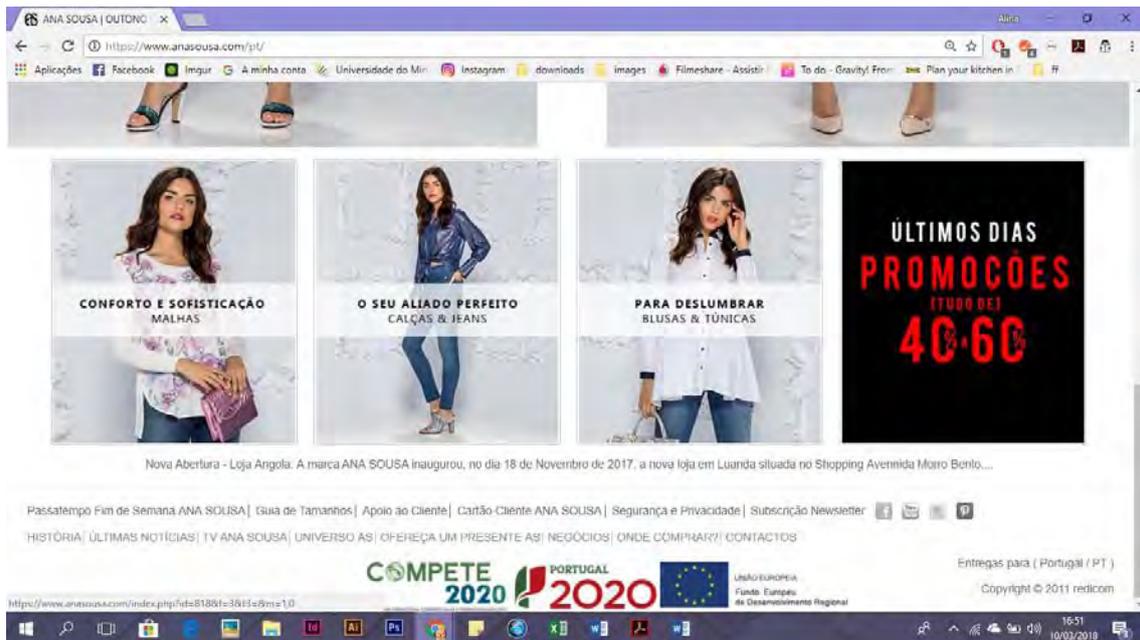
### 1.1-Barra de menu



### 1.2-Corpo



### 1.3-Barra Final



#### 1.3.1- Link Passatempo Ana Sousa

ANA SOUSA | OUTONO

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=639

NOVA COLEÇÃO PRIM.VER'18 ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANNA&CO PROMOÇÕES INVERNO

**PASSATEMPO FIM DE SEMANA ANA SOUSA**

**PASSATEMPO ANA SOUSA FIM-DE-SEMANA A DOIS**

**REGULAMENTO**

**DESCRIÇÃO**  
De 14 Fevereiro a 01 de Março, ao comprar artigos da coleção Primavera Verão 2018 de valor igual ou superior a 50€ numa loja ANA SOUSA habilita-se a um sorteio de 10 fins-de-semana numa das Pousadas de Portugal do grupo Pestana.

**COMPRAR AGORA**

**COMO PARTICIPAR**  
Para se habilitar ao sorteio de 10 fins-de-semana nos hotéis do grupo Pestana, deverá efetuar compras de artigos da NOVA coleção Primavera-Verão 2018 no valor igual ou superior a 50€ nas lojas ANA SOUSA ou na loja online, em [www.anasousa.com/pt](http://www.anasousa.com/pt), durante o período compreendido entre 14 de Fevereiro e 1 de Março.

**REGRAS:**

- Só serão admitidos a sorteio os talões de compras efectivamente pagos e não devolvidos, no valor igual ou superior a 50€. de artigos da coleção Primavera Verão 2018,
- Só serão admitidas a sorteio as compras efectuadas nas lojas físicas ANA SOUSA em Portugal e na loja online (encomendas entregues em Portugal).
- Os participantes têm de estar associados ao cartão de fidelização ANA SOUSA e preencher todos os dados solicitados, nomeadamente o nome, morada, telemóvel, telefone e o email.

16:55 10/03/2018

### 1.3.2- Link Apoio ao Cliente

ANA SOUSA | Apoio ao Cliente

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=681&tab=681&tab=681

REGISTO COMO ENCOMENDAR PAGAMENTOS EXPEDIÇÃO TROÇAS DEVOLUÇÕES FAQs

#### COMO FAZER O SEU REGISTO ONLINE?

Para proceder ao registo na loja online ANA SOUSA apenas necessita de aceder à área entrar, a qual se encontra sempre presente ao longo do site, seleccionar a opção criar conta e preencher a informação pedida. Se não se lembrar da sua palavra-chave, pode sempre recuperá-la na área entrar. Introduza o seu endereço de e-mail e esta será-lhe automaticamente enviada.

Passatempo Fim de Semana ANA SOUSA | Guia de Tamanhos | [Apoio ao Cliente](#) | Cartão-Cliente ANA SOUSA | Segurança e Privacidade | Subscrição Newsletter

HISTÓRIA | ÚLTIMAS NOTÍCIAS | TV ANA SOUSA | UNIVERSO AS | OPERAÇÃO UM PRESENTE AS! | NEGÓCIOS | ONDE COMPRAR? | CONTACTOS

Entregas para ( Portugal ( PT ) )  
Copyright © 2011 redicoin

COMPETE 2020 PORTUGAL 2020 UNIAO EUROPEIA Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

16:57 10/03/2018

ANA SOUSA | Apoio ao cliente

https://www.anasouisa.com/pt/index.php?id=679&tab=676

Facebook | Imagem | A minha conta | Universidade do Minho | Instagram | downloads | imagens | Filmeshare - Assistir | To do - Gravity! From... | Plan your kitchen in... | #

ANA SOUSA

Português

NOVA COLEÇÃO PRIM.VER'18 ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANNA&CO PROMOÇÕES INVERNO

REGISTO **COMO ENCOMENDAR** PAGAMENTOS EXPEDIÇÃO TROÇAS DEVOLUÇÕES FAQS

## COMO ENCOMENDAR

Para efetuar uma compra na loja online ANA SOUSA basta seguir os seguintes passos:

- Pesquisa na loja online o/los artigos que pretende. Faça clique em "QUICK LOOK" para consultar todos os detalhes, imagens adicionais e pormenor do produto, cores, tamanhos disponíveis e preço.
- Poderá também fazer clique sobre o produto e visualizar informações mais completas: combinações ideais, características, comentários, entre outros.
- Seleccione o artigo na cor e tamanho desejado e adicione-o ao seu cesto de compras. Poderá continuar a comprar ou ver o cesto e finalizar a sua encomenda.
- Para poder processar a sua encomenda, deverá estar registado como utilizador. Caso já o seja, bastará fazer o seu login, ou então criar uma conta.
- Depois de introduzir os seus dados e de verificar que todos os detalhes da encomenda se encontram corretos, faça finalizar encomenda.
- Escolha a morada onde pretende receber a sua encomenda, a qual poderá ser diferente da morada de faturação. Verifique que os dados de entrega e faturação estão corretos.
- Seleccione um método de pagamento: Visa, Visa Electron, Mastercard, Paypal ou Multibanco e preencha os dados solicitados.
- Clique na opção pagar para finalizar o processo. Será reencaminhada para a página de confirmação da encomenda com todos os detalhes. Receberá igualmente um e-mail com a confirmação do seu pedido.

16:30 10/02/2018

ANA SOUSA | Apoio ao cliente

https://www.anasouisa.com/pt/index.php?id=681&tab=679

Facebook | Imagem | A minha conta | Universidade do Minho | Instagram | downloads | imagens | Filmeshare - Assistir | To do - Gravity! From... | Plan your kitchen in... | #

ANA SOUSA

Português

NOVA COLEÇÃO PRIM.VER'18 ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANNA&CO PROMOÇÕES INVERNO

REGISTO COMO ENCOMENDAR **PAGAMENTOS** EXPEDIÇÃO TROÇAS DEVOLUÇÕES FAQS

## MÉTODOS DE PAGAMENTO

A loja online ANA SOUSA dispõe dos seguintes meios de pagamento: Visa, Visa Electron, Mastercard, Paypal e Multibanco.

Para manter a sua própria segurança e prevenir fraudes, garantimos o mais elevado nível de segurança para cada compra. A recolha dos dados é feita através dos sistemas de codificação mais avançados tecnologicamente (SSL, Verisign e o certificado ATW para garantir a máxima protecção dos seus dados). A segurança durante o processo de pagamento é garantida pois todos os dados são transmitidos em formato encriptado SSL.

Para pagamentos com Visa e Mastercard só serão aceites as transacções SEC (Secure Electronic Trading). Após a confirmação de que o cartão integra o sistema SEC, é feita uma ligação com o banco emissor do mesmo, para que este autentique o cliente e efectuar a compra. Assim que o banco confirme a autenticação, a cobrança é feita com o cartão. Caso contrário, o pedido será cancelado.

Nas encomendas pagas com cartão de crédito ou cartão de débito, a ANA SOUSA cobra o montante do seu cartão na data em que a encomenda é efectivamente enviada. Para encomendas pagas através de PayPal, o valor é debitado na conta no momento da confirmação da encomenda. Em qualquer um dos casos, o valor a pagar será somente o dos itens que forem enviados.

16:30 10/02/2018

ANA SOUSA | Apoio ao... X

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=678&tab=678&tab=678

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads images Fimeshare - Assistir To do - Gravity From Plan your kitchen in



ENVIOS E PRAZOS DE ENTREGA

ENVIOS E PRAZOS DE ENTREGA

**ENTREGA DE ENCOMENDAS ONLINE**

Os produtos encomendados no site ANA SOUSA serão enviados à entrega por transporte rápido (Aviões) e com **ATA** (Ata de Aduana) para os países da zona de livre comércio e para os países da zona de não livre comércio. Os produtos encomendados para os países da zona de livre comércio são enviados diretamente para o país de destino, sem necessidade de pagar impostos de importação. Os produtos encomendados para os países da zona de não livre comércio são enviados para o país de destino, com necessidade de pagar impostos de importação.

**DIÁRIO DOS PRAZOS DE ENTREGA DE ENCOMENDAS**

Os prazos de entrega são os seguintes:

- Entrega em Portugal (incluindo a Madeira e os Açores):** entrega realizada em 24 horas a partir da data de emissão da encomenda.
- Entrega em Espanha (incluindo a Madeira e os Açores):** entrega realizada em 48 horas a partir da data de emissão da encomenda.
- Entrega na União Europeia (incluindo a Madeira e os Açores):** entrega realizada em 72 horas a partir da data de emissão da encomenda.
- Entrega nos Países da América Latina:** entrega realizada em 10 dias úteis a partir da data de emissão da encomenda.
- Entrega nos Países da África e do Oriente Médio:** entrega realizada em 15 dias úteis a partir da data de emissão da encomenda.
- Entrega nos Países da Ásia e do Pacífico:** entrega realizada em 20 dias úteis a partir da data de emissão da encomenda.

Os prazos de entrega são válidos para encomendas realizadas no site ANA SOUSA. Os prazos de entrega podem variar dependendo do país de destino e do tipo de produto. Para mais informações, consulte o nosso site ou contacte o nosso serviço ao cliente.

**PRAZOS DE ENTREGA DE ENCOMENDAS**

Os prazos de entrega são os seguintes:

- Entrega em Portugal (incluindo a Madeira e os Açores):** entrega realizada em 24 horas a partir da data de emissão da encomenda.
- Entrega em Espanha (incluindo a Madeira e os Açores):** entrega realizada em 48 horas a partir da data de emissão da encomenda.
- Entrega na União Europeia (incluindo a Madeira e os Açores):** entrega realizada em 72 horas a partir da data de emissão da encomenda.
- Entrega nos Países da América Latina:** entrega realizada em 10 dias úteis a partir da data de emissão da encomenda.
- Entrega nos Países da África e do Oriente Médio:** entrega realizada em 15 dias úteis a partir da data de emissão da encomenda.
- Entrega nos Países da Ásia e do Pacífico:** entrega realizada em 20 dias úteis a partir da data de emissão da encomenda.

Os prazos de entrega são válidos para encomendas realizadas no site ANA SOUSA. Os prazos de entrega podem variar dependendo do país de destino e do tipo de produto. Para mais informações, consulte o nosso site ou contacte o nosso serviço ao cliente.

ANA SOUSA | Apoio ao... X

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=682&tab=682&tab=682

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads images Fimeshare - Assistir To do - Gravity From Plan your kitchen in

ANA SOUSA

NOVA COLEÇÃO PRIMAVERA ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANNAARCO PROMOÇÕES INVERNO

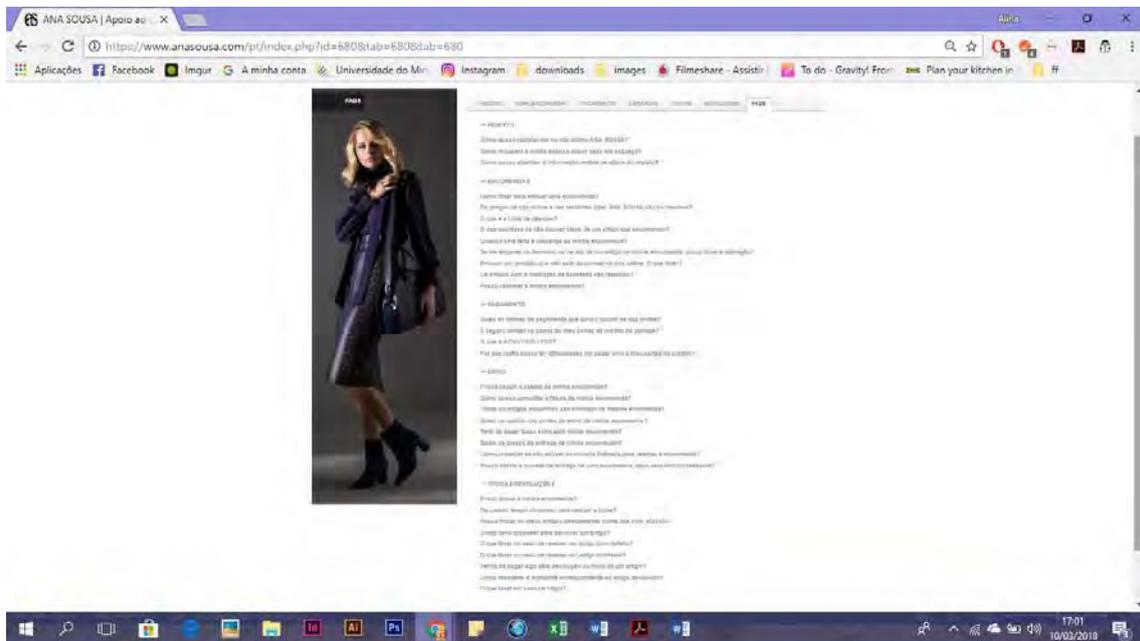


TROCAS

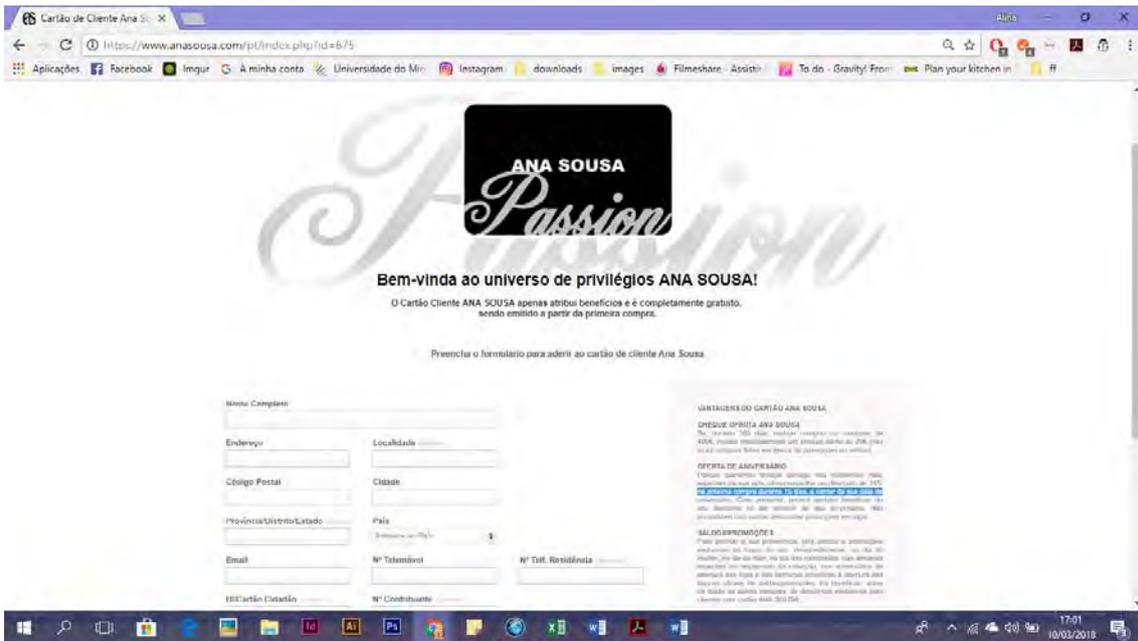
TROCAS

Enquanto cliente ANA SOUSA tem o direito de trocar a sua encomenda feita na mesma loja online pelo mesmo artigo de outro tamanho diferente, no prazo de 18 dias e contar da data de receção da mesma, sem qualquer custo para si, numa primeira troca.

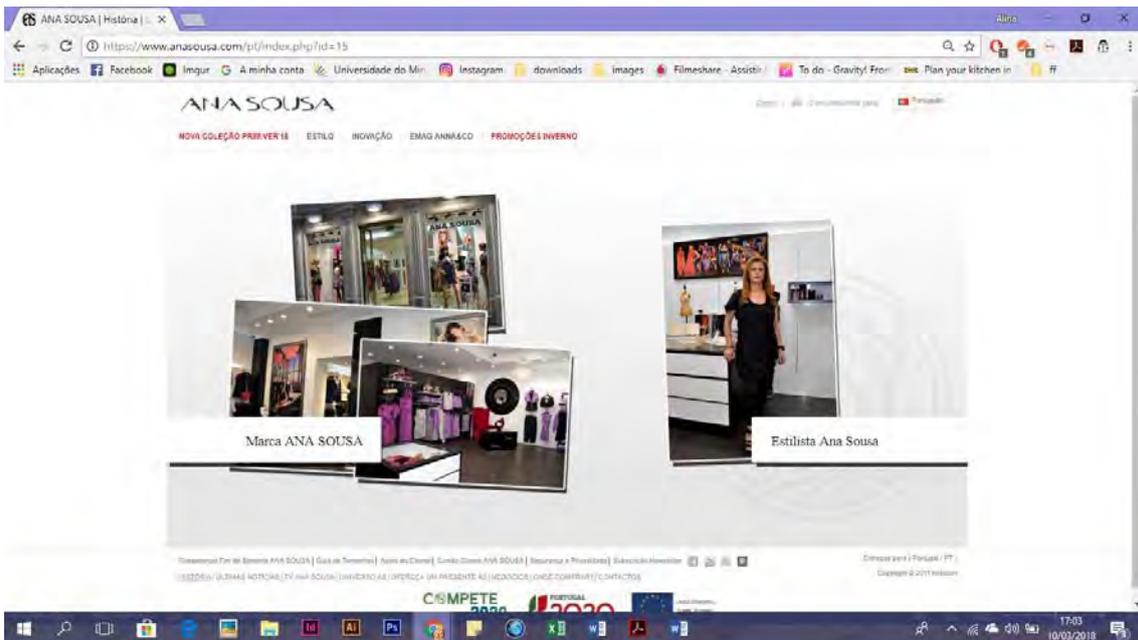
Para trocar as peças que encomendou na loja online terá de usar exclusivamente os serviços de devolução que colocamos ao seu dispor no número Minha Costa. Caso necessite de ajuda adicional, poderá contactar nos através do nosso serviço de Apoio ao Cliente, no mesmo endereço eletrónico do página do site [ajuda@anasousa.com](mailto:ajuda@anasousa.com).



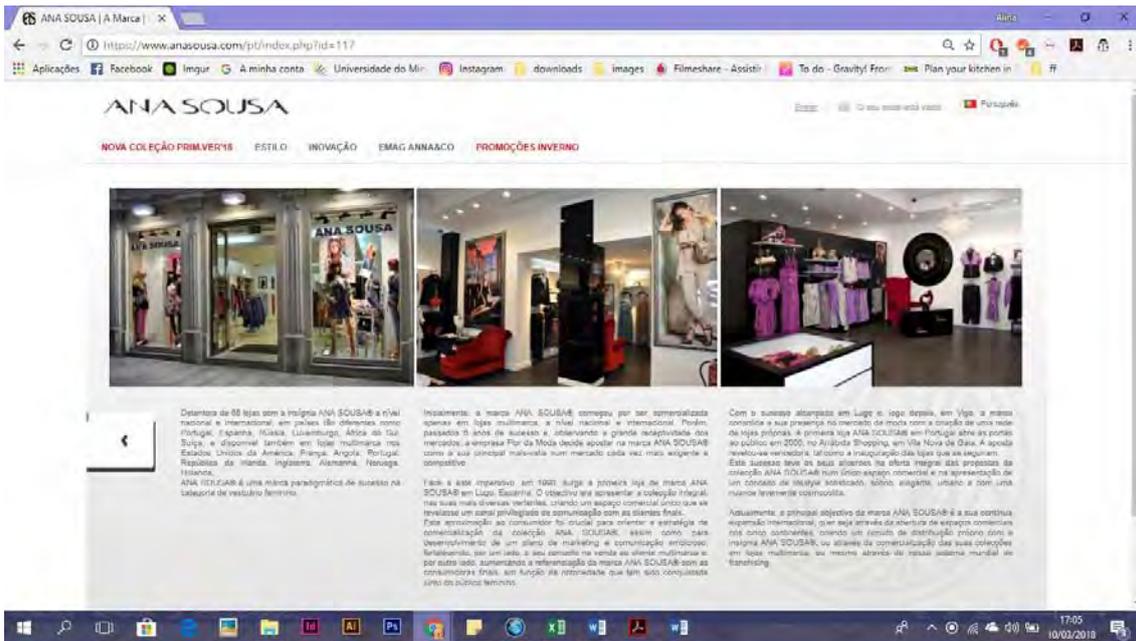
### 1.3.3- Link Cartão-cliente Ana Sousa



### 1.3.4- Link História



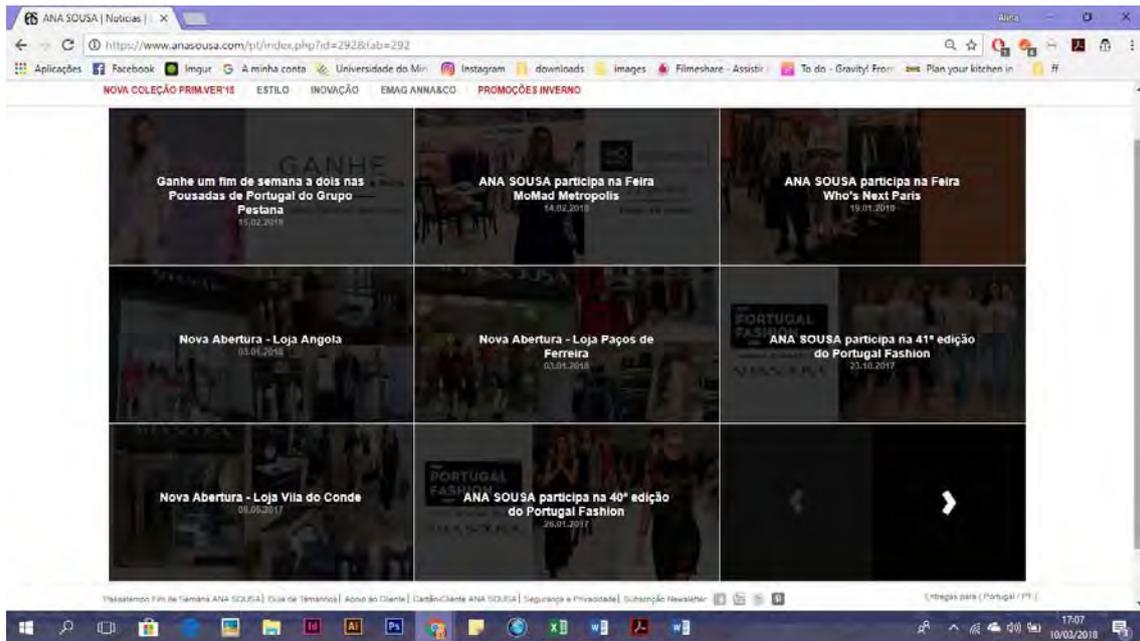
#### 1.3.4.1- Marca Ana Sousa



### 1.3.4.2- Estilista Ana Sousa



### 1.3.5- Link Últimas Notícias



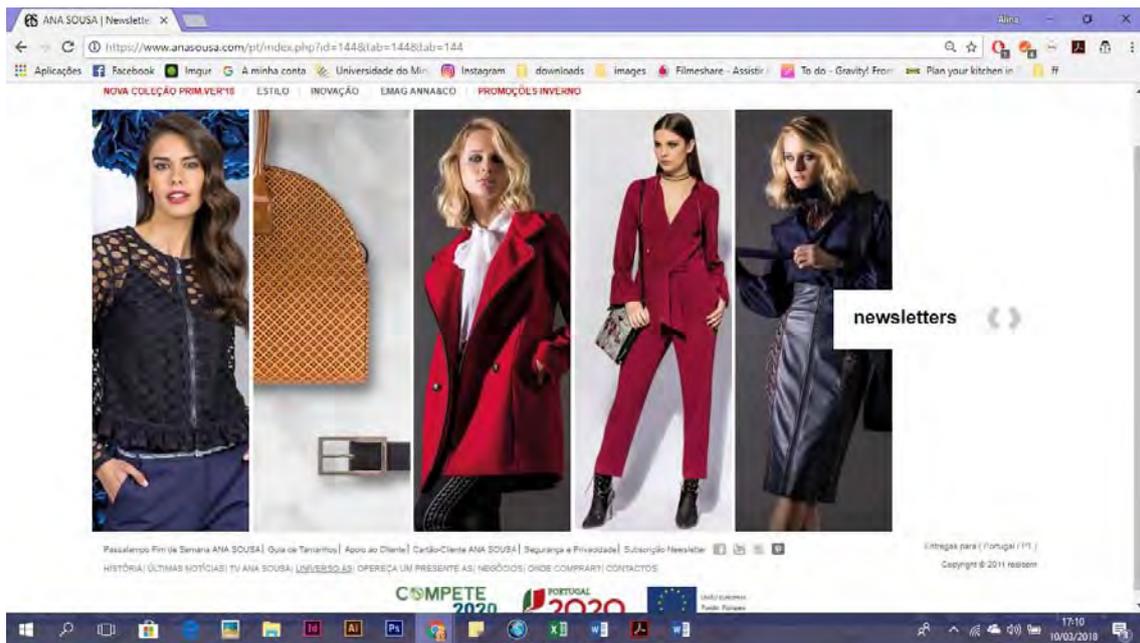
### 1.3.6- Link TV Ana Sousa



### 1.3.7- Universo AS



### 1.3.7.1- Newsletters

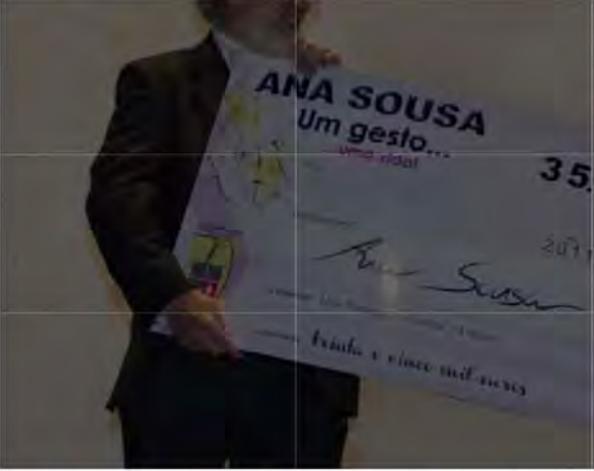


### 1.3.7.2- Responsabilidade social

ANA SOUSA | Responsa... x

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=317&tab=317&lab=317

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads imagens Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #



**ANA SOUSA entrega 35.000 euros a Liga Portuguesa Contra o Cancro**  
18-12-2011

Foram 7.000 € em vendas da marca ANA SOUSA, o que se converteu em 35.000 para a Liga contra o cancro em Portugal.

No passado dia 18 de Dezembro, a estilista Ana Sousa, patrona da ANA SOUSA, entregou um cheque (total de 35.000 €) à Liga Portuguesa Contra o Cancro, como resultado da Campanha "Um Gesto...uma Vida!".

A cerimónia decorreu no Confeitaria São Mateus, em Abrantes, num ambiente de celebração de um ano mais de actividades e voluntariado. O 1.º Aniversário da LPOCC, várias personalidades participaram neste evento, demonstrando a necessidade de reforçar a solidariedade e proximidade entre todos como forma de ultrapassar as dificuldades que se verificam em Portugal para prevenir e curar o cancro.

A Campanha "Um Gesto...uma Vida!" é desenvolvida pela marca ANA SOUSA por forma a apoiar, sempre que a Liga Portuguesa Contra o Cancro, com base na consciência e responsabilidade demonstrada pela marca ANA SOUSA, ao longo dos anos, a missão de evitar que o cancro se torne, para milhares de portugueses, uma fatalidade.

Partagem para (Portugal) / PT

Passatempos: Fim de Semana ANA SOUSA | Guia de Temáticas | Apoio ao Cliente | Contacto Cliente ANA SOUSA | Segurança e Privacidade | Subscrição Newsletter

Copyright © 2011 naldson

17:14 10/03/2018

ANA SOUSA | Responsa... x

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=317&tab=317&lab=317

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads imagens Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #

NOVA COLEÇÃO PRIMAVERA ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANNA&CO PROMOÇÕES INVERNO



**Campanha Um Gesto...uma Vida!**  
27-05-2011

No dia 26 de Maio de 2011, a marca ANA SOUSA apresentou a iniciativa "Um Gesto...uma Vida!" numa cerimónia realizada na Sociedade de Geografia de Lisboa, no âmbito da comemoração do 1.º aniversário da Liga Portuguesa Contra o Cancro, este largamente contou com a presença de numerosas personalidades, entre as quais a criadora da marca Ana Sousa e o Presidente da Liga Portuguesa contra o Cancro o Prof. Dr. Carlos Fereira de Oliveira.

O objetivo desta iniciativa foi angariar fundos para o tratamento e prevenção do cancro da mama. Na compra de uma t-shirt "Um Gesto...uma Vida!", a marca ANA SOUSA ofereceu 5 Euros à Liga Portuguesa Contra o Cancro. Um gesto que fez a diferença e que permitiu à marca doar um cheque de 25 mil euros para apoiar esta causa.

Fórmula para contactar: assistiram o resumo de alguns embaixadores desta causa, tais como Mónica Ereira, Patrícia Henriques, Helga Posser, Sara Azeite, Viana, Aurora Cunha, Maria Mello, Ana Sofia, Helena Costa, Paula Santos, Catarina Urbani, Joana Teles, Sofia Fernandes, entre muitas outras.

Partagem para (Portugal) / PT

17:17 10/03/2018

ANA SOUSA | Responsa... x

https://www.anasouza.com/pt/index.php?id=317&tab=317&tab=317

NOVA COLEÇÃO PRIMAVERA ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANNA&CO PROMOÇÕES INVERNO



### ANA SOUSA associa-se à Corrida da Mulher 2011

18.05.2011

A marca ANA SOUSA, pelo quarto ano consecutivo, associou-se à notável iniciativa da Corrida da Mulher 2011.

Como habitual, esta iniciativa pretende a angariação de fundos para a Liga Portuguesa Contra o Cancro, nomeadamente o cancro da Mama.

Como patrocinadores deste evento, tentamos captar e incentivar as nossas clientes a participar nesta corrida cuja participação implica a entrega de 2 euros, revertendo 1 euro para a Liga Portuguesa Contra o Cancro.

Este ano a corrida teve uma participação especial: A criadora de moda ANA SOUSA contou junto com as suas fãs para incentivar todas as participantes.

A seleção a esta iniciativa foi fantástica e queremos obrigá-lo pelo apoio ANO.

17:17 10/03/2018

ANA SOUSA | Responsa... x

https://www.anasouza.com/pt/index.php?id=317&tab=317&tab=317

NOVA COLEÇÃO PRIMAVERA ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANNA&CO PROMOÇÕES INVERNO



### ANA SOUSA apoia Corrida da Mulher - 30 Maio 2010

31.05.2010

Pelo terceiro ano consecutivo, a marca ANA SOUSA foi uma das patrocinadoras da Corrida da Mulher, juntamente com a Liga Portuguesa Contra o Cancro.

17:16 10/03/2018

ANA SOUSA | Responsal

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=317&lab=317&lab=317

Facebook | Imgur | A minha conta | Universidade do Minho | Instagram | downloads | imagens | Fimshare - Assistir | To do - Gravity! From | Plan your kitchen in

NOVA COLEÇÃO PRIMAVERA | ESTILO | INOVAÇÃO | EMAG ANNA&CO | PROMOÇÕES INVERNO



**Campanha «Enlace a sua Esperança à Vida»**  
25.07.2009

Paula Lobo Antunes, Jessica Albarde, Carla Matadinho, Cinha Jardim, Margarida Hebeiro Pinto, Paula Teles, Mónica Ferreira, Isabel Anjos, Lúcia Lara, Própria Jardim, Mariana Mourato, Mónica Homem, Aurora Cunha, Mónica Costa e a cara e campanha «Enlace a sua Esperança à Vida»

A campanha «Enlace a sua Esperança à Vida» ocorreu no primeiro semestre de 2009 e tratou-se numa ação de solidariedade social desenvolvida para a organização de fundos para a Liga Portuguesa Contra o Cancro, em particular, para o apoio à luta contra o cancro da mama.

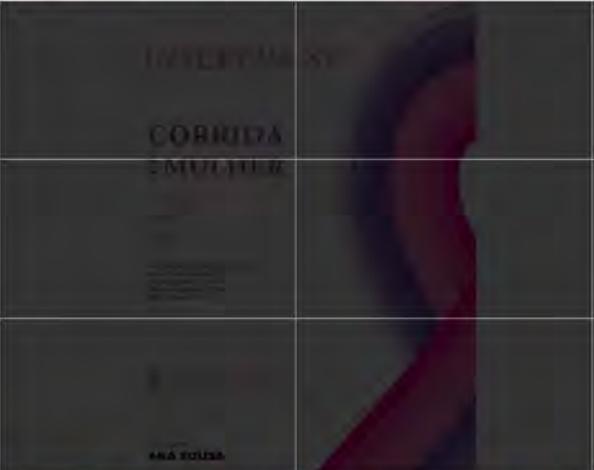
Esta campanha, cujo lançamento ocorreu na loja ANA SOUSA do Alameda Forum no dia 8 de Março de 2009 (Dia Internacional da Mulher e também no dia 8 de Março de 1949, comemorativa da criação e venda de uma t-shirt suava à campanha e que permitiu, com a colaboração das damas ANA SOUSA, angariar a soma de 10 000 euros, doada à Liga Portuguesa contra o Cancro, numa iniciativa pública que contou com a presença dos Côlegios Sociais nacionais da Liga Portuguesa contra o Cancro.

ANA SOUSA | Responsal

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=317&lab=317&lab=317

Facebook | Imgur | A minha conta | Universidade do Minho | Instagram | downloads | imagens | Fimshare - Assistir | To do - Gravity! From | Plan your kitchen in

NOVA COLEÇÃO PRIMAVERA | ESTILO | INOVAÇÃO | EMAG ANNA&CO | PROMOÇÕES INVERNO



**Corrida da Mulher conta com o patrocínio da marca ANA SOUSA**  
31.03.2009

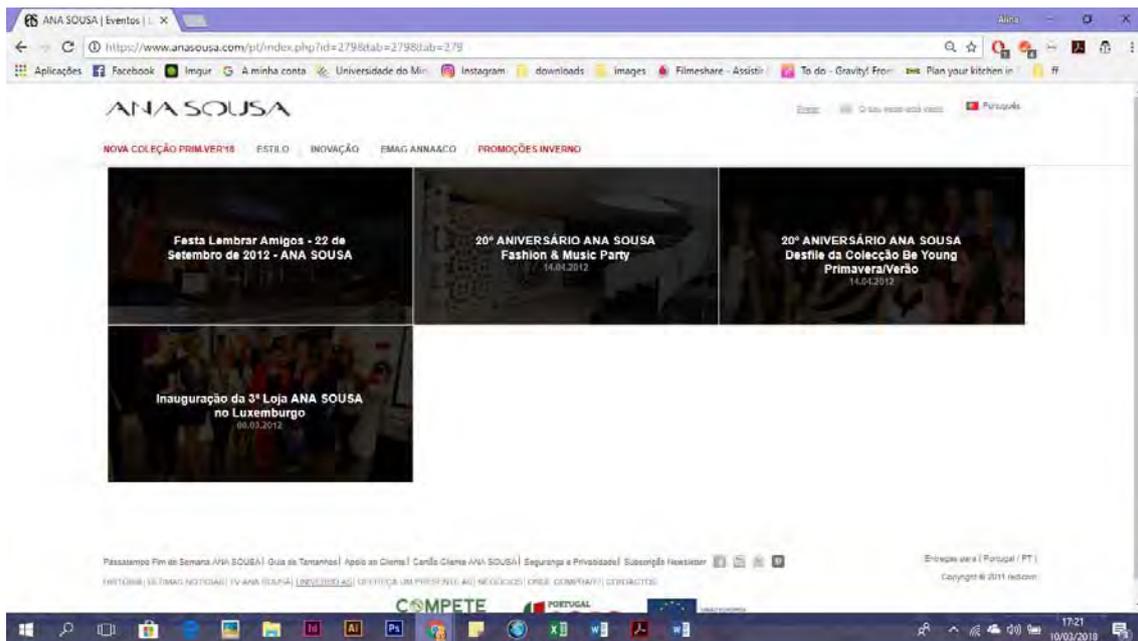
A marca ANA SOUSA, pelo espírito que representa, foi uma das promotoras da recente iniciativa Corrida da Mulher, juntamente com a Liga Portuguesa contra o Cancro.

A Corrida da Mulher realizou-se no Estádio do Rio de Aveiro, no dia 17 de Maio de 2009, pelas 10h30h. A participação na corrida implicava a entrega de 2 euros aquando da inscrição, sendo que o objetivo final era a angariação de 20 000 euros que iriam ser doados à Liga Portuguesa contra o Cancro, em especial, para apoiar no tratamento e prevenção do Cancro da Mama. A marca ANA SOUSA associou-se a esta iniciativa de forma a tornar realidade o objetivo de juntar as mulheres (uma maioria de inscricíveis) e doar por uma causa.

É através destas que esta nossa pequena contribuição foi decisiva para permitir que centenas de mulheres possam beneficiar do tratamento desta doença.

A todos as mulheres que participaram na Corrida da Mulher e a todos da marca Ana Sousa emite uma mensagem muito especial: Muito obrigada por fazerem parte da 17.ª do Maio de 2009 (Dia Nacional do Tratamento das Mulheres).

### 1.3.7.3- Eventos



### 1.3.8- Link Ofereça um Presente AS



### 1.3.9- Link Negócios

Gostava de Ter um Negócio ANA SOUSA?

multimarca      comer      franchising

Entregas para | Portugal / PT |  
Copyright © 2011 red.com

ANA SOUSA

NOVA COLEÇÃO PRIMAVERA   ESTILO   INOVAÇÃO   EMAG ANA&CO   PROMOÇÕES INVERNO

MULTIMARCA   COMER   FRANCHISING

Uma marca jovem, inovadora e inovadora é sempre uma mais-valia para uma loja multimarca. Funciona como um diferenciador de valores que há procura de muita clientela quer na apresentação de novas coleções. Assim, o modelo ANA SOUSA Multimarcas apresenta-se como a melhor opção para as lojas multimarcas no mercado que pretendem inovar e diversificar a oferta da sua loja.

As lojas multimarcas ANA SOUSA Multimarcas, poderá usufruir de inúmeras vantagens competitivas tais como:

- Apoio no arranque do negócio;
- Repetição constante de stock;
- Visitas regulares do vendedor;
- Ajuda na gestão de produtos e promoções;
- Apoio às vendas, através de um plano de publicidade e marketing global;
- Oferta de material promocional;
- Atendimento prioritário na apresentação de coleções;
- Acesso a uma plataforma de exploração online, onde realizará as suas vendas, beneficiando as possíveis novidades da marca e acessará à sua conta online;
- Entre outras...

Proprietários parceiros que se identificam plenamente com o marca e que desejam as especialidades do mercado. Da sua identidade com os valores e identidade da marca ANA SOUSA, bem como com as novas estratégias e as técnicas de apresentação do mercado para apresentar um Franchising ANA SOUSA, contacte-nos através do email [info@ANASOUSA.com](mailto:info@ANASOUSA.com)

**GRUPO ANA SOUSA**  
Criada em 1962, a marca ANA SOUSA é, atualmente, uma referência na moda nacional e internacional. Os últimos conceitos de comercialização da marca são: uma mais-valia para melhorar a presença da ANA SOUSA no mercado global.

O sistema ANA SOUSA Multimarcas está presente em centros de lojas multimarcas, por exemplo, assim como, na Alemanha, Holanda, França, Reino Unido, Espanha, República da Irlanda e Estados Unidos da América.

**CONTACTO**  
Manuel Sousa  
Direção Comercial  
Rua 11 de Maio 229  
4720-460 Paredes, Barcelos - Portugal  
Telf: +351 253 639 200  
Fax: +351 253 633 116  
[manuel@sua@anasousa.pt](mailto:manuel@sua@anasousa.pt)

ÁREA RESERVADA A CLIENTES MULTIMARCA

ANA SOUSA

NOVA COLEÇÃO PRIMAVER'18 ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANNAACO PROMOÇÕES INVERNO

MULTIMARCA **CORNER** FRANCHISING



As lojas ANA SOUSA são as portas de acesso à sua loja física privilegiada com a máxima flexibilidade, pois são as melhores de imagem das portas de vendas através dos resultados das suas próprias campanhas de marketing. O conceito ANA SOUSA Corner é a solução ideal para as lojas multimarca que se encontram com algumas limitações de espaço físico e um sistema de merchandising e stock por loja, assim como as lojas produtivas que não estão suficientemente reforçadas. Desta forma, pela criação de um espaço envolvente e único no interior da loja, com um design inovador e apelativo.

Este novo layout é um elemento atractivo do conceito. As peças estão expostas de forma organizada e estrategicamente conjugadas para criar contrastes interessantes e oferecer ao cliente uma gama variada de produtos estandardizados e não "velhos" como nos tradicionais lojas multimarca.

A ANA SOUSA aposta à sua disposição total e seu know-how para que o sucesso do seu negócio seja o mais elevado. Incentivando esse tipo de loja para ser preferencialmente em grandes centros habitacionais e em zonas comerciais bem frequentadas, como os centros comerciais ou ruas centrais e de comércio. Ao estabelecer uma parceria com o modelo de negócios ANA SOUSA Corner, poderá usufruir de inúmeras vantagens comparativas tais como:

- Repetição constante de stock, ajustada às suas necessidades;
- Vendas regulares do vendedor;
- Apoio publicitário;
- Atendimento prioritário na apresentação de coleções;
- Informação das últimas tendências e tendências de moda;
- Coleção muito vasta e variada;
- Aumento do atractivo comercial;
- Crescimento do quota de mercado de uma forma rápida.

**GRUPO ANA SOUSA**  
Criada em 1992, a marca ANA SOUSA é, actualmente, uma referência na moda nacional e internacional. Os vários conceitos de comercialização de marca são uma alternativa para melhorar a presença de ANA SOUSA no mercado global.

O conceito ANA SOUSA Corner está presente em Alemanha, França, Inglaterra, Irlanda, Itália, Espanha, Portugal, Espanha, França e Suíça, Estados Unidos da América.

**CONTACTO**  
Manuel Sousa  
Direcção Comercial  
Rua 17 de Maio 229  
4735-405 Pereira, Barcelos - Portugal  
Telf: +351 253 830 200  
Fax: +351 253 833 118  
manuel.sousa@anasousa.pt

ANA SOUSA

NOVA COLEÇÃO PRIMAVER'18 ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANNAACO PROMOÇÕES INVERNO

MULTIMARCA **CORNER** **FRANCHISING**



Assistir num modelo de negócio criado desde 1992, data de abertura da primeira loja ANA SOUSA, será sem dúvida uma decisão de sucesso comprovado à nível local para qualquer investidor. Implementar uma franquia ANA SOUSA é, sobretudo, beneficiar de uma vasta experiência na gestão e desenvolvimento de negócios ao nível do sector da moda feminina.

Este modelo personalizado, integral e abrangente, acrescentado pela marca ANA SOUSA, permite maximizar a rentabilidade do investimento do franqueado, impensável em outras áreas de negócios ou no comércio tradicional.

Ao estabelecer uma relação de parceria com o modelo de negócio proposto pela ANA SOUSA, poderá usufruir de inúmeras vantagens competitivas tais como:

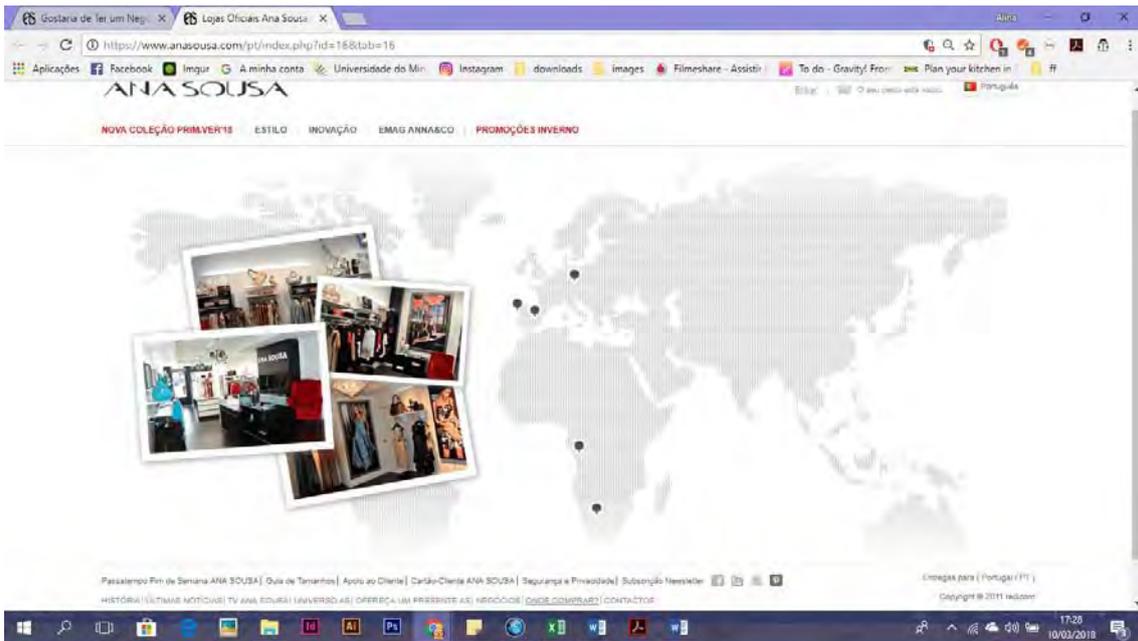
- Apoio no arranque do negócio;
- Apoio em questões técnicas como a escolha da melhor localização para a loja e à realização de projetos de arquitectura;
- Apoio na elaboração de estudos de mercado;
- Formação contínua das vendedoras e responsáveis de loja;
- Apoio constante no visual merchandising;
- Reposição constante de stock;
- Apoio técnico e local para campanhas de Marketing e Publicidade;
- Entre outras...

Presumimos que todos os que se identificam plenamente com o marca e suas características especializadas do mercado. Se se identifica com os valores e conceitos da marca ANA SOUSA, bem como com as nossas coleções, e se reconhece as oportunidades do mercado onde pretende implementar um franchising ANA SOUSA, contacte-nos através do email [info@anasousa.com](mailto:info@anasousa.com)

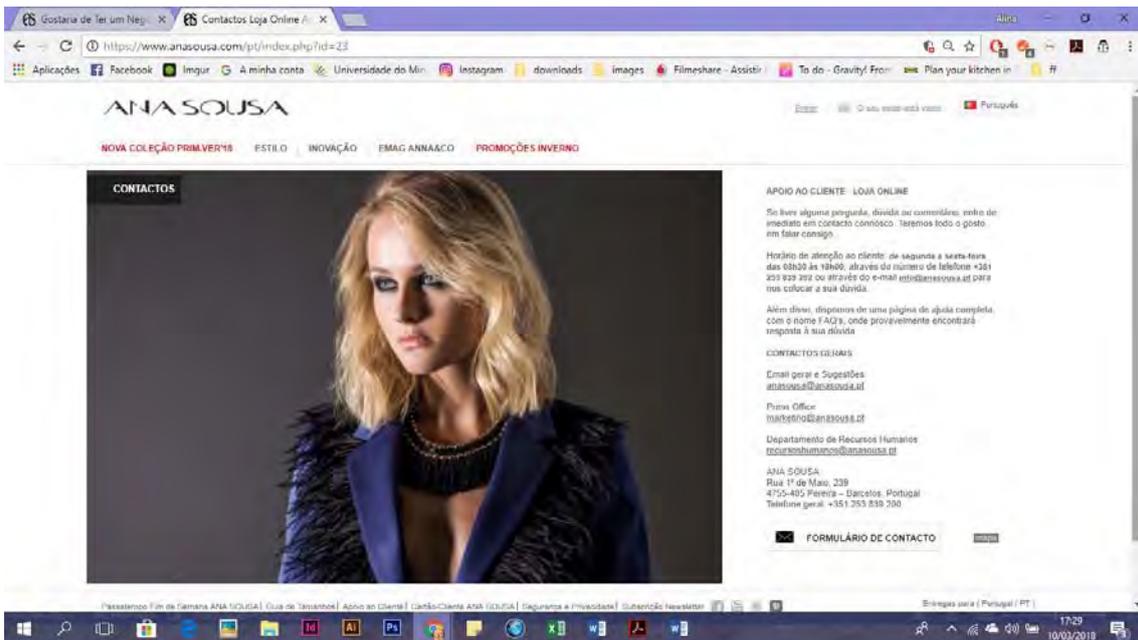
**GRUPO ANA SOUSA**  
Criada em 1992, a marca ANA SOUSA é, actualmente, uma referência na moda nacional e internacional. Com 95 lojas, 51 em Portugal, 4 em Espanha, 2 no Luxemburgo, 4 na África do Sul, 2 na Rússia e 1 na Suíça, encontra uma rede integrada de lojas, com uma imagem reconhecida e com um potencial de crescimento e desenvolvimento sustentado.

**CONTACTO**  
Rita Sousa - Mercado Nacional  
ritasousa@anasousa.pt  
Nuno Sousa - Mercado Internacional  
n@sousa@anasousa.pt  
Rua 17 de Maio 229  
4735-405 Pereira, Barcelos - Portugal  
Telf: +351 253 830 200  
Fax: +351 253 833 118

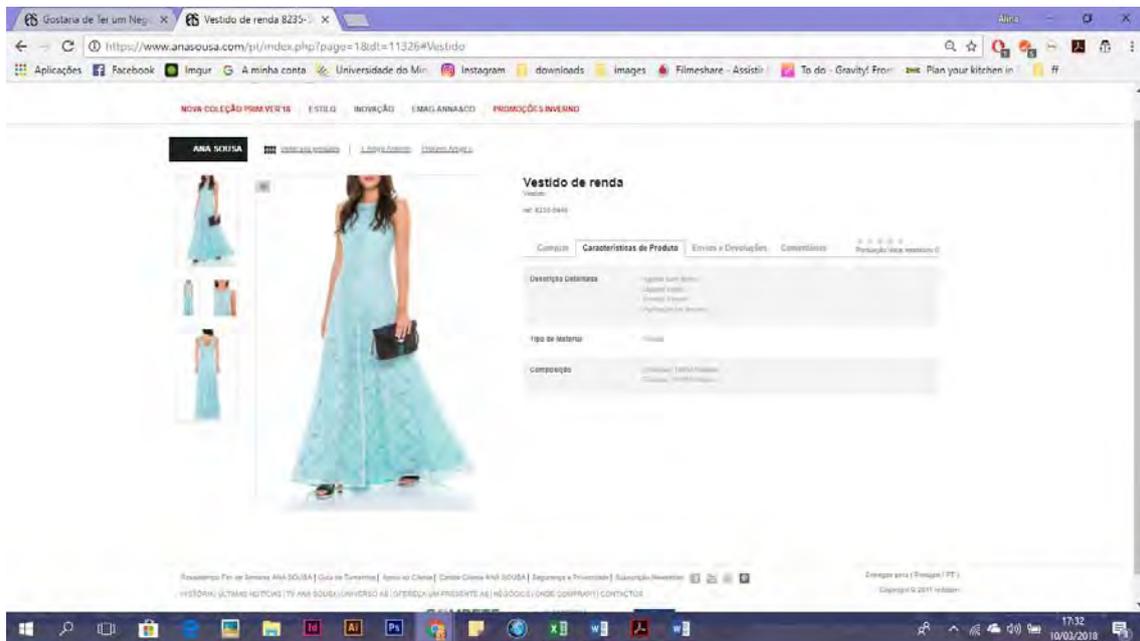
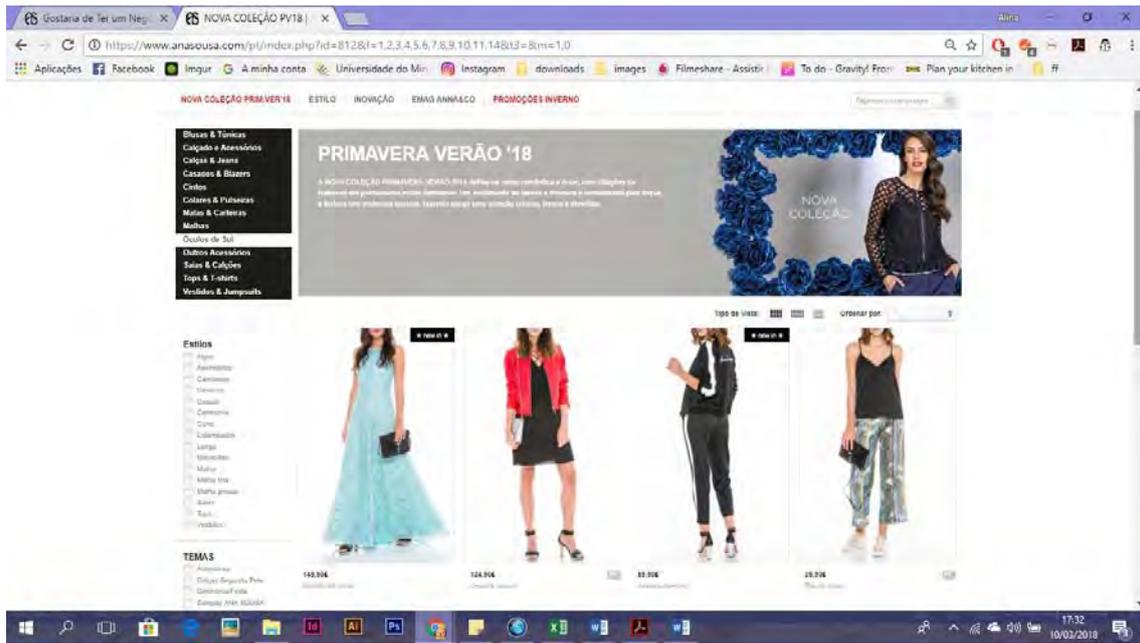
1.3.10- Link Onde Comprar



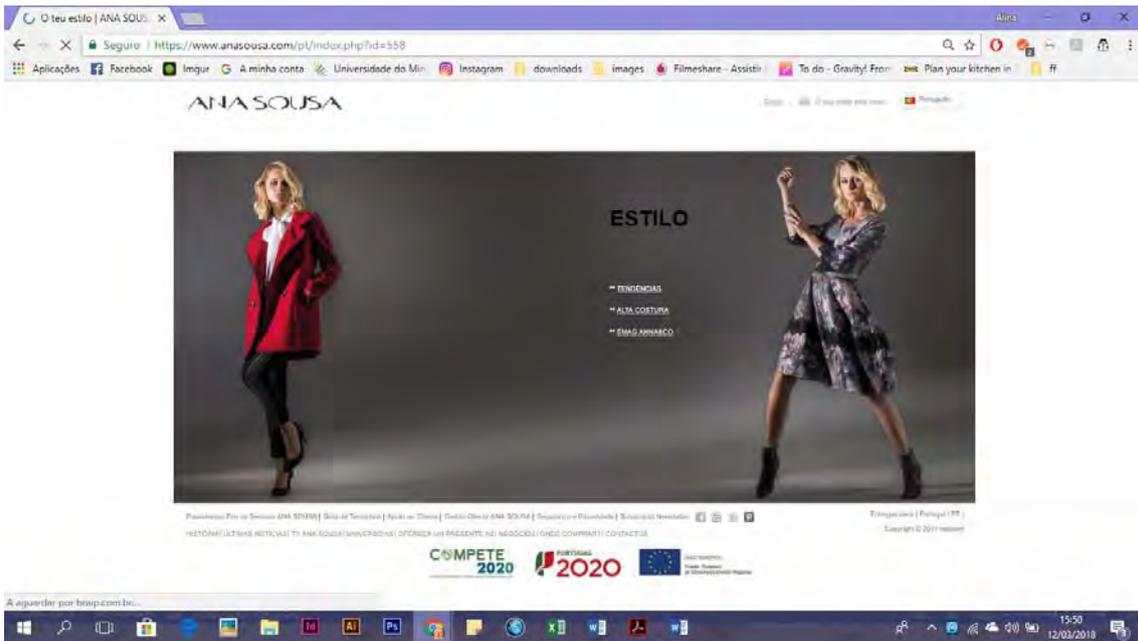
### 1.3.11-Link Contactos



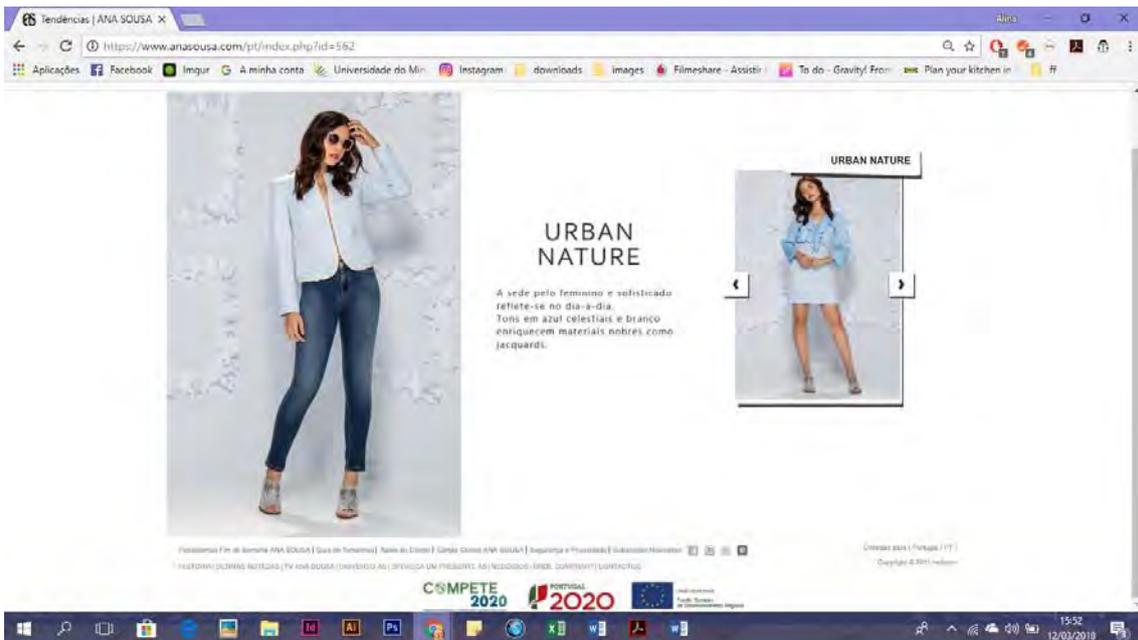
2-Sep. Nova Coleção prim.ver'18



3-Sep. Estilo



### 3.1-Tendencias



Tendências | ANA SOUSA

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imágor A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



## LACE PASSION

Apesar de atempada, a nova coleção traz-nos a tendência das rendas termocoladas com tecido liso. Prontas em looks inimitáveis ou casuais. Os calçaos podem acompanhar saídas e vestidos.



COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:52 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imágor A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



## SOFT FRILLS

Esta tendência promete animar o seu armário e os seus looks, num estilo mais casual ou num conjunto mais formal.



COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:53 12/03/2018

Tendências | ANA SQUA X

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Min Instagram downloads imagens Fimeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



## FLORAL PRINTED

Esta primavera os estampados floridos vão dar que falar. Novos cortes aliam-se a tecidos mais trabalhados e elaborados.



FLORAL PRINTED

Participamos em: Feira de Setúbal ANA SQUA | Guia de Tendências | Anos de Cordeiro | Canteiro ANA SQUA | Resposta e Proximidade | Subscrição Newsletter

FEEDBACK | LIGARME | RECLAMAÇÃO | TV ANA SQUA | SERVIÇO AO CLIENTE | 24 HORAS | 800 200 000 | 0035 200 000 | CONTACTOS

Unidade 5001 | Fone: 211 111 111 | Copyright © 2018 | Todos os direitos reservados

COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

Windows taskbar: 15:53 12/03/2018

Tendências | ANA SQUA X

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Min Instagram downloads imagens Fimeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



## TRACK PANTS

As track pants ou calças de fato (tremo, voltaram. A tendência do ano passado, regressa agora. Afinal, quem é que não gosta de andar confortável? Aproveite esta tendência e misture com peças mais arrojadas.



TRACK PANTS

Participamos em: Feira de Setúbal ANA SQUA | Guia de Tendências | Anos de Cordeiro | Canteiro ANA SQUA | Resposta e Proximidade | Subscrição Newsletter

FEEDBACK | LIGARME | RECLAMAÇÃO | TV ANA SQUA | SERVIÇO AO CLIENTE | 24 HORAS | 800 200 000 | 0035 200 000 | CONTACTOS

Unidade 5001 | Fone: 211 111 111 | Copyright © 2018 | Todos os direitos reservados

COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

Facebook: Isabel para Gatinhas assanhadas: Se também não posso, só posso hoje xD www.facebook.com

Windows taskbar: 15:53 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imágem A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads imagens Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



## PAJAMA TREND

A tendência do pijama é excêntrica, elegante e feminina. Se não quiser um look total, escolha apenas uma camisa e umas calças pretas ou de ganga. Não fica "tão" carregado e consegue um contraste mais simples.



COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:53 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imágem A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads imagens Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



## PSYCHOTROPICAL MOOD

Um ambiente feminino que se move em silhuetas leves e soltas. A leveza é alcançada pelas formas orgânicas. A paleta é dominada pelos tons verdes e neutros como bege e branco.



COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:53 12/03/2018

Tendências | ANA SQUA

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity? From Plan your kitchen in #



## HIGH-WAIST TREND

O regresso das cintas altas com fibras ricas transmitem descontração em looks elegantes e sofisticados.



COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:54 12/03/2018

Tendências | ANA SQUA

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity? From Plan your kitchen in #



## DENIM LOOK

Esta estação este material surge renovado com novas texturas que lhe conferem leveza. Use o denim em look total ou aposte em peças únicas.



COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:54 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads imagens Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



## BE YOUNG COLLECTION

"O poder de vestir" define este tema jovem e divertido. As influências soft punk, os anos 80 e até detalhes compõem este tema que respira o "novo amor" pelo street style. Cores vibrantes, várias texturas em silhuetas diversas fazem a linha Be Young falar por si!



COMPETE 2020

13:55 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads imagens Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



## PRINTED MANIA

Usar peças com estampados é a chave para andar mais animada. Combine com uma peça de cor neutra, o resultado será surpreendente!



COMPETE 2020

13:55 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA x

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imágor A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Fimeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #



## FUN BLUE

Combine uma variedade de estilos e padrões para criar um look colorido e divertido.



COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:54 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA x

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imágor A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Fimeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #



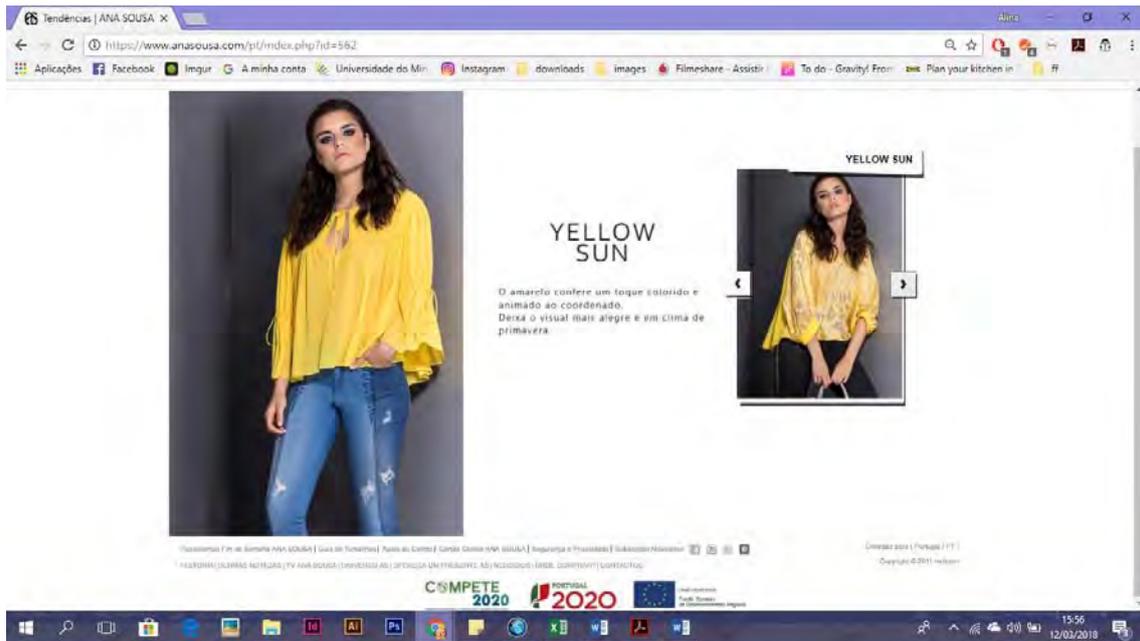
## RED IN RED

Nesta primavera, não brinca. O vermelho é uma aposta ganha.

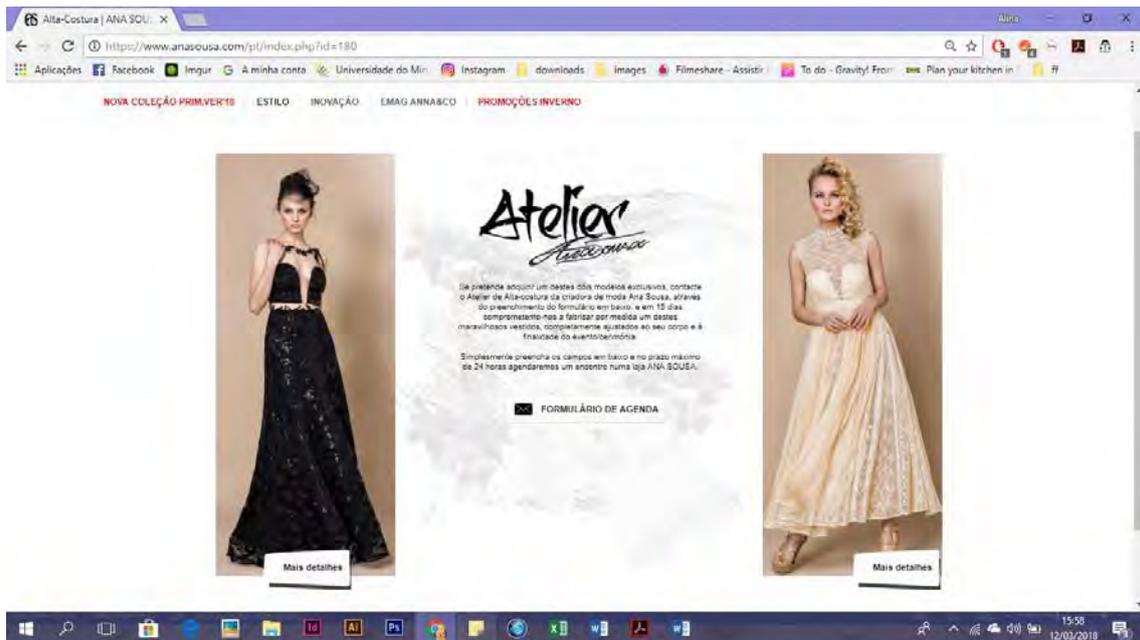


COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

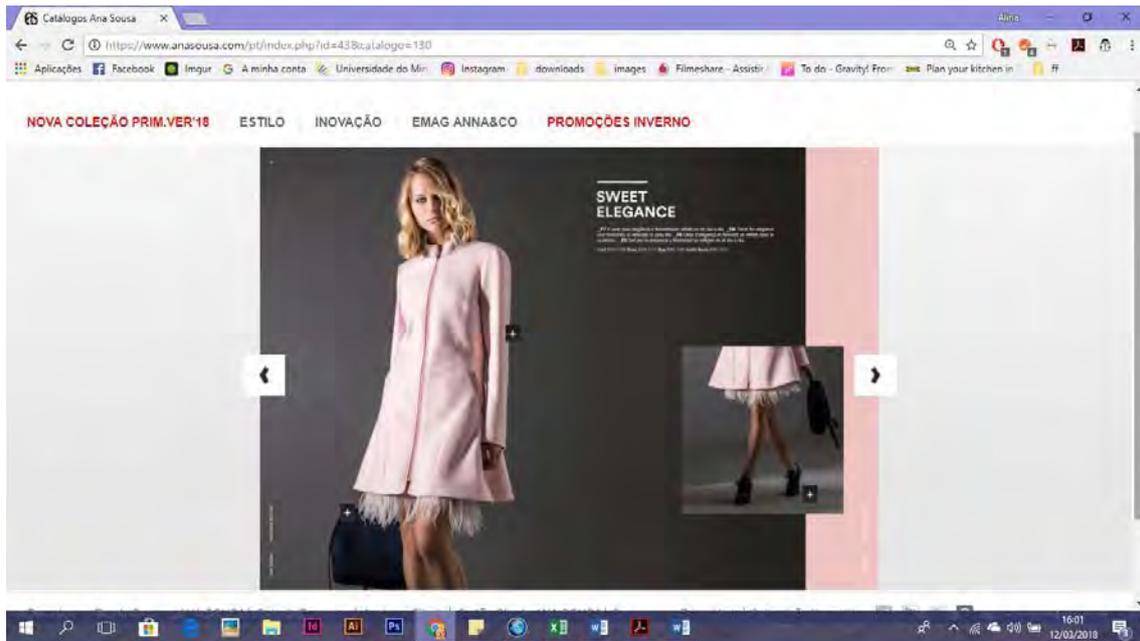
15:55 12/03/2018



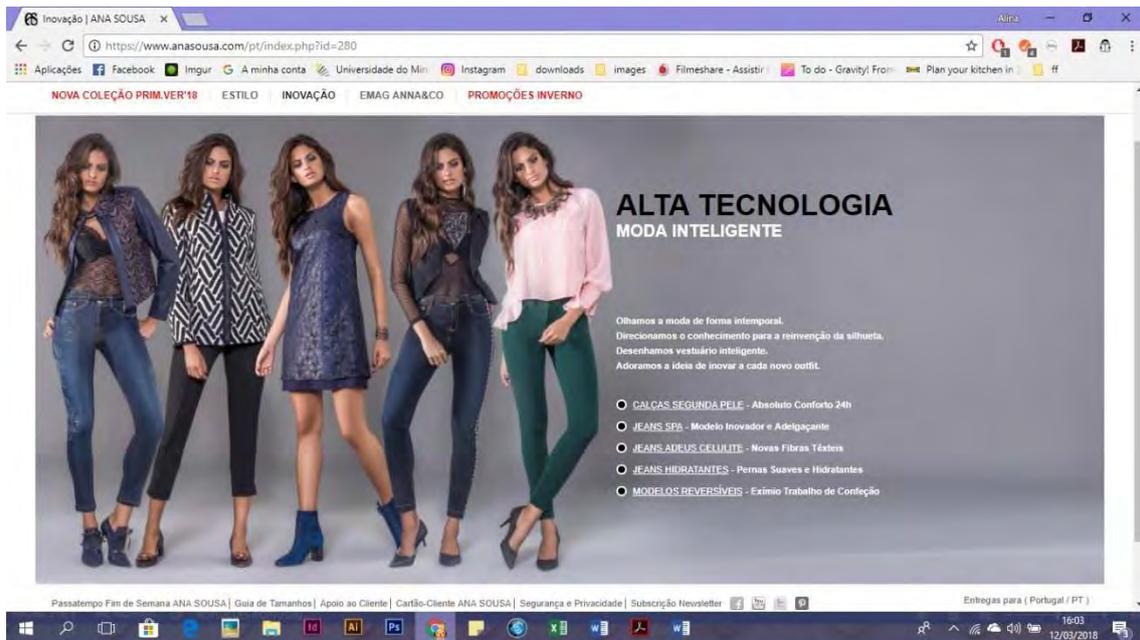
### 3.2- Atelier Alta Costura



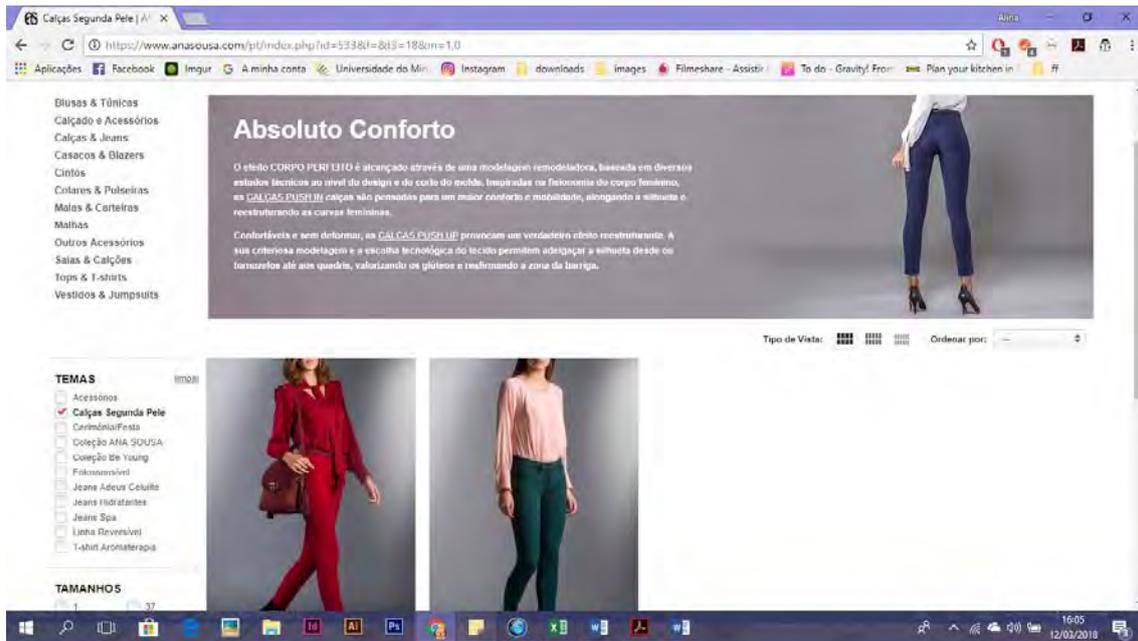
### 3.3- Catálogo Ol'17-18



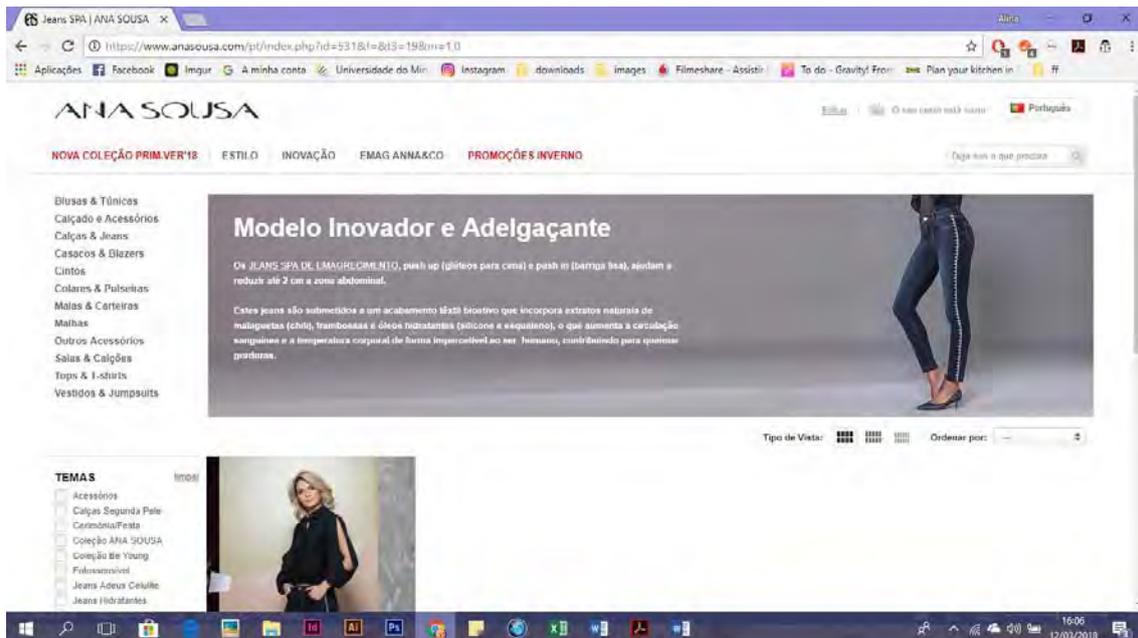
#### 4-Sep. Inovação



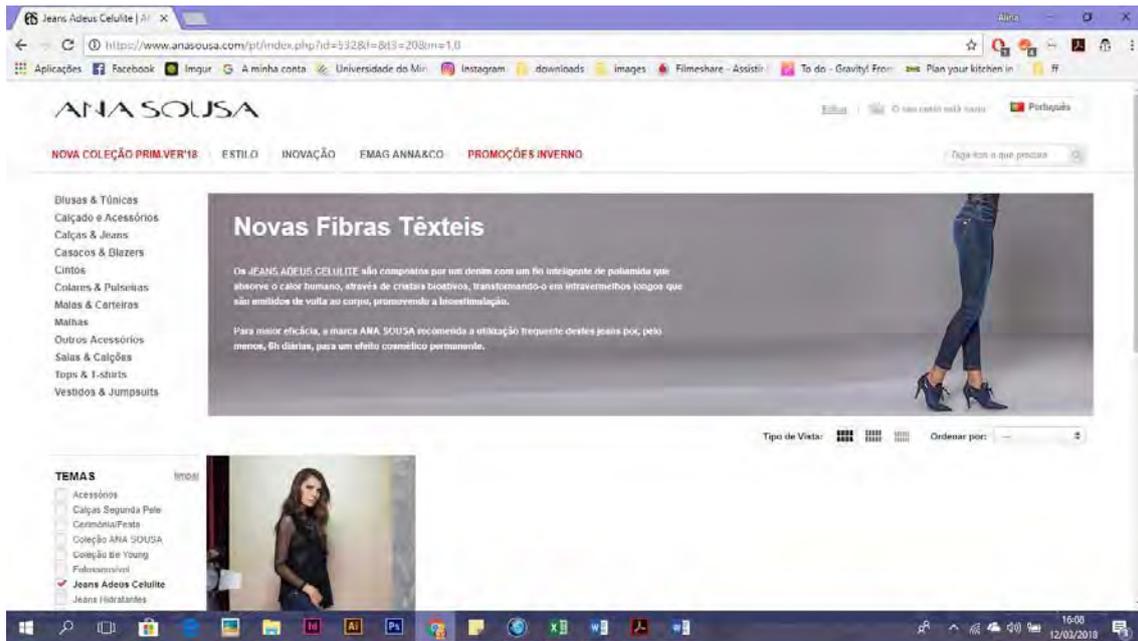
#### 4.1- Calças Segunda Pele



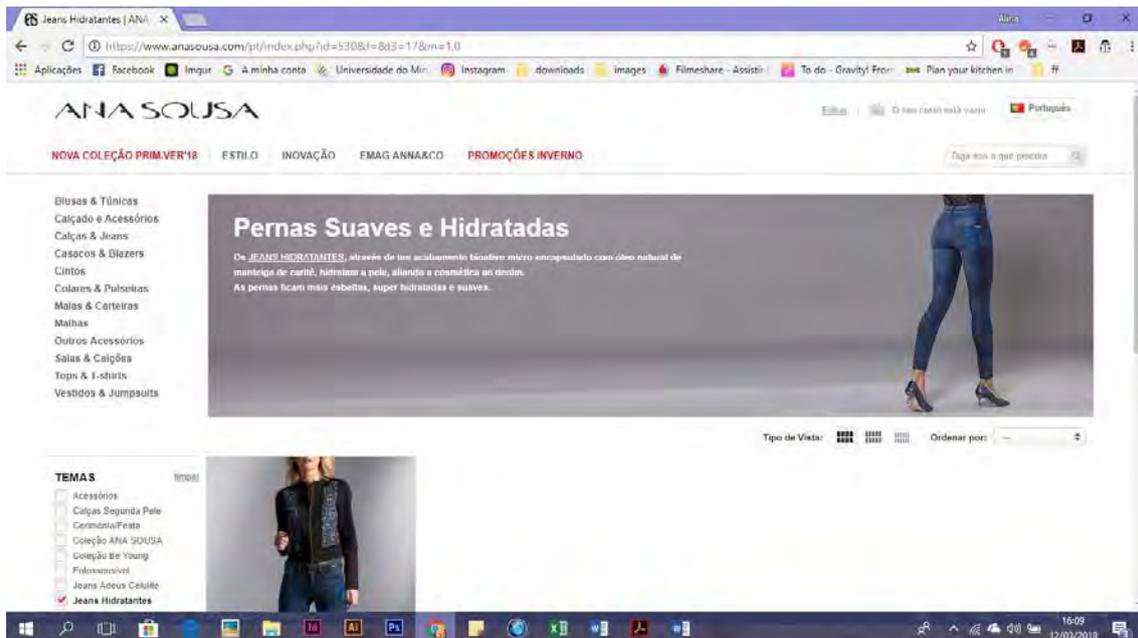
## 4.2- Jeans Spa



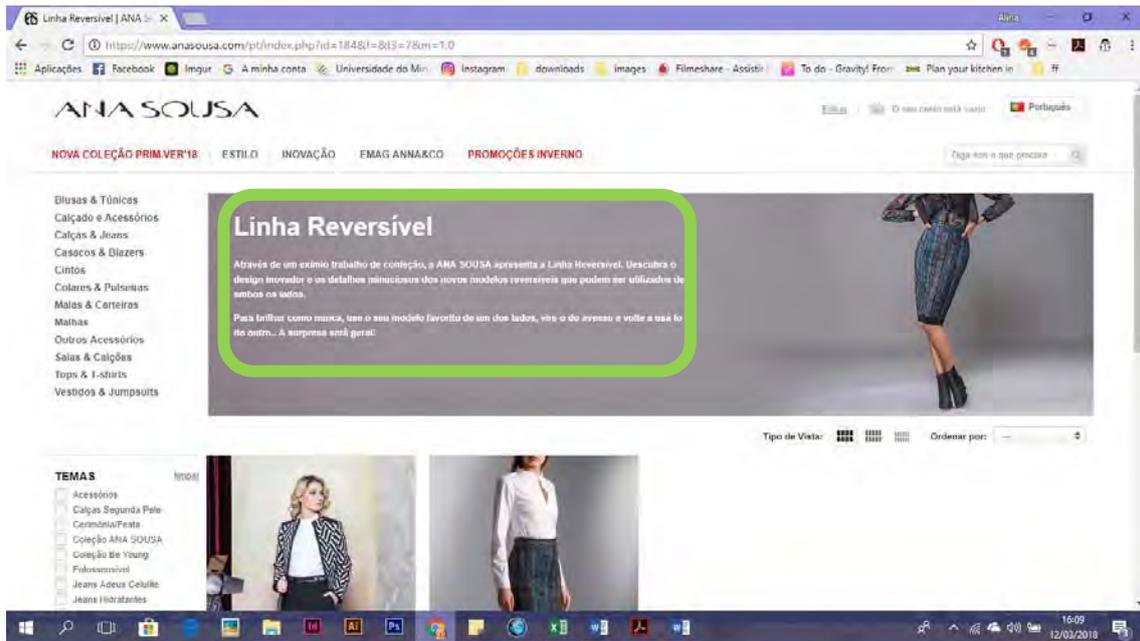
## 4.3- Jeans Adeus Celulite



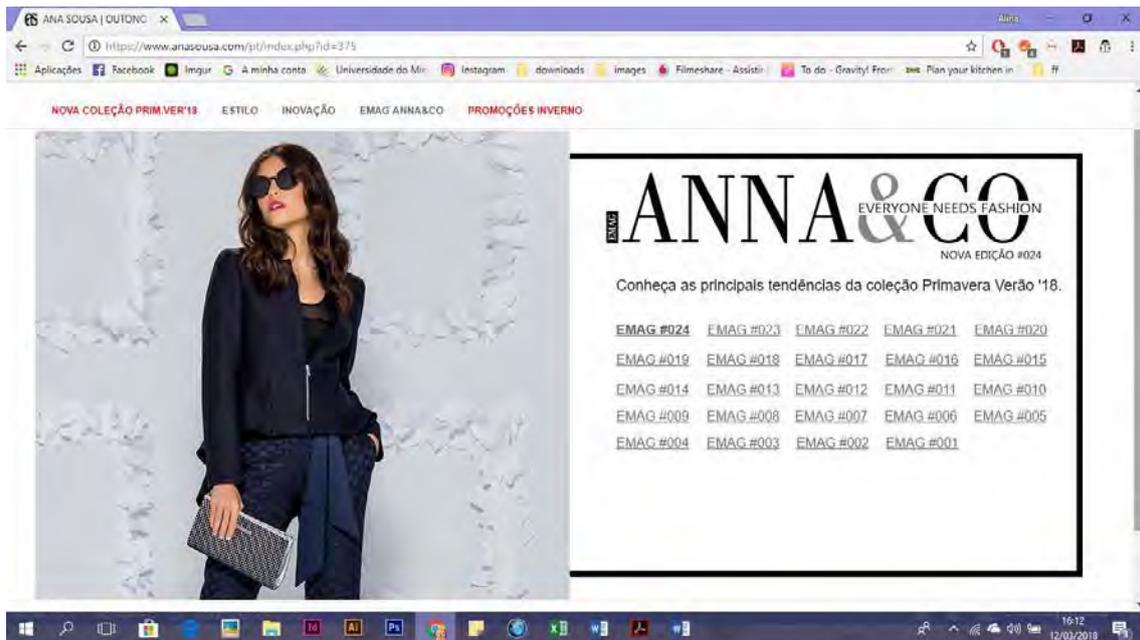
#### 4.4- Jeans Hidratantes



#### 4.5- Modelos Reversíveis



### 5-Sep. EMAG ANNA&CO



### 6-Sep. Promoções Inverno

PROMOÇÕES OI 17/18

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=865&f=1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,14&t3=8,m=1.0

Facebook | Imgur | A minha conta | Universidade do Minho | Instagram | downloads | imagens | Filmeshare - Assistir | To do - Gravity! From | Plan your kitchen in | #

**PROMOÇÕES INVERNO - TUDO DE 40% A 60%**

APROVEITE OS ÚLTIMOS DIAS DAS PROMOÇÕES DE INVERNO!

Encontre as melhores propostas em roupa e acessórios agora com descontos de 40% a 60%.

Descubra a nossa seleção de artigos da coleção de inverno e brilhe nos momentos mais especiais com os modelos de vestuário e acessórios que temos para si!

Promoção válida até 18 de Março de 2018.

**PROMOÇÕES**  
TUDO DE 40% A 60%

Tipo de Vista: [Grid] [List] [Compare] Ordenar por: --

**Estilos**

- Alças
- Assimétrico
- Camisolas
- Casacos
- Casual
- Cerimónia
- Curto
- Estampados
- Longo
- Mascachões
- Malha
- Malha fina
- Malha grossa
- Saias
- Tops



Sticky Notes

16:13  
12/03/2018

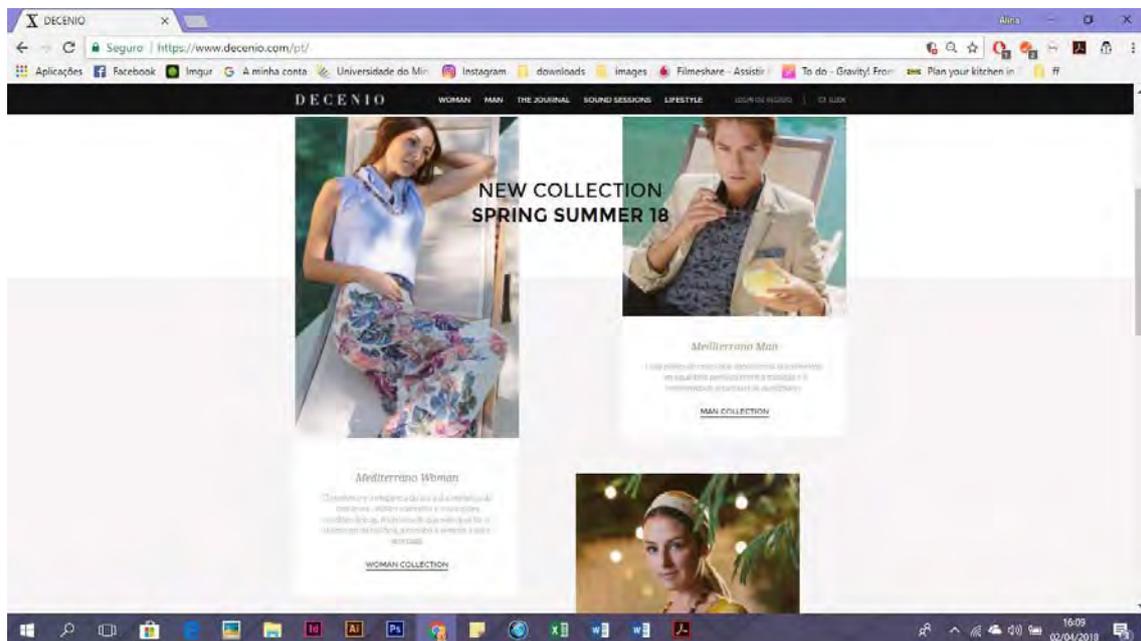
# DECENIO

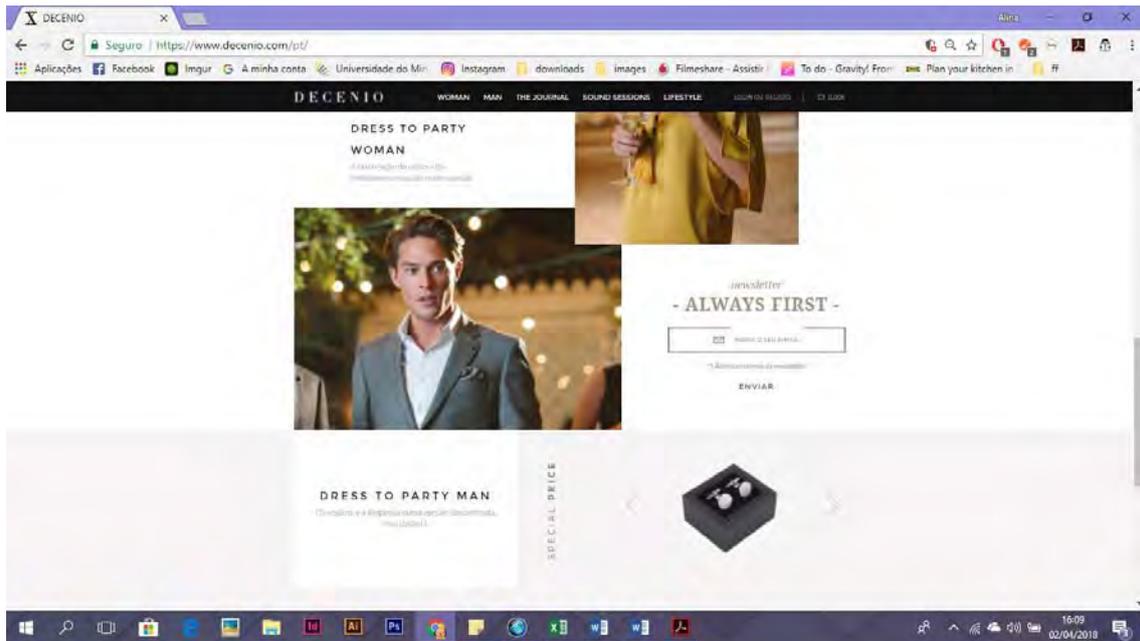
## 1-Página inicial

### 1.1- Barra de menu

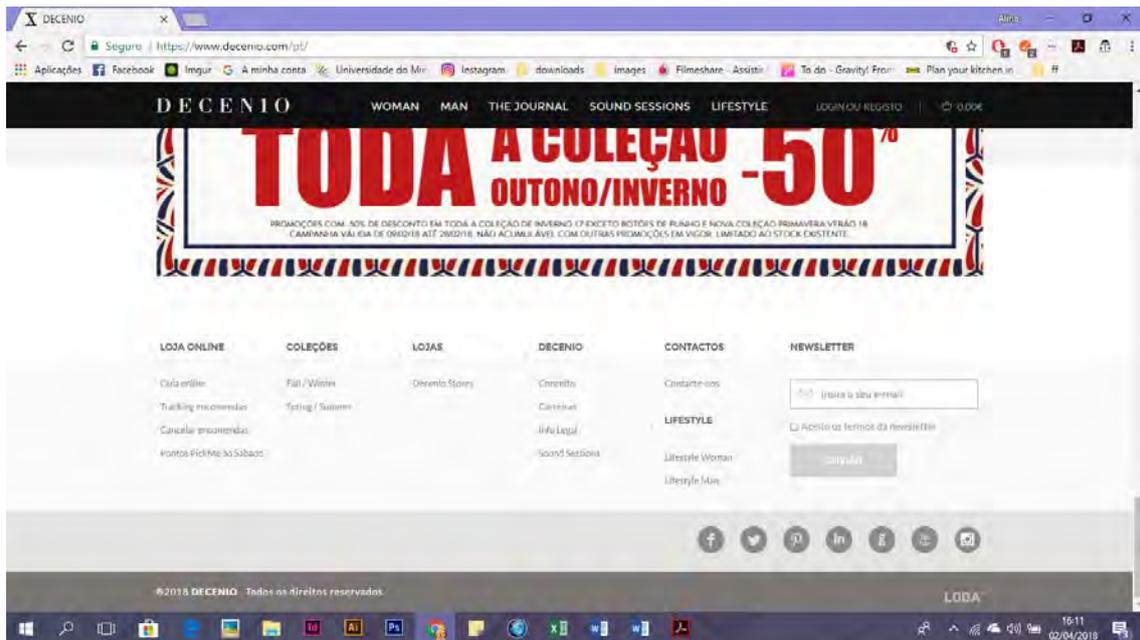


### 1.2- Corpo

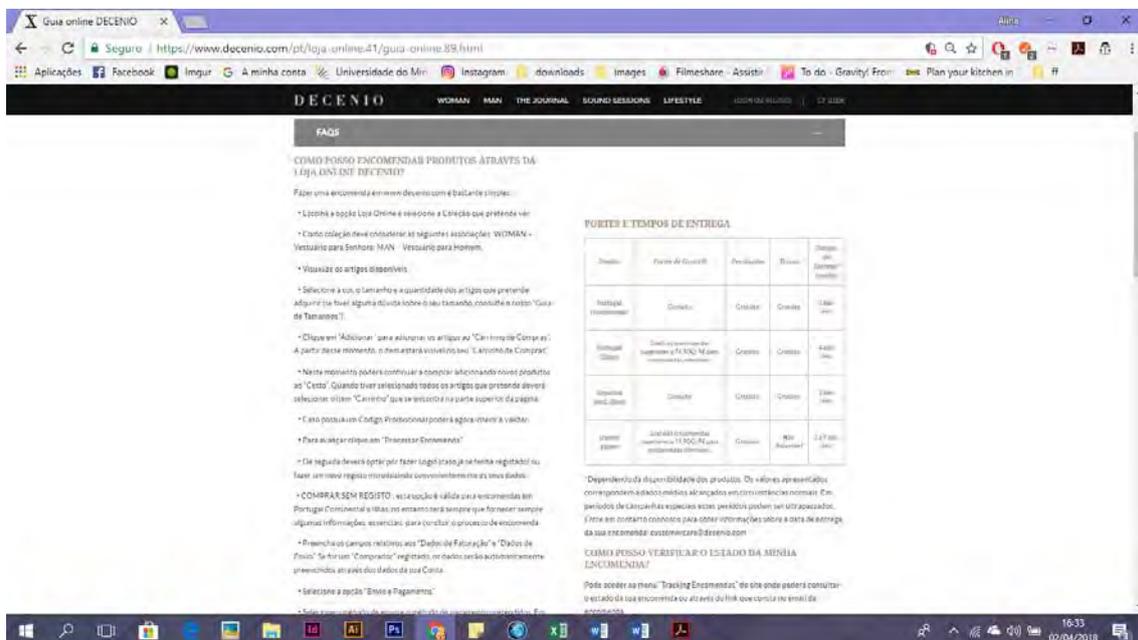
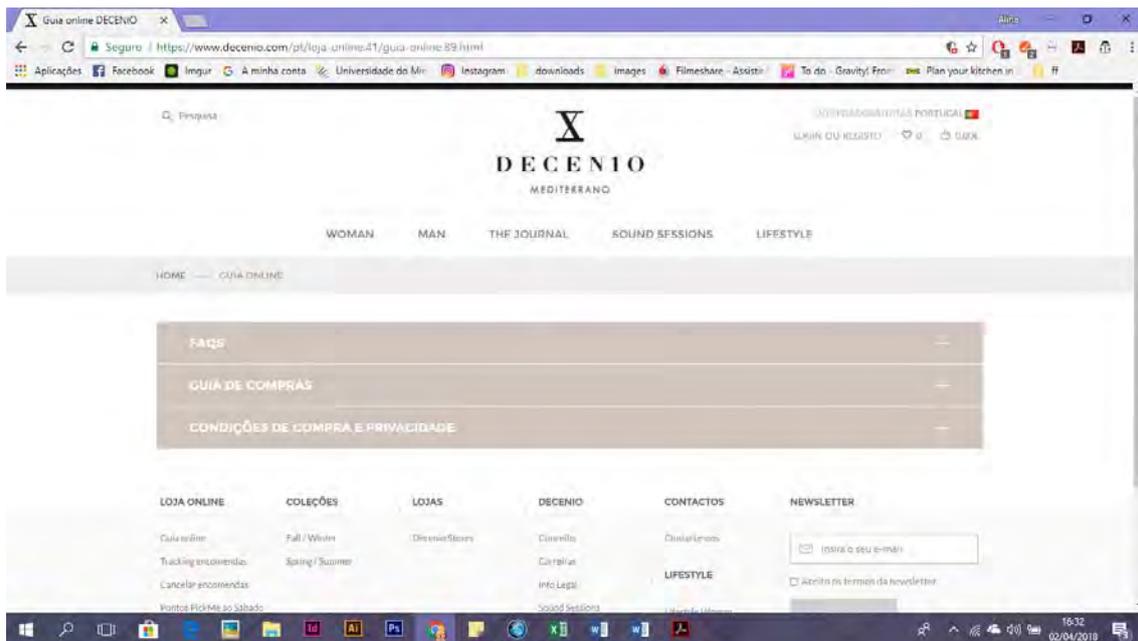




### 1.3- Barra Final



### 1.3.1- Guia online



## HOMEGUIA ONLINE

### FAQS

#### COMO POSSO ENCOMENDAR PRODUTOS ATRAVÉS DA LOJA ONLINE DECENIO?

Fazer uma encomenda em [www.decenio.com](http://www.decenio.com) é bastante simples:

- Escolha a opção Loja Online e selecione a Coleção que pretende ver.
- Como coleção deve considerar as seguintes associações: WOMAN – Vestuário para Senhora; MAN – Vestuário para Homem.
- Visualize os artigos disponíveis.

- Selecione a cor, o tamanho e a quantidade dos artigos que pretende adquirir (se tiver alguma dúvida sobre o seu tamanho, consulte o nosso “Guia de Tamanhos”).
- Clique em “Adicionar” para adicionar os artigos ao “Carrinho de Compras”. A partir desse momento, o item estará visível no seu “Carrinho de Compras”.
- Neste momento poderá continuar a comprar adicionando novos produtos ao “Cesto”. Quando tiver selecionado todos os artigos que pretende deverá selecionar o item “Carrinho” que se encontra na parte superior da página.
- Caso possua um Código Promocional poderá agora inserir e validar.
- Para avançar clique em “Processar Encomenda”.
- De seguida deverá optar por fazer Login (caso já se tenha registado) ou fazer um novo registo introduzindo convenientemente os seus dados.
- **COMPRAR SEM REGISTO** : esta opção é válida para encomendas em Portugal Continental e Ilhas, no entanto terá sempre que fornecer sempre algumas informações essenciais para concluir o processo de encomenda.
- Preencha os campos relativos aos “Dados de Faturação” e “Dados de Envio”. Se for um “Comprador” registado, os dados serão automaticamente preenchidos através dos dados da sua Conta.
- Selecione a opção “Envio e Pagamento”.
- Selecione o método de envio e o método de pagamento pretendidos. Em seguida, selecione a opção “Resumo da Encomenda”.
- Irá visualizar um resumo da sua encomenda podendo alterar os seus dados, opção de envio e método de pagamento.
- Após confirmação dos dados apresentados, selecione a opção “Concluir Encomenda”.
- Receberá agora um email com a confirmação dos dados da encomenda onde constam também os dados para pagamento.

Sugerimos que guarde os dados da encomenda para referência futura.

Ao confirmar os dados da encomenda está a aceitar as condições gerais de venda, assim como outras condições existentes em [www.decenio.com](http://www.decenio.com).

**POSSO OBTER UM PRODUTO QUE NÃO ESTÁ DISPONÍVEL NA COR/TAMANHO QUE PRETENDO?**

Se esse produto aparecer listado e não tiver o tamanho que pretende poderá enviar um email para [customercare@decenio.com](mailto:customercare@decenio.com).

Caso o produto não esteja listado envie por favor um email para [customercare@decenio.com](mailto:customercare@decenio.com)

Tudo faremos para encontrar o produto na cor e tamanho que pretende.

**QUAIS SÃO OS MÉTODOS DE PAGAMENTO DISPONÍVEIS?**

Poderá efetuar o pagamento das suas encomendas através de Cartão de Crédito, PayPal e Referência Multibanco.

Pagamento com Cartão de Crédito: Visa, MasterCard, American Express, Maestro e Discover.

Pagamento por PayPal: se optar por pagamento por PayPal, uma vez no Carrinho de Compras será redirecionado para a página de login do PayPal onde, após entrar na sua conta, deve concluir o pagamento. Caso não tenha uma conta PayPal, pode proceder à abertura de uma conta e, de seguida, concluir a sua encomenda.

Pagamento por Multibanco: O pagamento deve ser feito a partir de um banco em Portugal ou através do Netbanking, devendo o montante total ser igual ao valor da encomenda. Eventuais custos inerentes à realização do pagamento serão suportados pelo comprador – geralmente o pagamento por referência em multibanco ou netbanking é gratuito. O pagamento deverá ser rececionado pela Decenio no prazo máximo de 3 dias de calendário, a contar da data da aceitação da encomenda para desta forma tentar assegurar com maior fiabilidade a existência de stock do(s) artigo(s) encomendado(s). Considerar-se-á a encomenda válida após a confirmação do pagamento.

#### QUAIS SÃO OS PAÍSES ONDE POSSO COMPRAR E RECEBER ENCOMENDAS?

Atualmente é possível comprar produtos em Portugal Continental e Ilhas, Alemanha, Áustria, Espanha (não inclui ilhas), Estónia, Finlândia, França, Grécia, Holanda, Irlanda, Itália, Letónia, Lituânia, Luxemburgo, Monaco, Bélgica, Eslováquia, Eslovénia, Polónia, Reino Unido, República Checa, Dinamarca, Hungria, Bulgária, Roménia, Suécia e Lichtenstein.

#### POSSO USAR O TAX FREE EM COMPRAS ONLINE?

Sim, o Tax Free está disponível na nossa loja online. Caso resida num país fora a União Europeia poderá usufruir do Tax Free nas suas compras online Decenio. Após ter realizado a encomenda na nossa loja online informe-nos de que pretende usufruir deste serviço. Registaremos e enviaremos o comprovativo a apresentar nos serviços alfandegários.

#### COMO SE PROCESSAM AS ENTREGAS, QUAIS OS PRAZOS E CUSTOS?

Para mais informação sobre Receção de Encomendas visite: Guia de Compras/ Receção de Encomendas

#### O QUE SÃO OS PONTOS PICKME CHRONOPOST?

Para mais informação sobre Pontos PickMe visite: Guia de Compras/ Receção de Encomendas

#### PORTES E TEMPOS DE ENTREGA

Destino	Portes de Envio(€)	Devoluções	Trocas	Tempos de Entrega* (média)
---------	--------------------	------------	--------	----------------------------

Portugal (Continental)	Gratuito	Gratuito	Gratuito	3 dias úteis
------------------------	----------	----------	----------	--------------

Portugal (Ilhas)	Gratuito (encomendas superiores a 74,90€); 9€ para encomendas inferiores.	Gratuito	Gratuito	4 dias úteis
------------------	---	----------	----------	--------------

Espanha (excl. ilhas)	Gratuito	Gratuito	Gratuito	3 dias úteis
-----------------------	----------	----------	----------	--------------

Outros países Gratuito (encomendas superiores a 74,90€); 9€ para encomendas inferiores.  
Gratuito Não disponível 3 a 7 dias úteis

\*Dependendo da disponibilidade dos produtos. Os valores apresentados correspondem a dados médios alcançados em circunstâncias normais. Em períodos de campanhas especiais estes períodos podem ser ultrapassados. Entre em contacto connosco para obter informações sobre a data de entrega da sua encomenda: [customercare@decenio.com](mailto:customercare@decenio.com)

#### COMO POSSO VERIFICAR O ESTADO DA MINHA ENCOMENDA?

Pode aceder ao menu “Tracking Encomendas” do site onde poderá consultar o estado da sua encomenda ou através do link que consta no email da encomenda.

No dia em que a sua encomenda é expedida das nossas instalações, irá receber um email de confirmação. Após a receção deste email, é previsível que receba a sua encomenda no dia útil seguinte para entregas em Portugal (Continental) e entre dois a três dias úteis para entregas na Madeira e Açores.

#### COMO POSSO DEVOLVER/ TROCAR UMA ENCOMENDA?

Se por qualquer motivo o “Comprador” não estiver satisfeito com os produtos que encomendou, pode proceder à sua devolução/ troca, no prazo de 15 dias de calendário após a receção da encomenda desde que:

- Os produtos não tenham sido lavados ou utilizados. Excetuando os casos em que o produto contém informação em contrário, o “Comprador” tem o direito a experimentar as roupas e os sapatos para testar o tamanho e a forma mas não os pode usar.
- O produto mantenha as suas características originais e a embalagem não esteja danificada (as embalagens abertas cuidadosamente não serão consideradas danificadas);
- O produto esteja completo (ex. ambos os itens de um par têm que ser devolvidos);

Não pode devolver:

- Produtos que tenham sido adulterados e cuja etiqueta de identificação esteja danificada.

A troca de produtos é possível para encomendas realizadas em Portugal (Continental e Ilhas).

O “Comprador” pode fazê-lo através do preenchimento do “Formulário de Devolução/Troca” que acompanha a encomenda, ou preenchendo o formulário online disponível na sua “Área de Cliente”. A troca pode verificar-se pelo mesmo produto noutra tamanho, cor ou por outra referência distinta, desde que o valor dos produtos a trocar seja o mesmo. A troca carece sempre de confirmação parte da DECENIO.

Se decidir proceder à devolução/troca da sua encomenda poderá endereçar o envio para a morada: Decenio - Departamento Online, Avenida 1º de Maio Nº1666, 4485-105 Fajozes, Vila do Conde, Portugal. Deve anexar o formulário de devolução/troca devidamente preenchido e uma cópia da fatura original aos artigos a devolver.

Pode optar também por solicitar-nos recolha numa determinada morada. Para tal, é necessário que preencha o Formulário de Devolução Online na sua área de cliente e que o submeta. Deve

fazer uma impressão deste formulário e anexá-la aos artigos a devolver. Posteriormente iremos contactá-lo, confirmando a data da recolha da encomenda. A recolha deverá ser feita no mesmo país onde a encomenda foi rececionada.

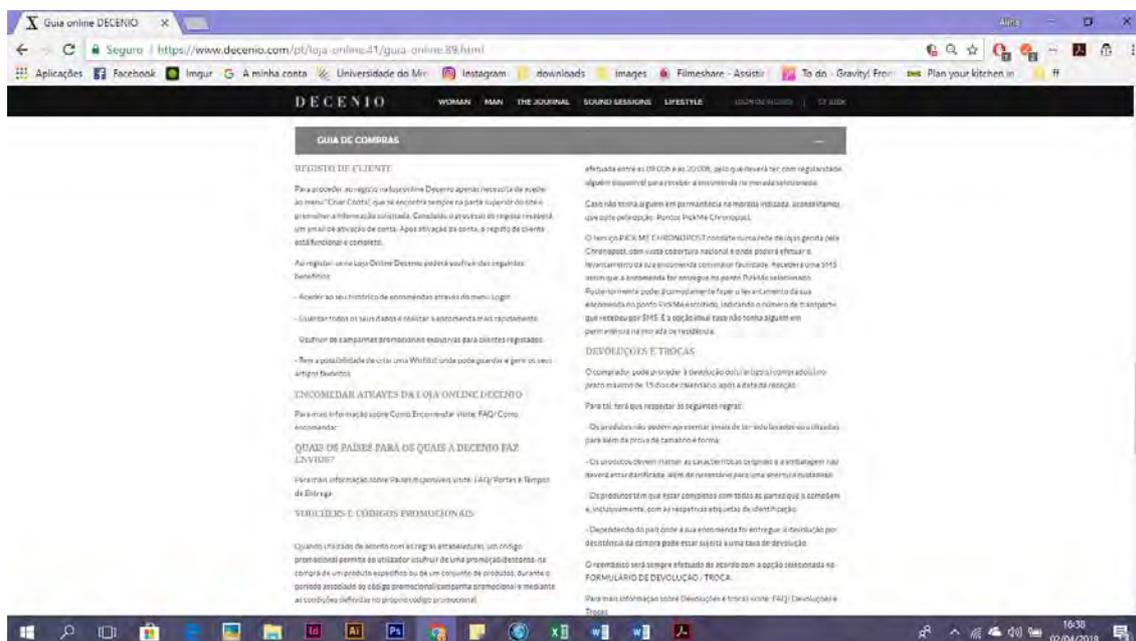
Entrega da caixa de devolução numa Loja Decenio (ver lojas disponíveis no formulário de devolução entregue juntamente com a encomenda) – poderá entregar a caixa com o(s) artigo(s) a devolver ou trocar numa das nossas lojas disponíveis. Dentro da caixa, para além do(s) produto(s) deverá juntar o formulário de devolução preenchido e uma cópia da fatura original.

## POSSO CANCELAR UMA ENCOMENDA AINDA NÃO PAGA?

O “Comprador” pode cancelar a sua encomenda no menu “Cancelar Encomendas” no site. Esta funcionalidade apenas é possível para encomendas que ainda não tenham sido pagas. Neste menu o “Comprador” deverá inserir o número da encomenda e o email associado a esta, no passo seguinte deverá confirmar o cancelamento da encomenda, e por fim irá receber um alerta de que a encomenda foi cancelada com sucesso e um email a confirmar o cancelamento.

## COMO POSSO CONTACTAR O DEPARTAMENTO ONLINE?

O Serviço de Apoio ao Cliente da loja online Decenio é um serviço de apoio a todos os clientes cuja finalidade é a prestação de informações e esclarecimento de dúvidas. Estamos também sempre recetivos a sugestões dos nossos clientes para melhorar os nossos serviços. Para o fazer, deverá enviar-nos um email para: [customercare@decenio.com](mailto:customercare@decenio.com)



## GUIA DE COMPRAS

### REGISTO DE CLIENTE

Para proceder ao registo na loja online Decenio apenas necessita de aceder ao menu “Criar Conta”, que se encontra sempre na parte superior do site e preencher a informação solicitada. Concluído o processo de registo receberá um email de ativação de conta. Após ativação da conta, o registo de cliente está funcional e completo.

Ao registar-se na Loja Online Decenio poderá usufruir dos seguintes benefícios:

- Aceder ao seu histórico de encomendas através do menu Login;
- Guardar todos os seus dados e realizar a encomenda mais rapidamente.
- Usufruir de campanhas promocionais exclusivas para clientes registados.
- Tem a possibilidade de criar uma Wishlist onde pode guardar e gerir os seus artigos favoritos.

#### ENCOMEDAR ATRAVÉS DA LOJA ONLINE DECENIO

Para mais informação sobre Como Encomendar visite: [FAQ/ Como encomendar](#)

#### QUAIS OS PAÍSES PARA OS QUAIS A DECENIO FAZ ENVIOS?

Para mais informação sobre Países disponíveis visite: [FAQ/ Portes e Tempos de Entrega](#)

#### VOUCHERS E CÓDIGOS PROMOCIONAIS

Quando utilizado de acordo com as regras estabelecidas, um código promocional permite ao utilizador usufruir de uma promoção/desconto, na compra de um produto específico ou de um conjunto de produtos, durante o período associado ao código promocional/campanha promocional e mediante as condições definidas no próprio código promocional.

Não é permitida a venda, a troca ou a doação de um código promocional. O “Comprador” portador do código promocional, não pode carregar ou disponibilizar um código promocional em qualquer website ou outra forma pública de oferta, doação, venda ou troca. Não é permitida a utilização de códigos promocionais para fins comerciais.

Não é permitida a utilização do código promocional em conexão com outra marca, empresa ou nome. Não é igualmente permitida a utilização do código promocional de forma ilegal, abusiva ou desrespeitosa, bem como em qualquer outra forma que possa prejudicar a reputação da DECENIO

A utilização do código promocional está condicionada apenas a uma utilização por encomenda.

Os códigos promocionais não são acumuláveis com quaisquer outras promoções ou ofertas especiais, exceto se claramente especificado, nem são trocáveis/cambiáveis por dinheiro.

A DECENIO não tem qualquer obrigação para reeditar ou restituir códigos promocionais

Sem prejuízo de quaisquer outros direitos, a DECENIO tem o direito de invalidar de forma imediata um código promocional perante a suspeita de que este está a ser utilizado: com violação dos pressupostos acima mencionados, por usurpação, ou em outros casos em que a DECENIO tenha motivos para proceder dessa forma.

#### MÉTODOS DE PAGAMENTO

Para mais informação sobre Métodos de pagamento: [FAQ/ Métodos de pagamento](#)

#### QUAL O CUSTO DA ENTREGA?

Para mais informação sobre Custo da entrega visite: [FAQ/ Prazos e custos](#)

#### RECEÇÃO DE ENCOMENDAS

Pode receber a sua encomenda num endereço da sua preferência nos países disponíveis para entrega.

Para encomendas em Portugal pode escolher receber a sua encomenda numa morada (habitação, local de trabalho, casa de familiar, etc) ou num ponto PickMe.

Tendo selecionado entrega ao Domicílio, após a expedição, receberá uma SMS de confirmação de envio com um número de Tracking. Através deste número poderá a qualquer altura consultar o estado do envio na página web da empresa transportadora. No dia útil seguinte à receção dessa SMS, receberá a sua encomenda na morada que indicou. Ao selecionar esta opção, tenha em atenção que a entrega da encomenda na morada indicada será efetuada entre as 09:00h e as 20:00h, pelo que deverá ter, com regularidade, alguém disponível para receber a encomenda na morada selecionada.

Caso não tenha alguém em permanência na morada indicada, aconselhamos que opte pela opção: Pontos PickMe Chronopost.

O serviço PICK ME CHRONOPOST consiste numa rede de lojas gerida pela Chronopost, com vasta cobertura nacional e onde poderá efetuar o levantamento da sua encomenda com maior facilidade. Receberá uma SMS assim que a encomenda for entregue no ponto PickMe selecionado. Posteriormente poderá comodamente fazer o levantamento da sua encomenda no ponto PickMe escolhido, indicando o número de transporte que recebeu por SMS. É a opção ideal caso não tenha alguém em permanência na morada de residência.

## DEVOLUÇÕES E TROCAS

O comprador pode proceder à devolução do(s) artigo(s) comprado(s) no prazo máximo de 15 dias de calendário, após a data da receção.

Para tal, terá que respeitar as seguintes regras:

- Os produtos não podem apresentar sinais de ter sido lavados ou utilizados para além da prova de tamanho e forma;
- Os produtos devem manter as características originais e a embalagem não deverá estar danificada, além do necessário para uma abertura cuidadosa;
- Os produtos têm que estar completos com todas as partes que o compõem e, inclusivamente, com as respetivas etiquetas de identificação.
- Dependendo do país onde a sua encomenda foi entregue, a devolução por desistência da compra pode estar sujeita a uma taxa de devolução.

O reembolso será sempre efetuado de acordo com a opção selecionada no FORMULÁRIO DE DEVOLUÇÃO / TROCA.

Para mais informação sobre Devoluções e trocas visite: [FAQ/ Devoluções e Trocas](#)

**POSSO DEVOLVER PRODUTOS QUE NÃO FORAM COMPRADOS NA LOJA ONLINE?**

Não. Só são aceites devoluções de artigos comprados na Loja Online Decenio.

## ENVIAR UM PRESENTE DECENIO

Para enviar um presente DECENIO basta selecionar o produto desejado e informar como morada de entrega a morada da pessoa a quem o pretende oferecer. Caso pretenda, poderá informar-nos através do email [customercare@decenio.com](mailto:customercare@decenio.com) algum cuidado especial a ter com a encomenda, como por exemplo seguir sem a fatura original ou retirarmos o preço do produto.

## EXISTEM DIFERENÇAS DE PREÇOS ENTRE OS PRODUTOS DA LOJA ONLINE E DAS LOJAS FÍSICAS?

Em regra, os produtos Decenio têm o mesmo preço de venda, na Loja Online e nas Lojas Físicas.

Contudo, por uma questão de política comercial, poderão ocasionalmente ocorrer diferenças de preço. No entanto, o preço indicado na loja online é sempre o preço válido e aplicável na venda online.

## PODERÁ HAVER UMA REDUÇÃO DE PREÇO APÓS A MINHA COMPRA?

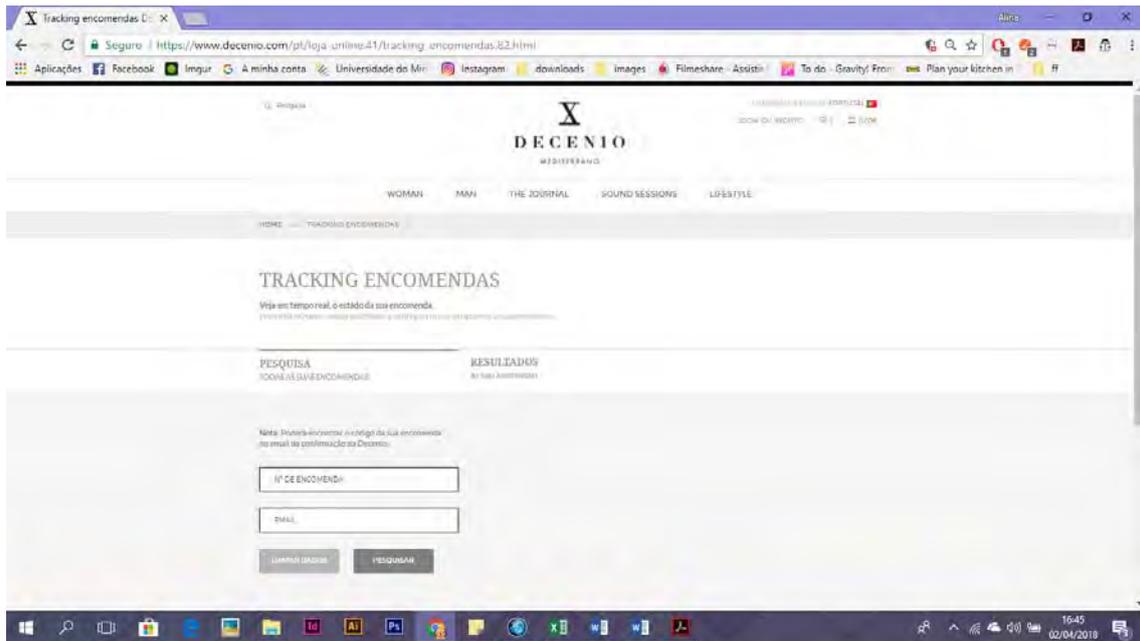
Sim. Por uma questão de política comercial, a qualquer altura a Decenio poderá efetuar reduções de preço em determinados produtos. No entanto, o preço praticado será sempre aquele que vigora no momento da compra.

## QUALIDADE E GARANTIA

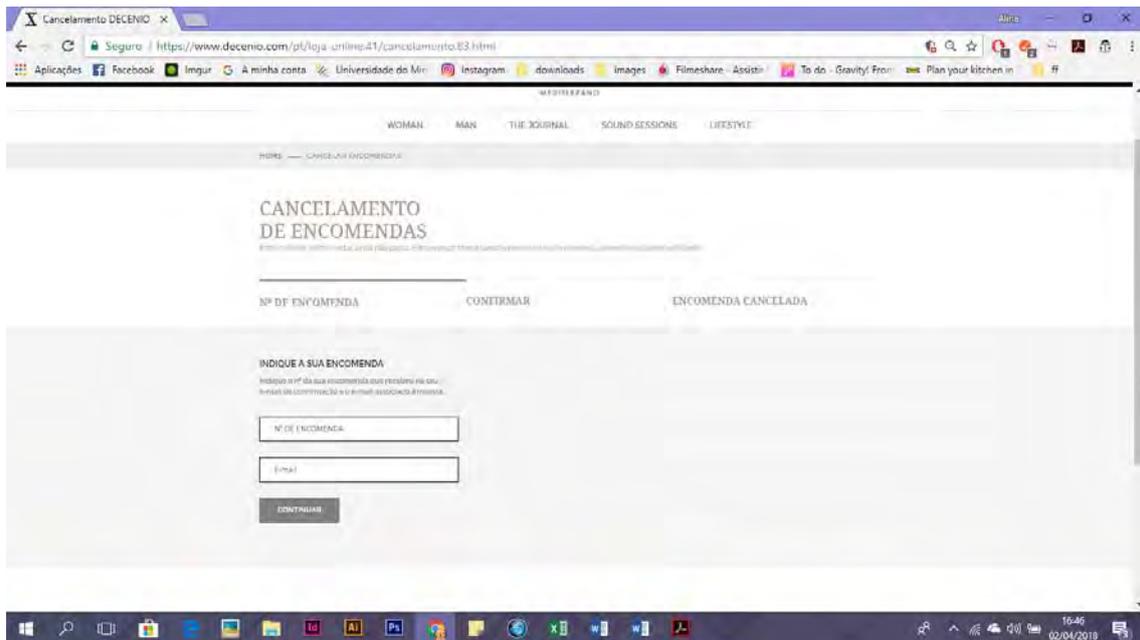
A DECENIO não vende em [www.decenio.com](http://www.decenio.com) produtos em segunda mão, com defeito ou de qualidade inferior aos padrões de qualidade da Decenio existentes no mercado. As principais características de cada produto exibido em [www.decenio.com](http://www.decenio.com) encontram-se em cada página de produto, salvo erro de transcrição. Os produtos oferecidos para venda no site podem não corresponder exatamente ao vestuário real em termos de imagem e cores, devido ao navegador de Internet e monitor utilizados.

Todos os produtos têm uma etiqueta de identificação anexada. Não remova a etiqueta do produto caso queira devolver ou trocar o produto adquirido. Caso decida exercer o direito de devolução dos produtos comprados, a DECENIO tem o direito de não aceitar a devolução de produtos sem a etiqueta correspondente, ou que foram alterados em relação ao seu estado original, em que se denote utilização do mesmo ou produtos danificados.

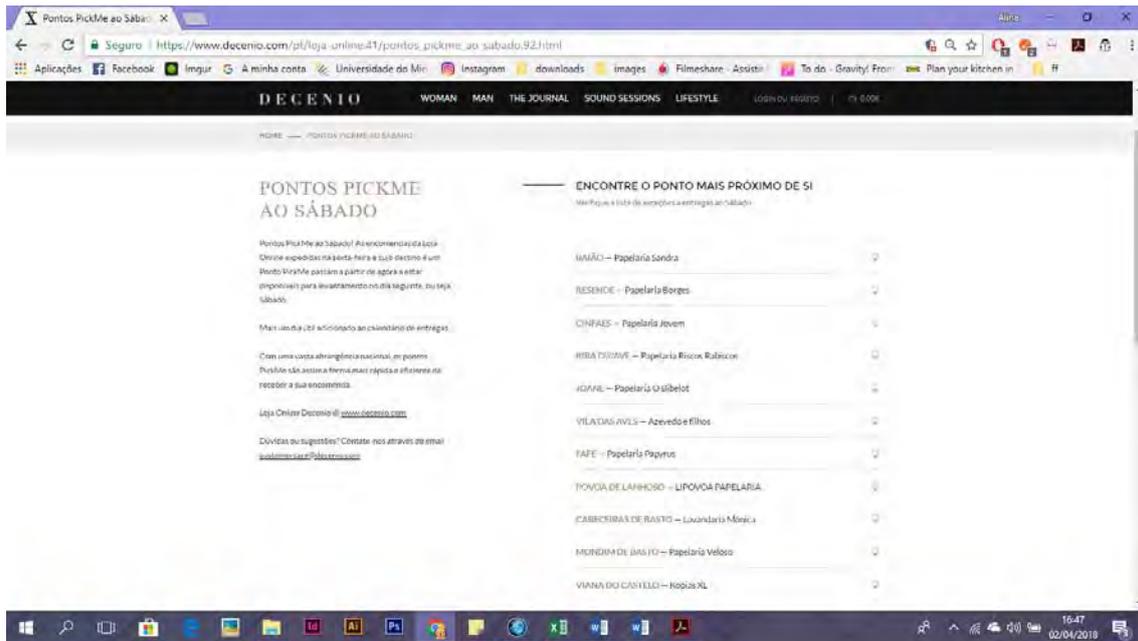
### 1.3.2- Tracking Encomendas



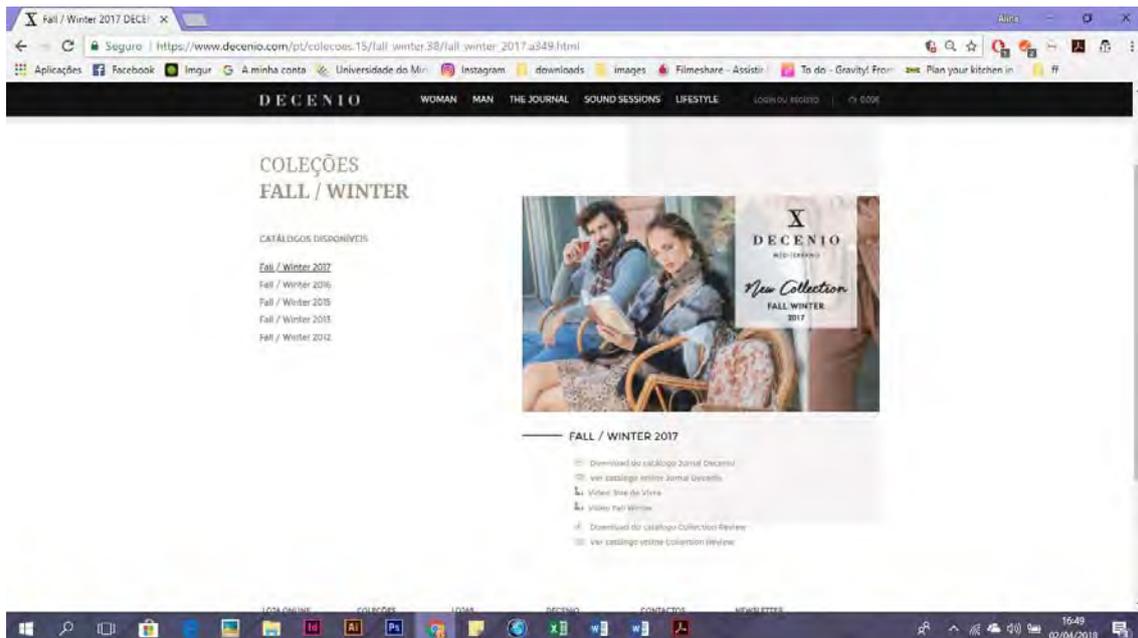
### 1.3.3- Cancelar Encomendas



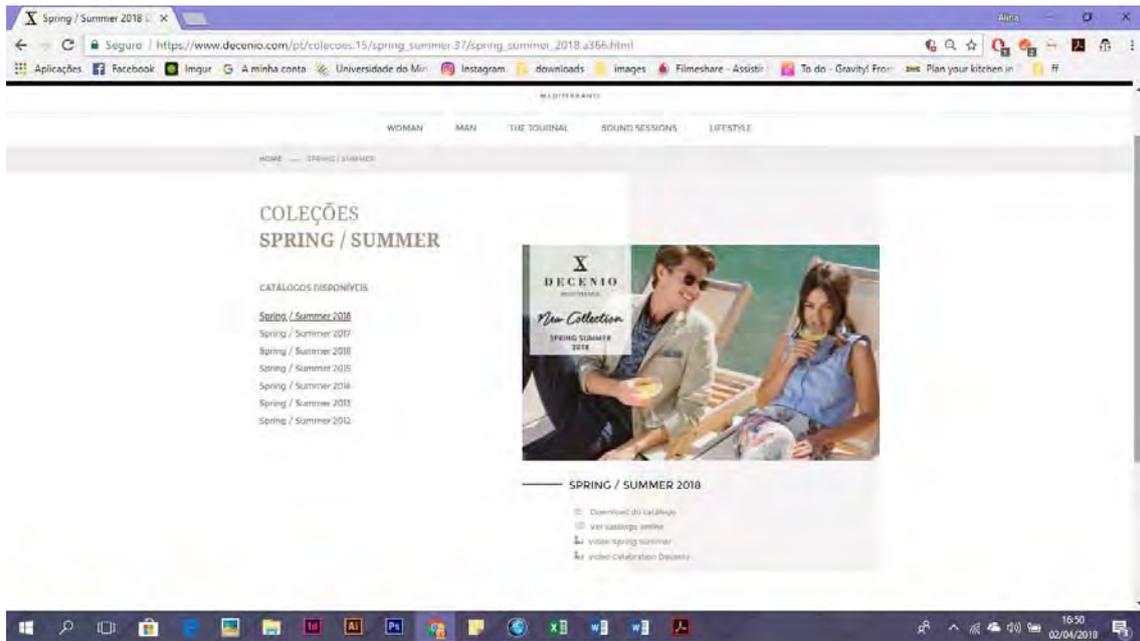
### 1.3.4- Pontos Pickme ao Sábado



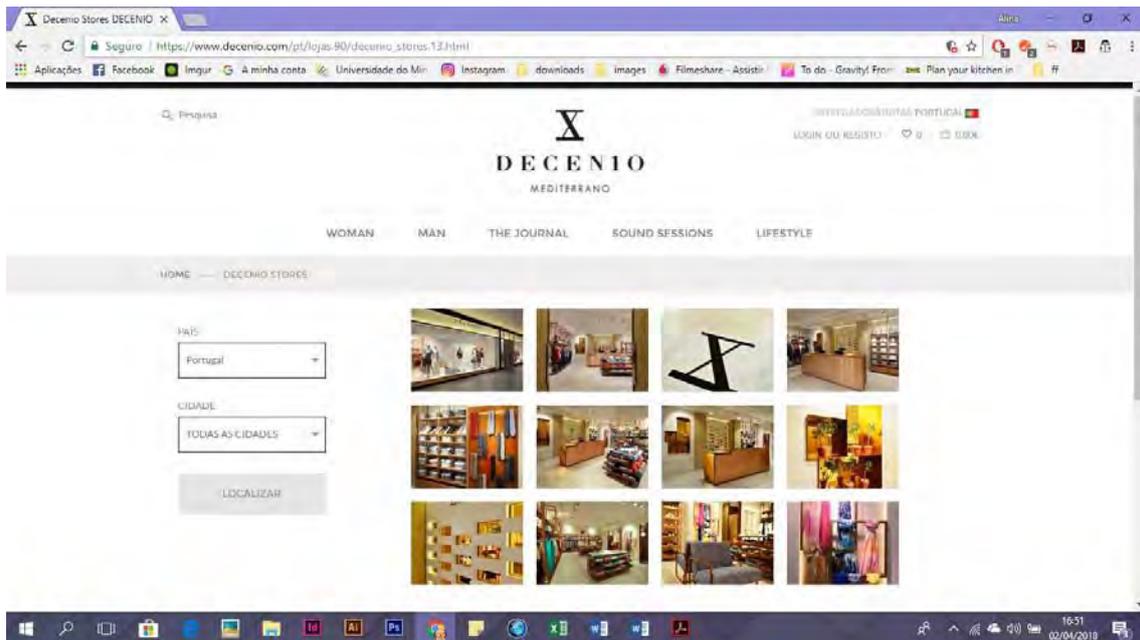
### 1.3.5- Coleções fall / winter



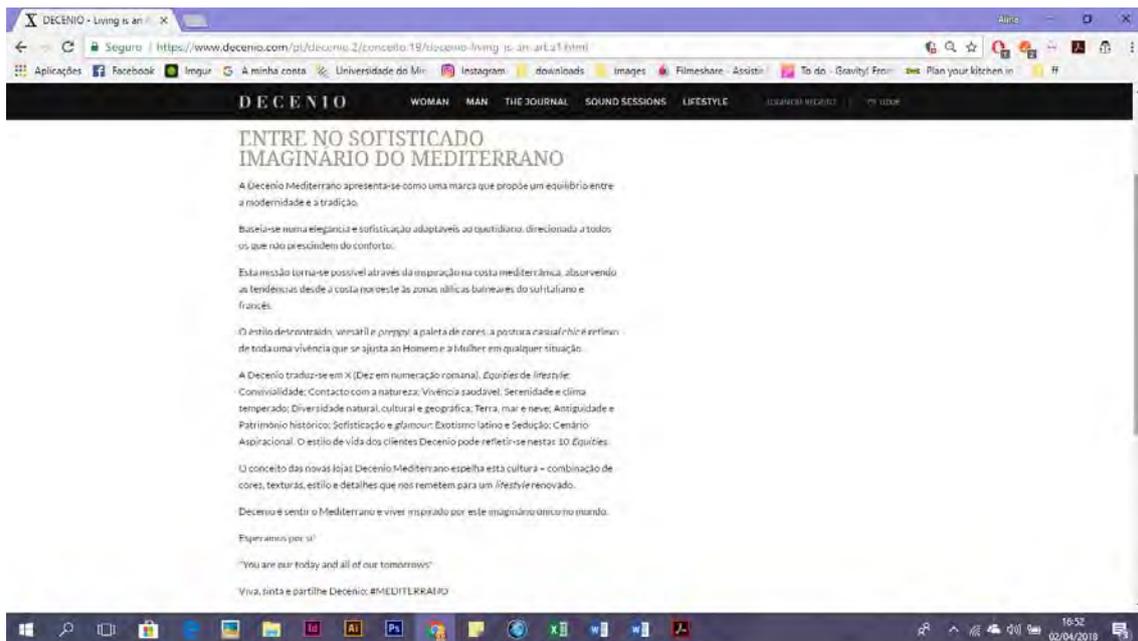
### 1.3.6- Coleções spring / summer



### 1.3.7- Decino Stores



### 1.3.8- Conceito



## ENTRE NO SOFISTICADO IMAGINÁRIO DO MEDITERRANO

A Decenio Mediterraneo apresenta-se como uma marca que propõe um equilíbrio entre a modernidade e a **tradição**.

Baseia-se numa elegância e sofisticação adaptáveis ao quotidiano, direcionada a todos os que não prescindem do conforto.

Esta missão torna-se possível através da inspiração na costa mediterrânica, absorvendo as tendências desde a costa noroeste às zonas idílicas balneares do sul italiano e francês.

O estilo descontraído, versátil e preppy, a paleta de cores, a postura casual chic é reflexo de toda uma vivência que se ajusta ao Homem e à Mulher em qualquer situação.

A Decenio traduz-se em X (Dez em numeração romana). Equities de lifestyle: Convivialidade; Contacto com a natureza; Vivência saudável; Serenidade e clima temperado; Diversidade natural, cultural e geográfica; Terra, mar e neve; Antiguidade e Património histórico; Sofisticação e glamour; Exotismo latino e Sedução; Cenário Aspiracional. O estilo de vida dos clientes Decenio pode refletir-se nestas 10 Equities.

O conceito das novas lojas Decenio Mediterraneo espelha esta cultura – combinação de cores, texturas, estilo e detalhes que nos remetem para um lifestyle renovado.

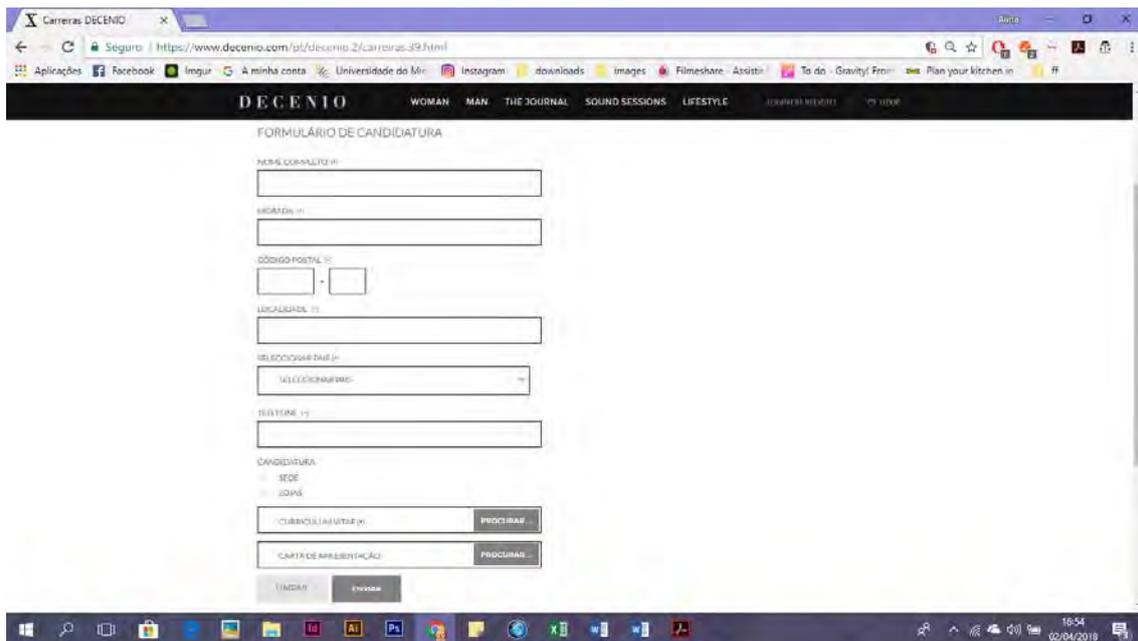
Decenio é sentir o Mediterraneo e viver inspirado por este imaginário único no mundo.

Esperamos por si!

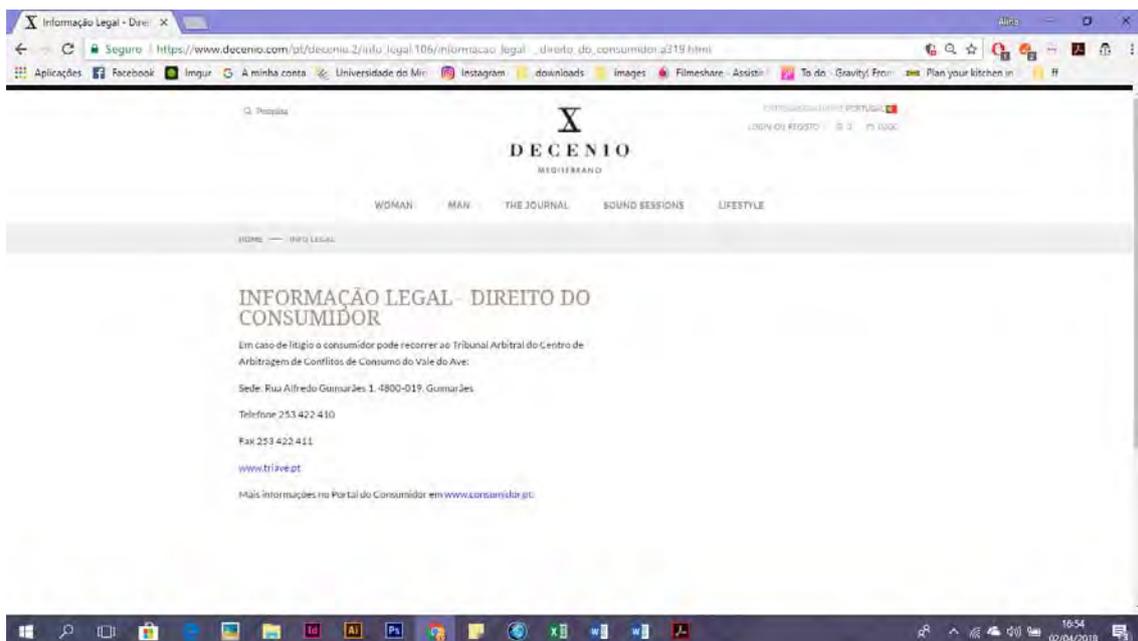
"You are our today and all of our tomorrows"

Viva, sinta e partilhe Decenio: #MEDITERRANO

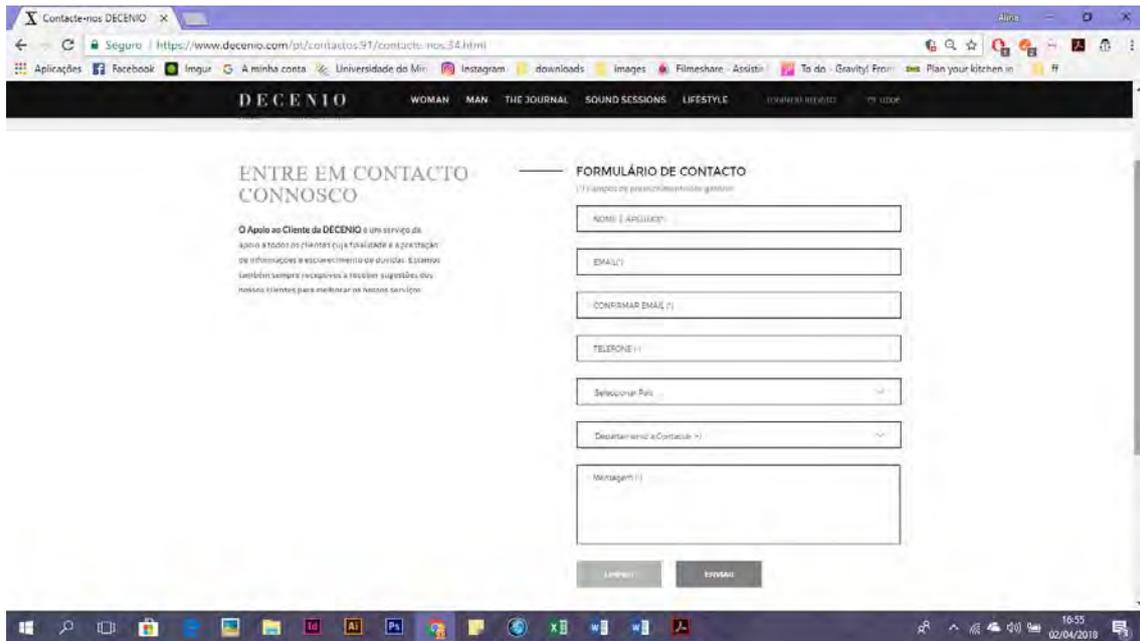
### 1.3.9- Carreiras



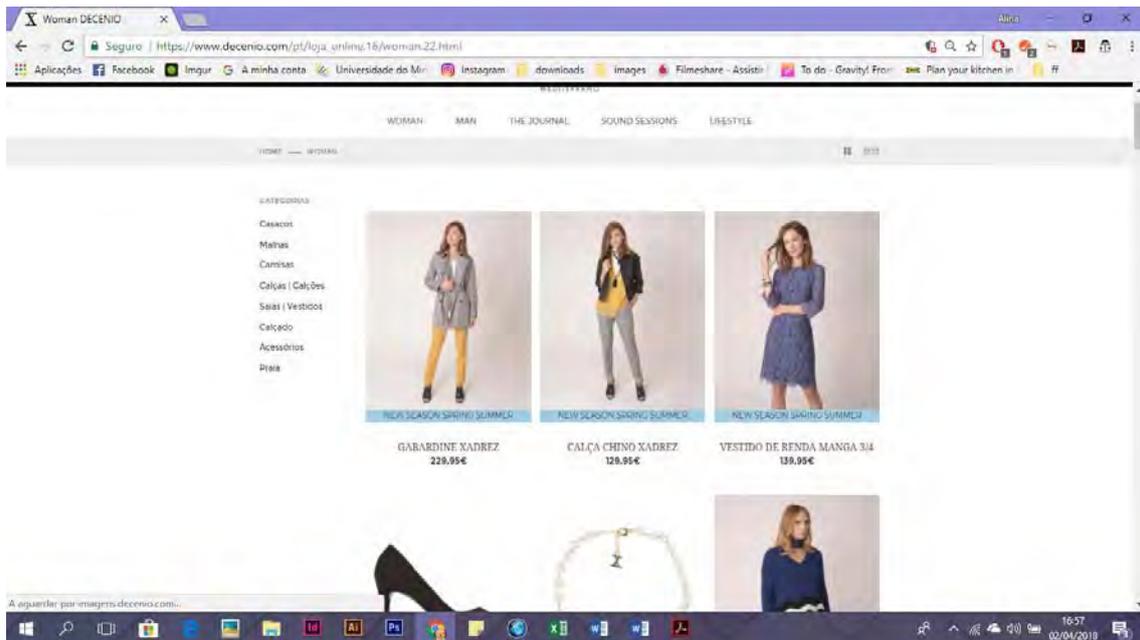
### 1.3.10- Info legal

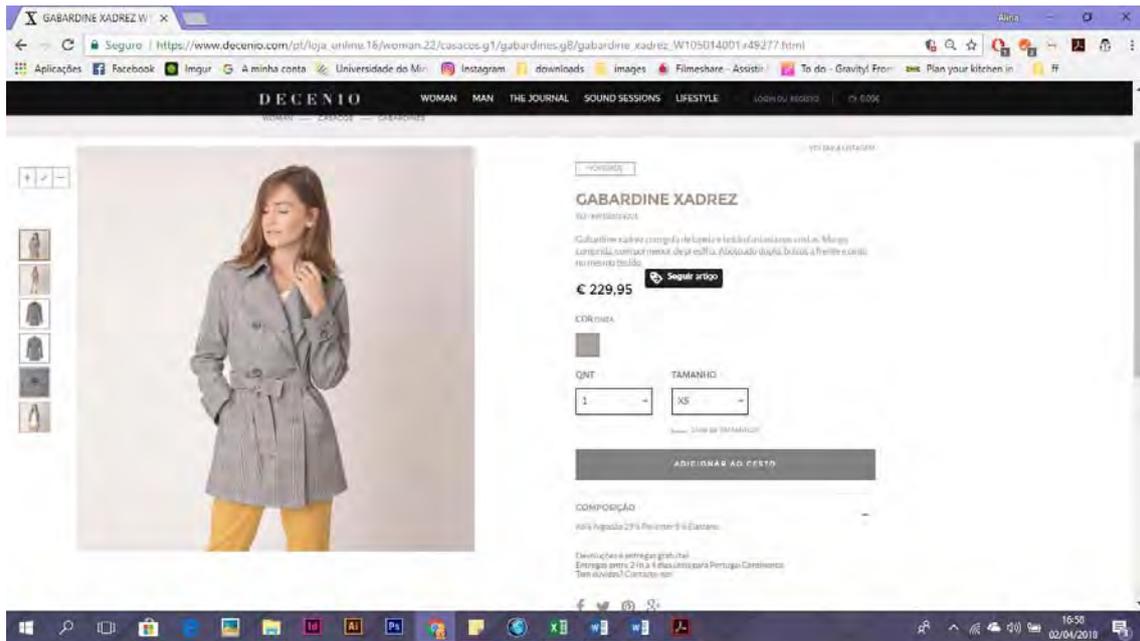


### 1.3.11- Contacte-nos

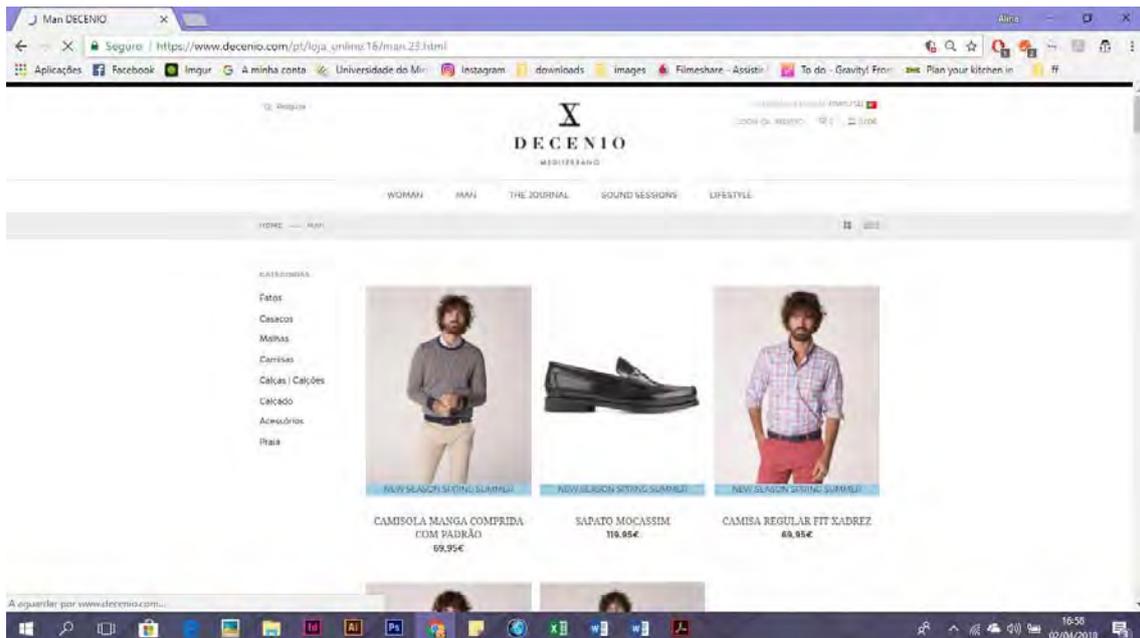


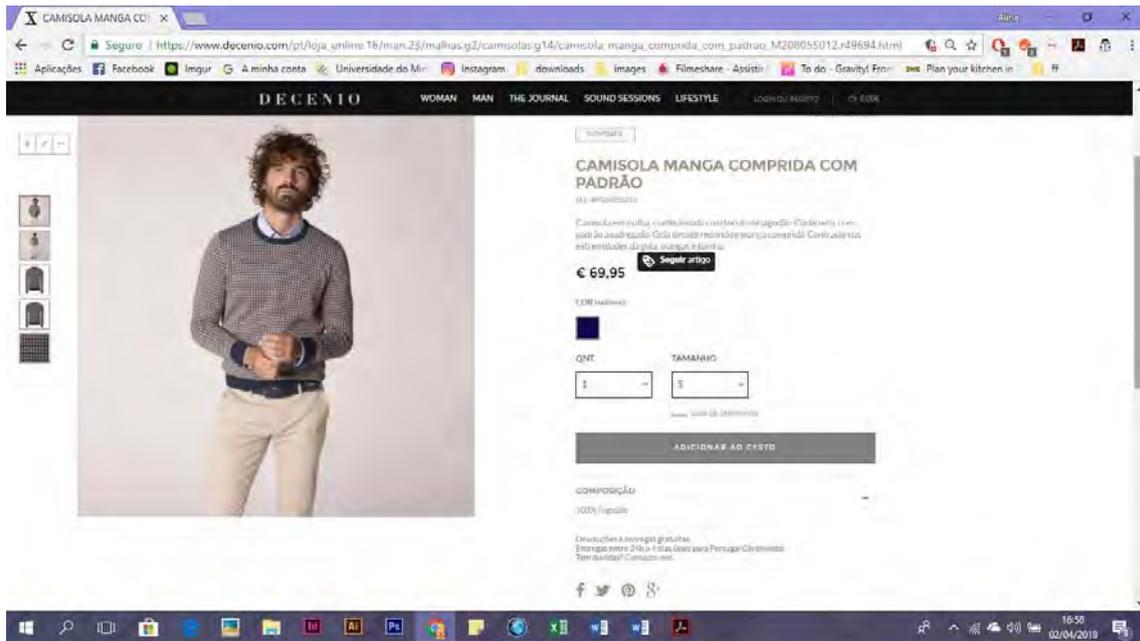
## 2- Sep. Woman



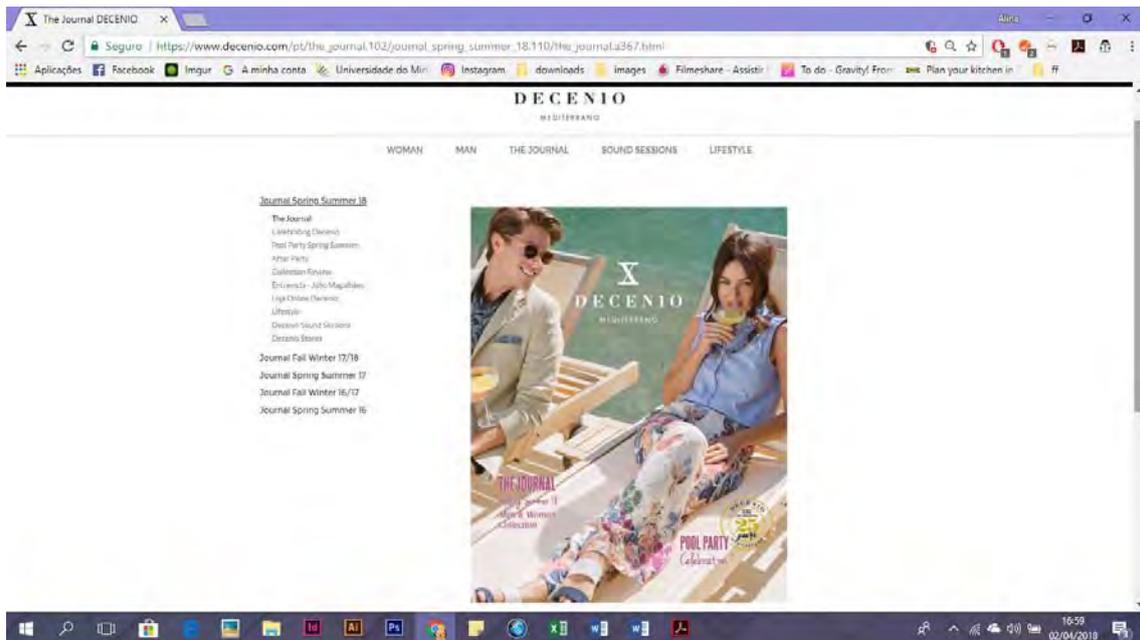


3- Sep. Man

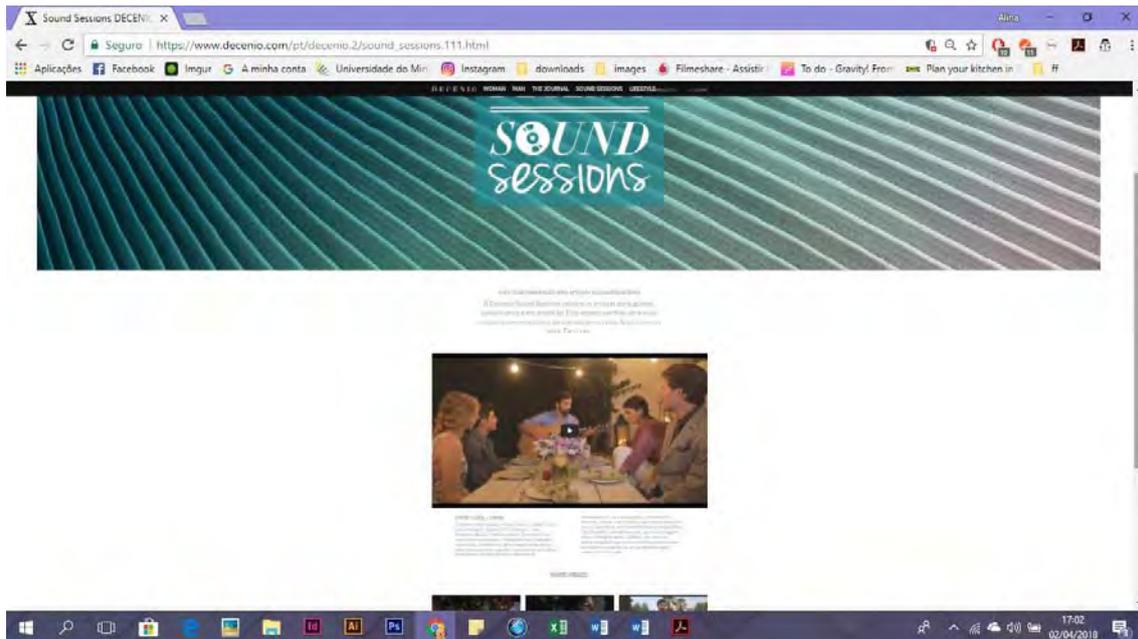




#### 4- Sep. The Journal



#### 5- Sep. Sound Sessions



## LIVE PERFORMANCES AND SPECIAL COLLABORATIONS

A Decenio Sound Sessions celebra os artistas portugueses, conceituados e em ascensão. Este espaço permite ver e ouvir colaborações especiais e apresentações ao vivo. Aqui, o tempo pára. Desfrute.

Valter Lobo | Oeste

A estreiar este espaço está o músico Valter Lobo, um cantautor, que em 2016 lançou o seu primeiro álbum, Mediterrâneo. Composto por nove temas originais compilados num trabalho concetual, o artista faz uma reaproximação ao calor humano e ao mundo, na busca de um clima mais ameno e apaziguador, despido de materialismo. Seis anos após o primeiro EP, Inverno, Valter Lobo mostra que está a explorar novos caminhos, em tom intimista e melancólico, “um trabalho de introspeção, agora em viagem para o Mediterrâneo”. Valter Lobo tem na guitarra acústica e na voz os instrumentos que permitem a criação de um ambiente muito especial e intimista.

## MORE VIDEOS

6- Sep. Lifestyle

6.1- Lifestyle Woman

Lifestyle Woman Printed

Seguro | https://www.decenio.com/pt/lifestyle.112/lifestyle\_woman.113/lifestyle\_woman\_printed.a378.html

WOMAN MAN THE JOURNAL SOUND SESSIONS LIFESTYLE

Lifestyle Woman  
Decenio Printed  
Bordeaux in style  
Di essa to work  
Lifestyle Man



**Decenio Printed**

Celebrando o passado, o presente e o futuro com os XV anos da Decenio, é assim que nos sentimos entre rios e rios. O modo de viver em formato de X é constantemente recriado

através da junção de novas cores e novidades e adaptando-o a diferentes tipos de produtos. Permitir-nos a criação de peças inspiradas que potenciam memórias rituais que as vemos, sentimo e partilham.

A aguardar por brasp.com.br...

Decenio Woman Bordeaux

Seguro | https://www.decenio.com/pt/lifestyle.112/lifestyle\_woman.113/decenio\_woman\_bordeaux.a379.html

DECENIO WOMAN MAN THE JOURNAL SOUND SESSIONS LIFESTYLE LOGADO REGISTO 0,00€

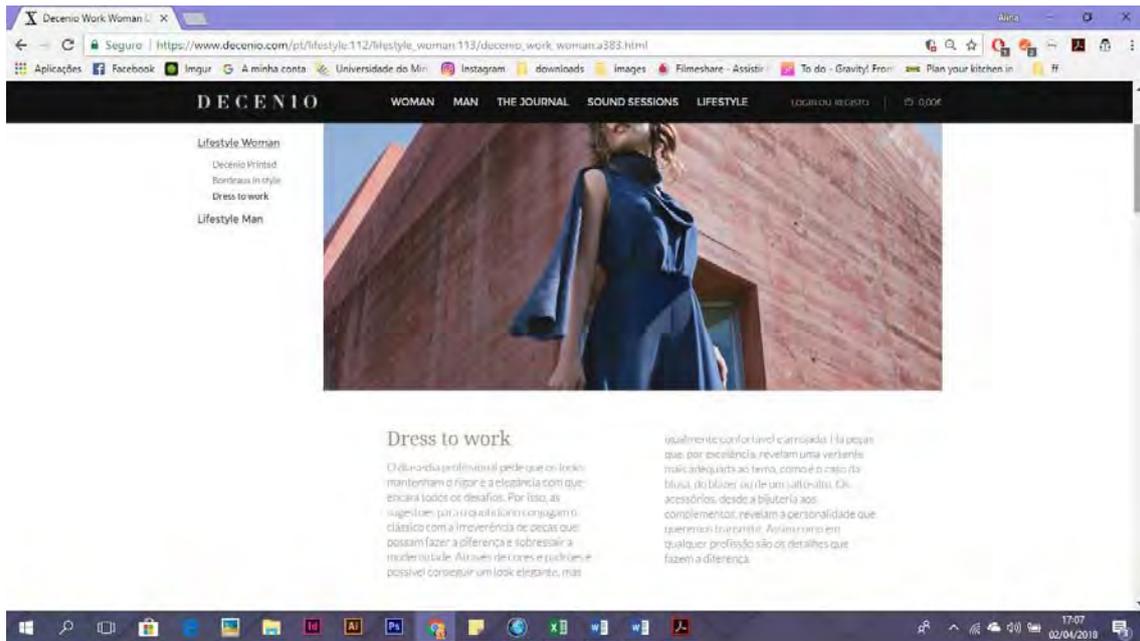
Lifestyle Woman  
Decenio Printed  
Bordeaux in style  
Di essa to work  
Lifestyle Man



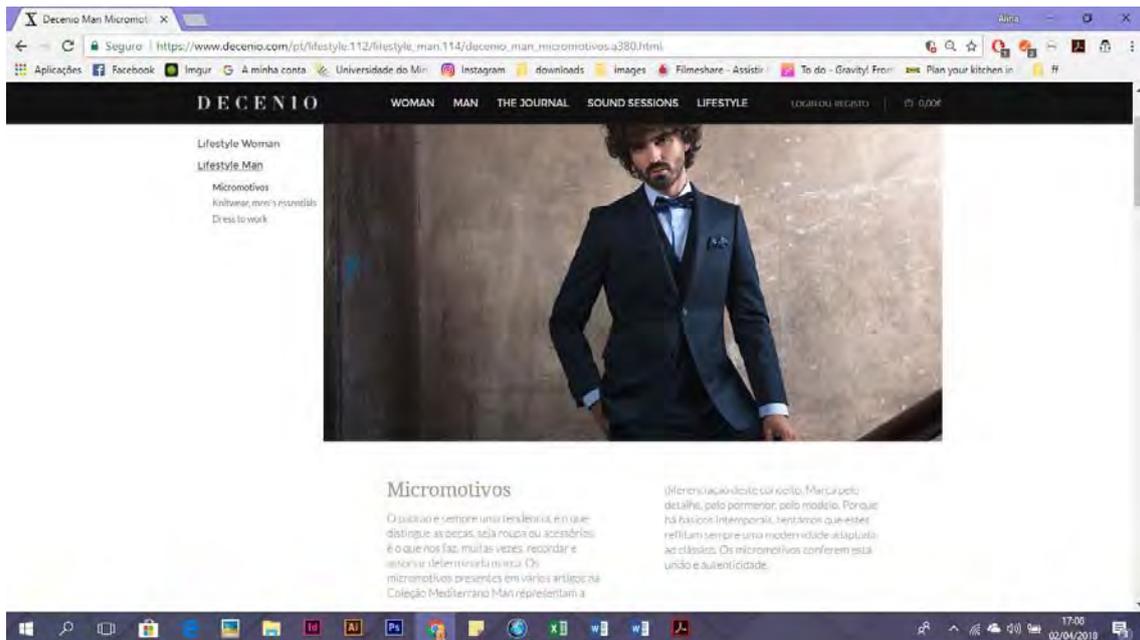
**Bordeaux in style**

O Bordeaux sempre revelou uma aposta no nível de qualidade de vida, mesmo em épocas mais frias, a entrada nas coleções de estações mais quentes. A cor do vinho de Bordeaux revela a sua forte personalidade e diferentes looks, mesmo quando a sua

presença se reflete apenas numa peça ou numa acessória. É isso que vem tornar esta colecção requinte e sofisticada, um look a qual se revelam mais sóbrios, enriquecidos com um toque de cor, e mais amigáveis através da conjugação com peças mais fortes.



## 6.2- Lifestyle Man



Decenio Man Knitwear

Seguro | https://www.decenio.com/pt/lifestyle/112/lifestyle\_man/114/decenio\_man\_knitwear.a381.html

Aplicações Facebook Imgrur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads imagens Fimshare - Assistir To do - Gravity From Plan your kitchen in #

DECENIO WOMAN MAN THE JOURNAL SOUND SESSIONS LIFESTYLE LOCAL DO RECEITO 0,00€

Lifestyle Woman  
Lifestyle Man  
Micromodulos  
Knitwear, men's essentials  
Dress to work



**Knitwear, men's essentials**

As malhas não são apenas concebidas para um look, estação, ou estilo. Podem ser usadas em todas as situações, no inverno com cores e peças mais camoadas, no verão com a possibilidade de enrolar as mangas e fazer tipo de acessórios. As malhas são também um excelente complemento de transição de estação, com a possibilidade de conjugar peças mais leves como polos, camisas e esturpes. Existe uma multiplicidade de vestis malhas, com cores, tricotadas ou circulares, mas com a certeza de que nunca saem de moda e que são essenciais em qualquer guarda-roupa.

17:00 02/04/2018

Decenio Man Knitwear

Seguro | https://www.decenio.com/pt/lifestyle/112/lifestyle\_man/114/decenio\_man\_knitwear.a381.html

Aplicações Facebook Imgrur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads imagens Fimshare - Assistir To do - Gravity From Plan your kitchen in #

DECENIO WOMAN MAN THE JOURNAL SOUND SESSIONS LIFESTYLE LOCAL DO RECEITO 0,00€

Lifestyle Woman  
Lifestyle Man  
Micromodulos  
Knitwear, men's essentials  
Dress to work



**Knitwear, men's essentials**

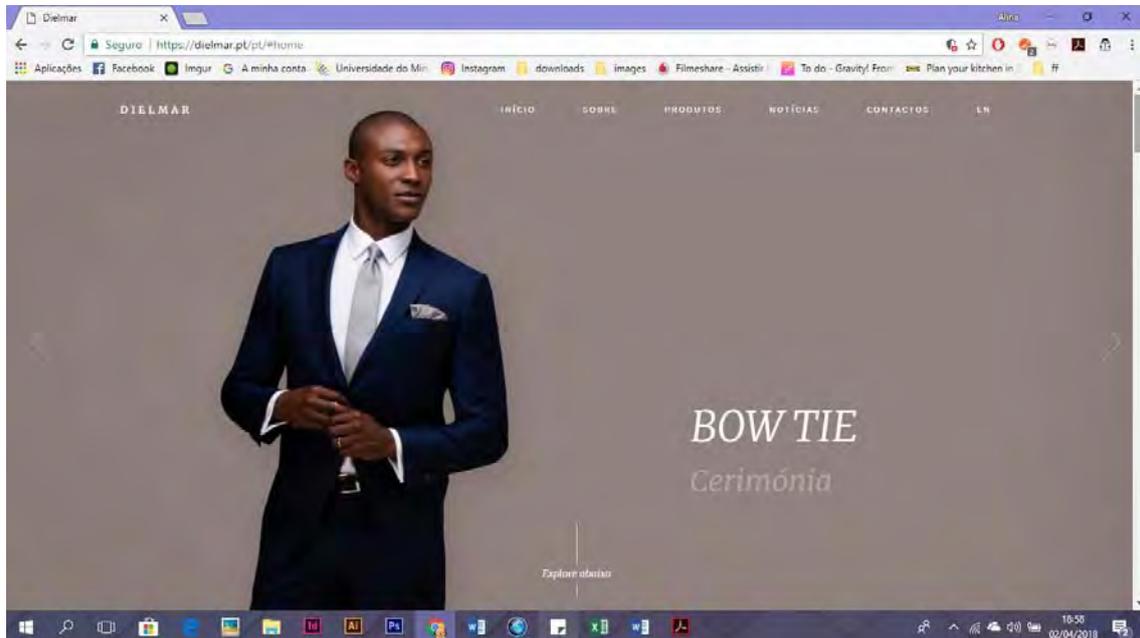
As malhas não são apenas concebidas para um look, estação, ou estilo. Podem ser usadas em todas as situações, no inverno com cores e peças mais camoadas, no verão com a possibilidade de enrolar as mangas e fazer tipo de acessórios. As malhas são também um excelente complemento de transição de estação, com a possibilidade de conjugar peças mais leves como polos, camisas e esturpes. Existe uma multiplicidade de vestis malhas, com cores, tricotadas ou circulares, mas com a certeza de que nunca saem de moda e que são essenciais em qualquer guarda-roupa.

17:00 02/04/2018

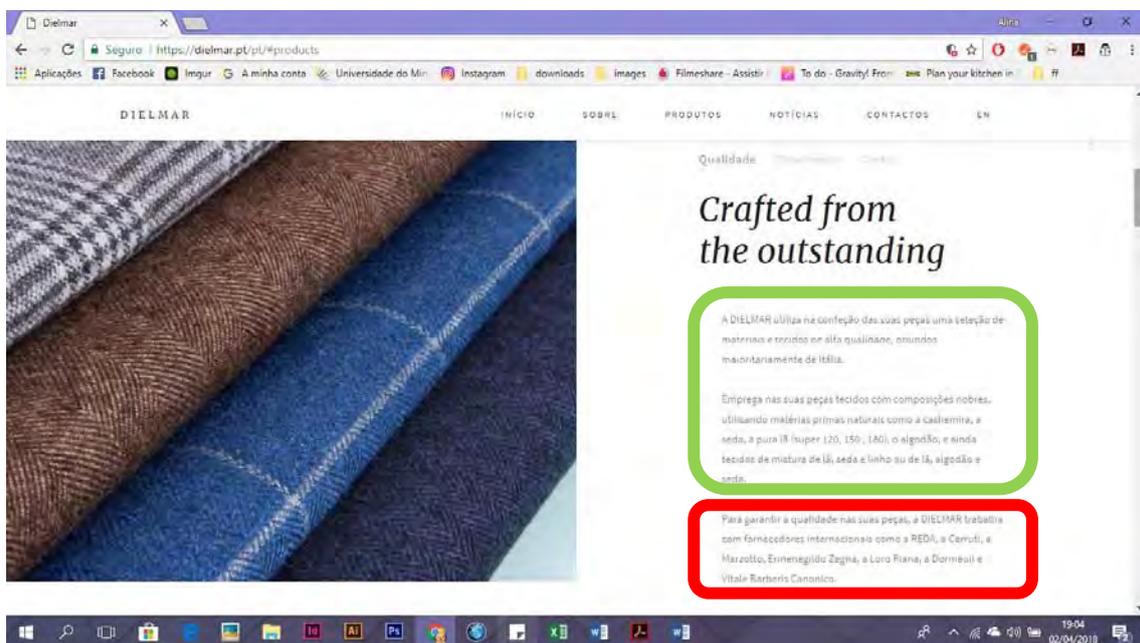
# DIELMAR

## 1-Página inicial

### 1.1- Barra de menu



### 1.2- Corpo



Dielmar

Seguro | <https://dielmar.pt/pt/#products>

Aplicações Facebook Imgür A minha conta Universidade do Mir Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #

Experiência

## Styling the very best since 1965

Cóm mais de 50 anos de experiência na arte de alfaiataria tradicional, a DIELMAR possui um processo capaz de garantir aos seus clientes a mais alta qualidade do produto, assim como a customização de cada pedido.

A DIELMAR trabalha tendo em conta os mais tradicionais processos de alfaiataria, mantendo muitas operações manuais, e processando as restantes com a mais enxada e recente tecnologia. Esta faceta, permite uma simbiose perfeita entre tradição e modernidade que se sentem num produto final de qualidade superior.

A confeção exclusiva de fatos semi-tradicionais e tradicionais faz desta marca uma referência a nível nacional e internacional.

19:07 02/04/2019

Dielmar

Seguro | <https://dielmar.pt/pt/#products>

Aplicações Facebook Imgür A minha conta Universidade do Mir Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #

Costura

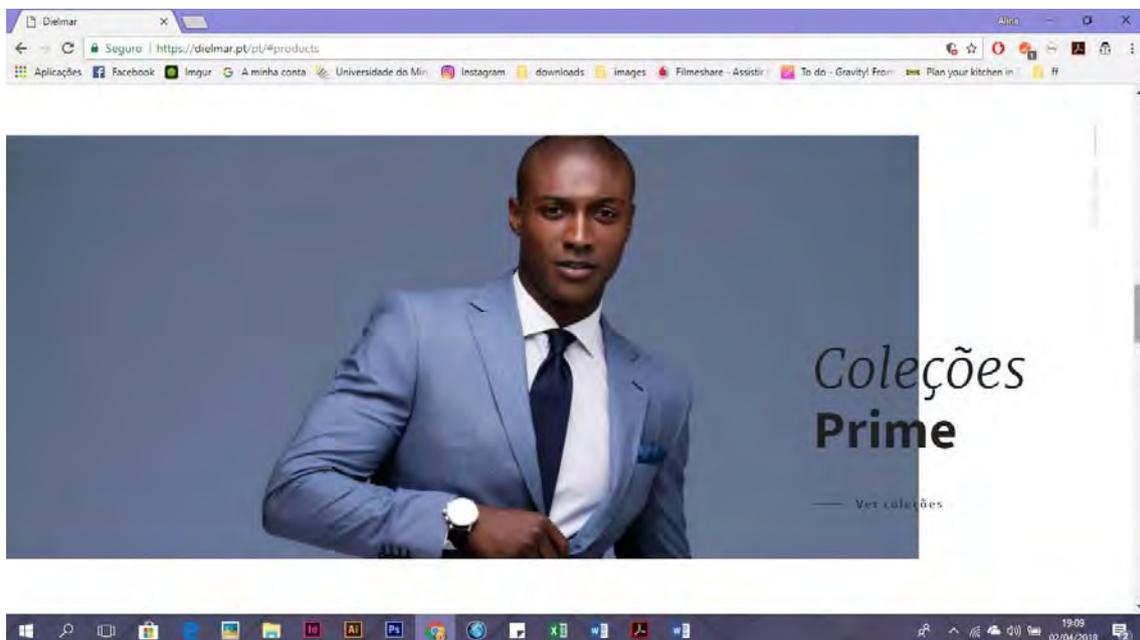
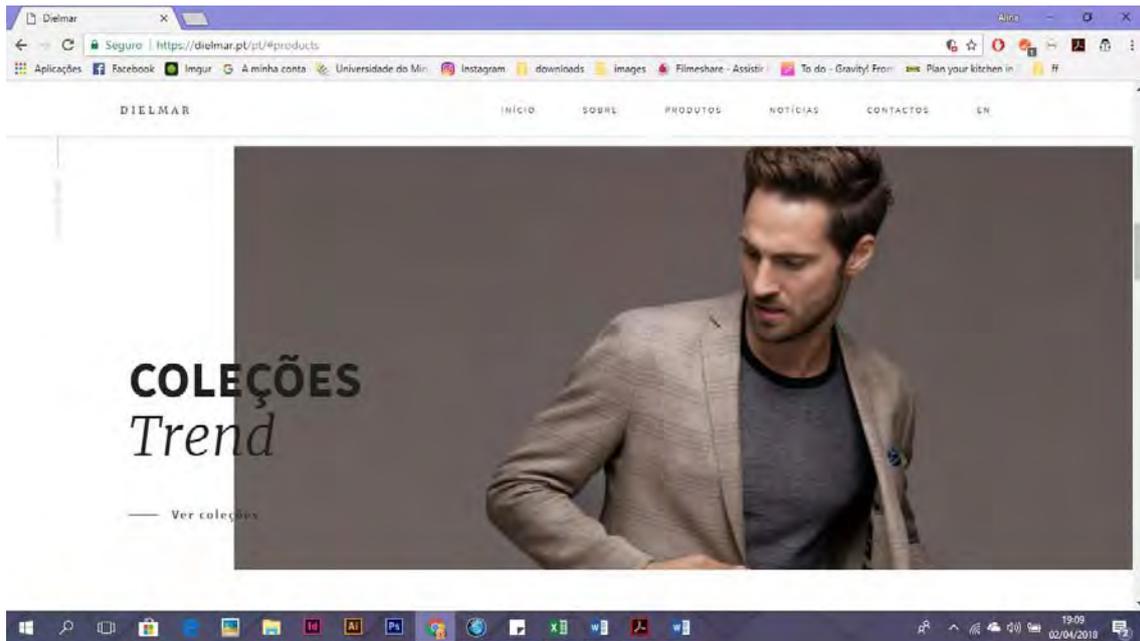
## Customized for you and you only

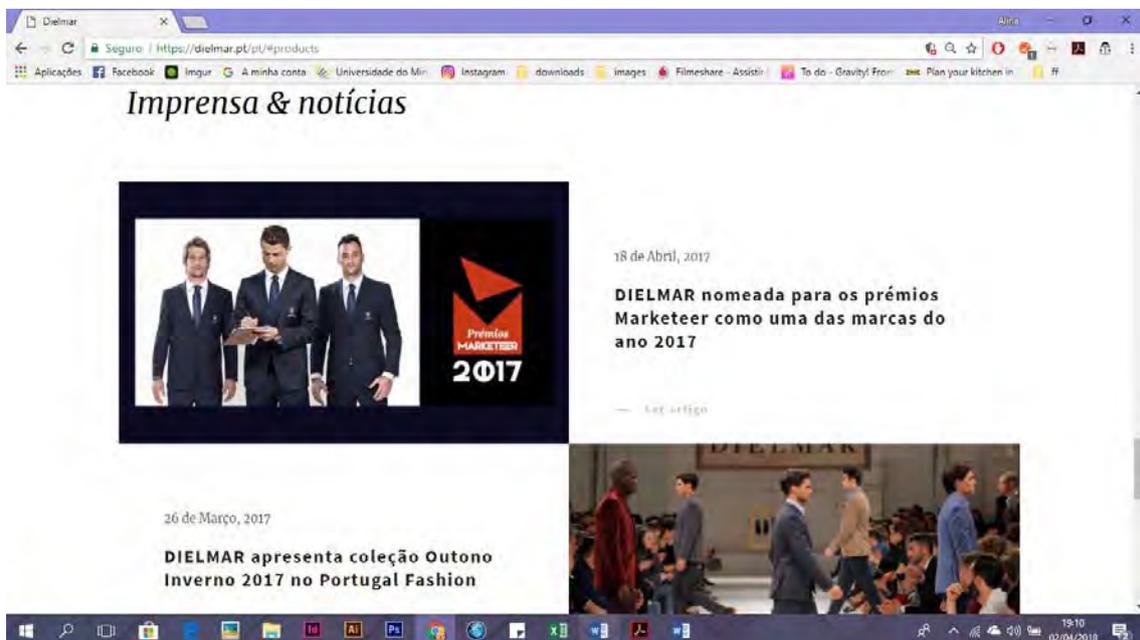
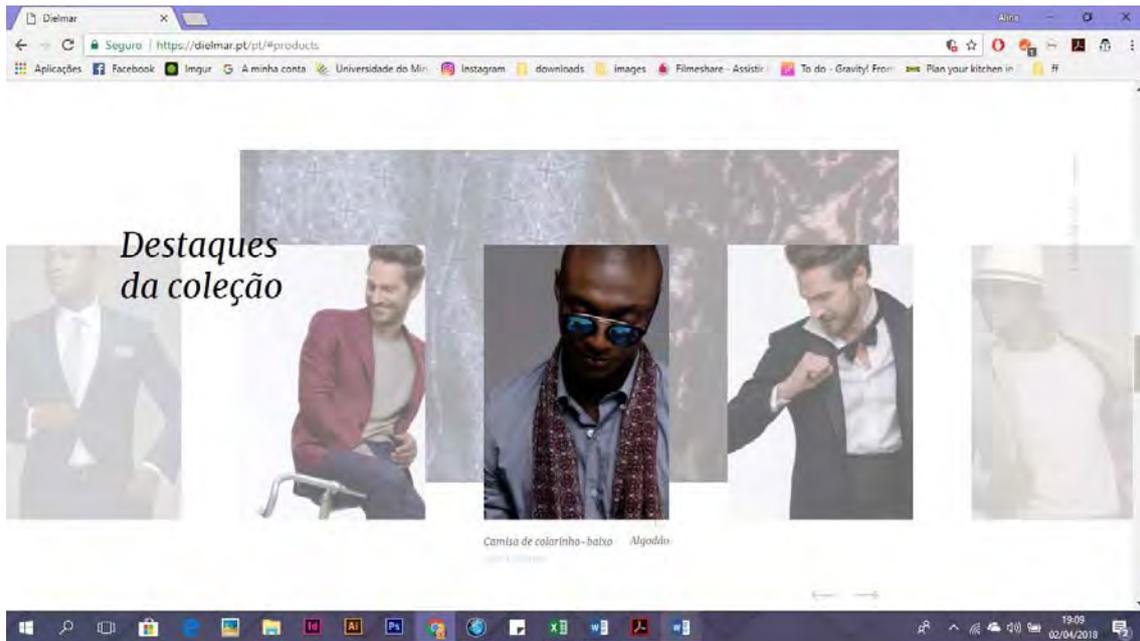
A DIELMAR aposta há mais de 50 anos na modelagem de cada cliente, sendo cada peça única e exclusiva, ressaltando o melhor do saber fazer a arte da alfaiataria.

Todas as peças passam por várias fases de preparação, onde os elementos são alinhavados, por forma a preparar cada peça para a portação seguinte.

Destacando-se pelas Apertamentos de Luxo e mantendo-se sempre no topo da aversão, a DIELMAR dá ao universo do vestuário masculino soluções repletas de classe, requinte e conformidade.

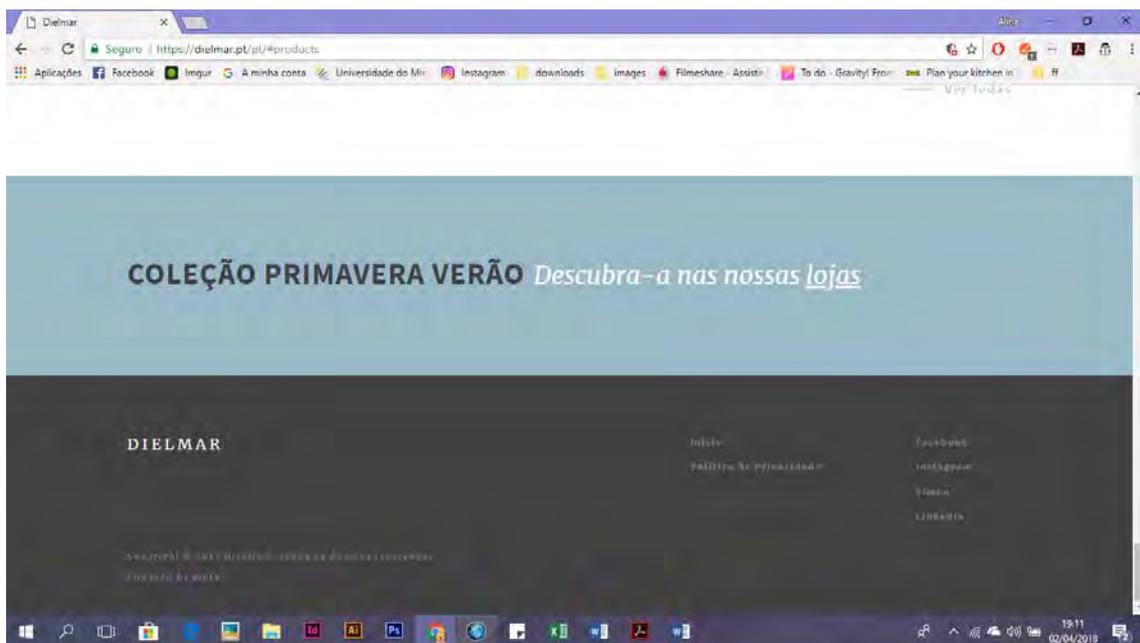
19:09 02/04/2019



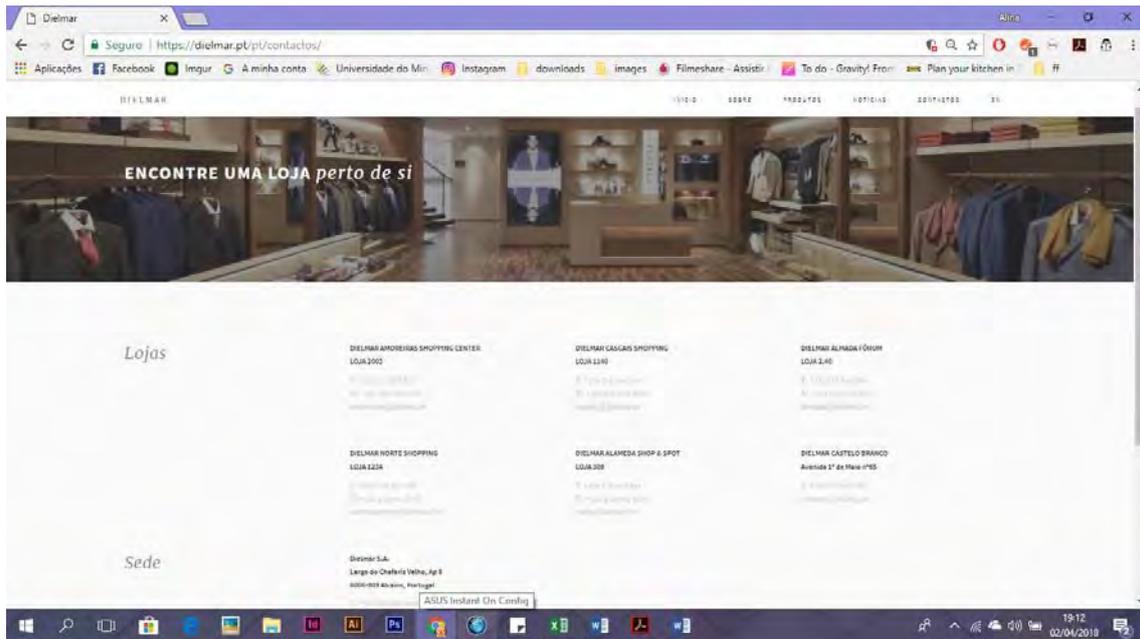




### 1.3- Barra final



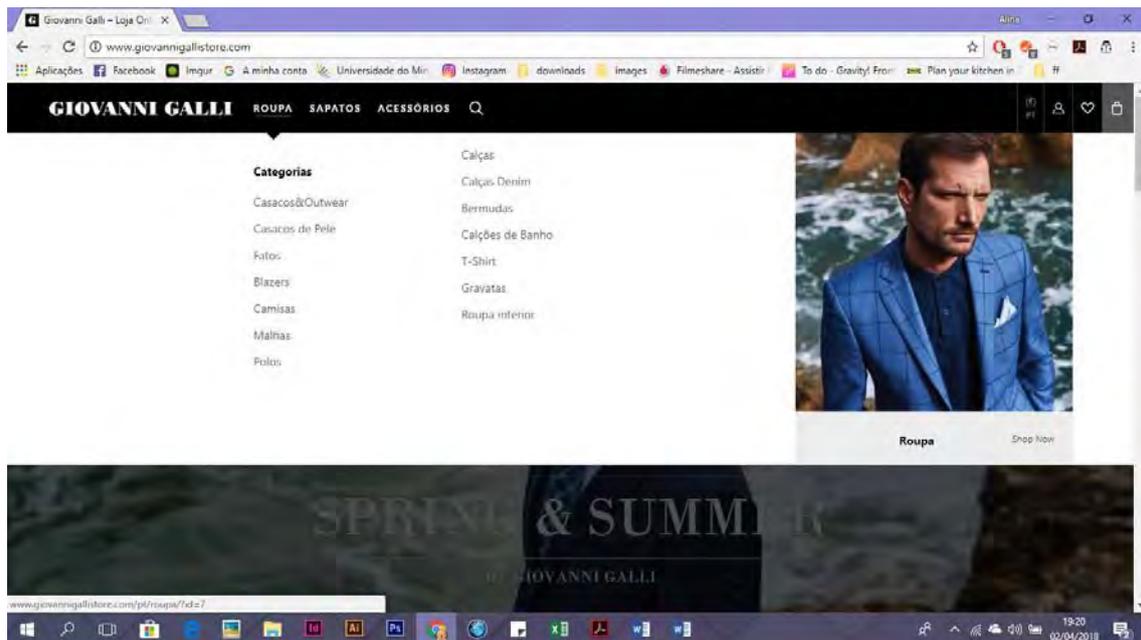
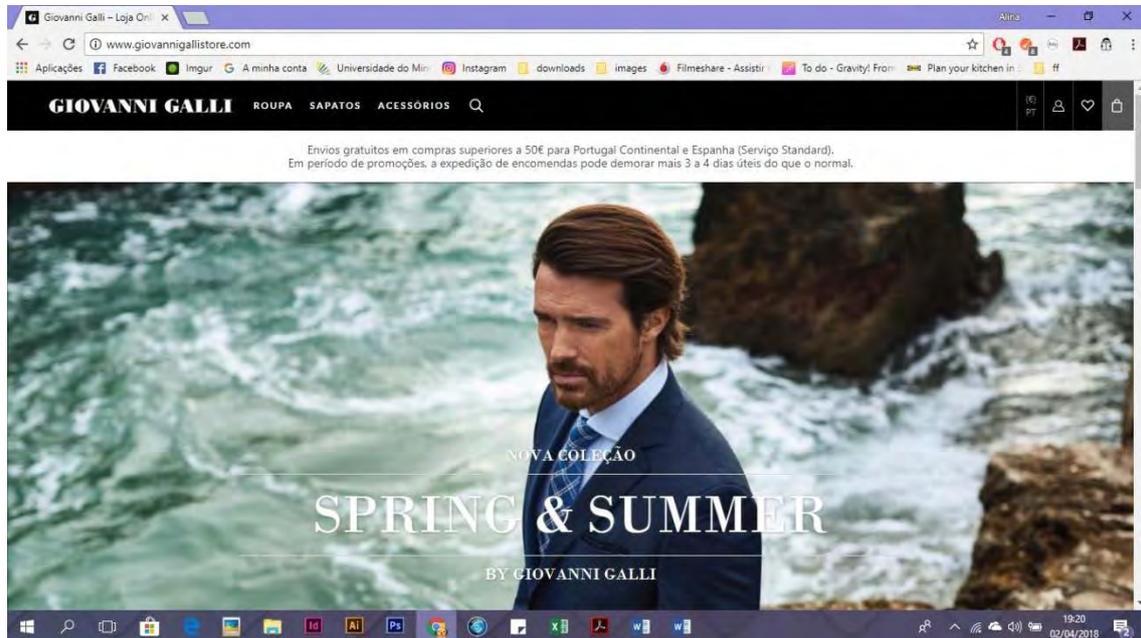
### 2-Sep. Contactos

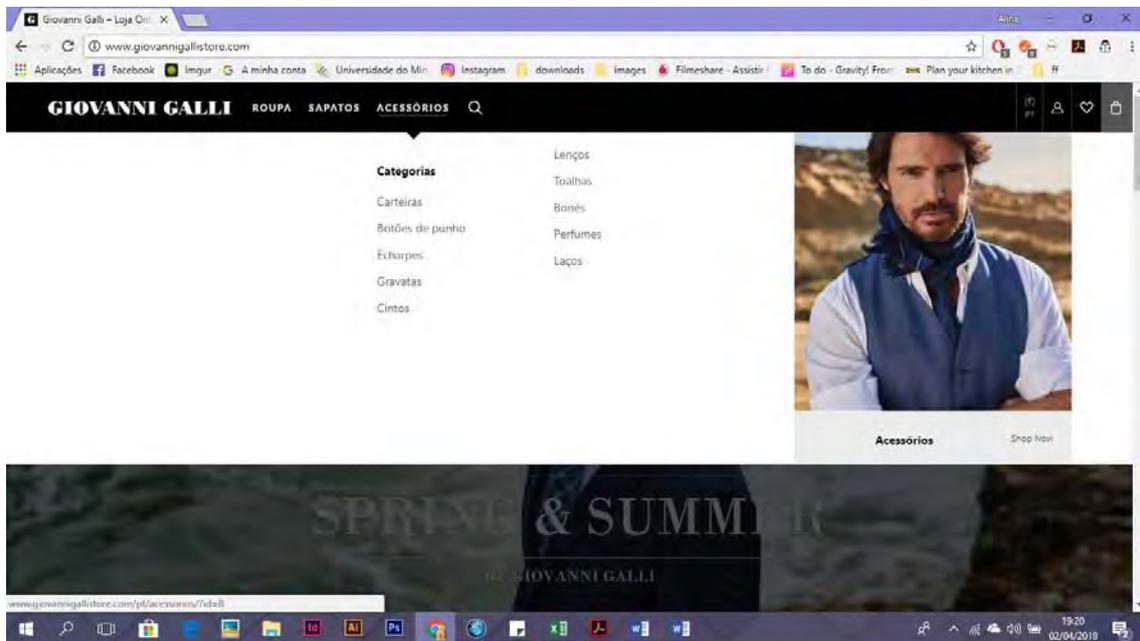
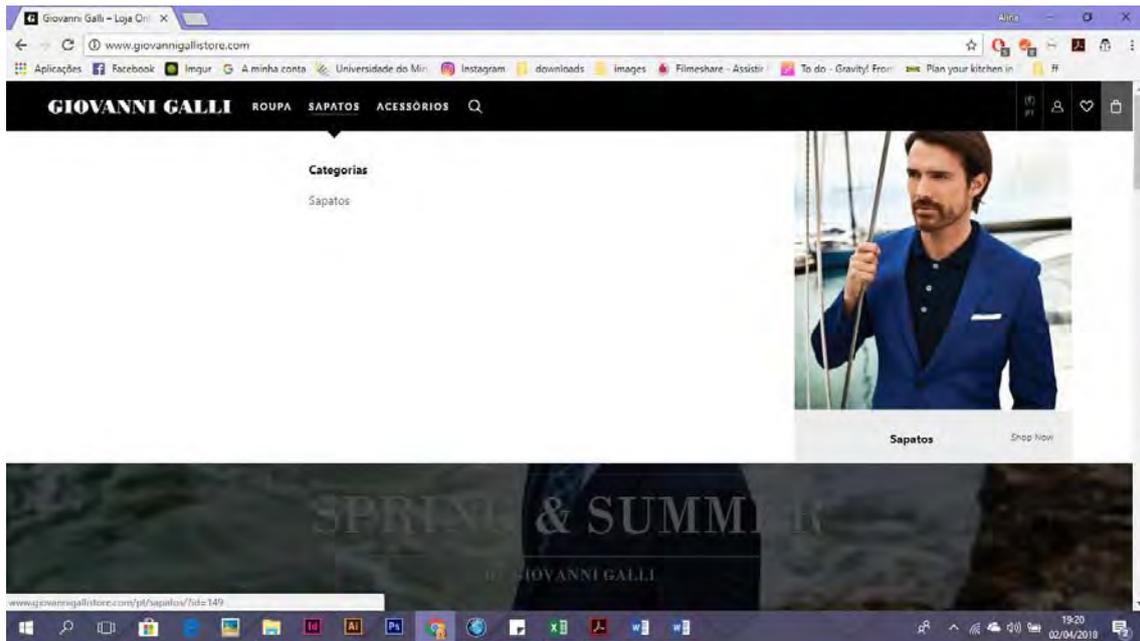


# GIOVANNI GALLI

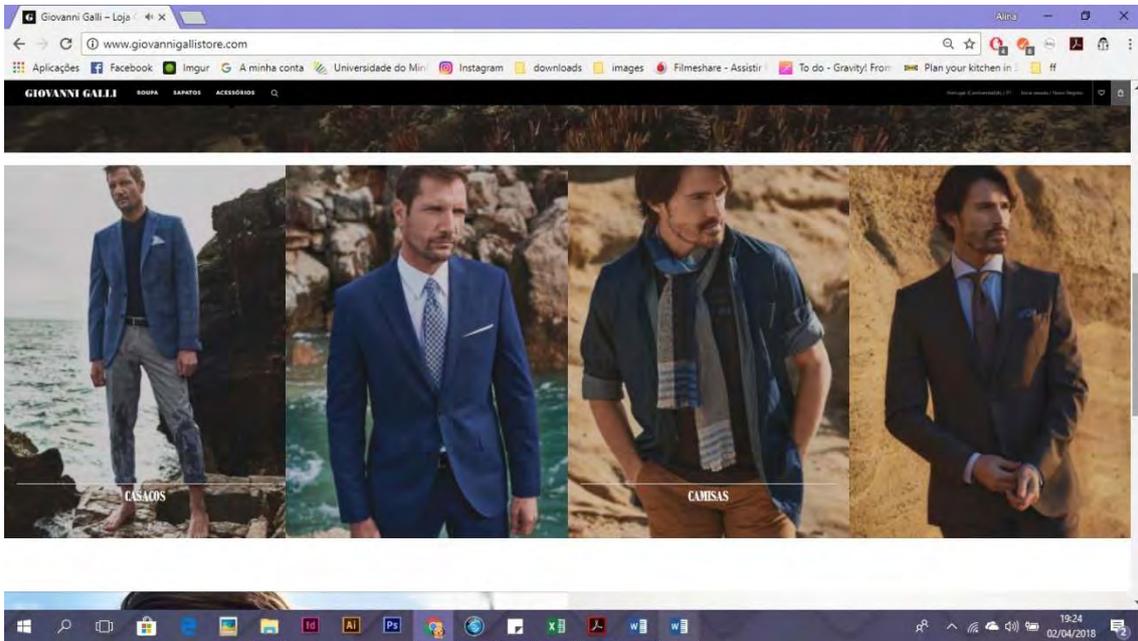
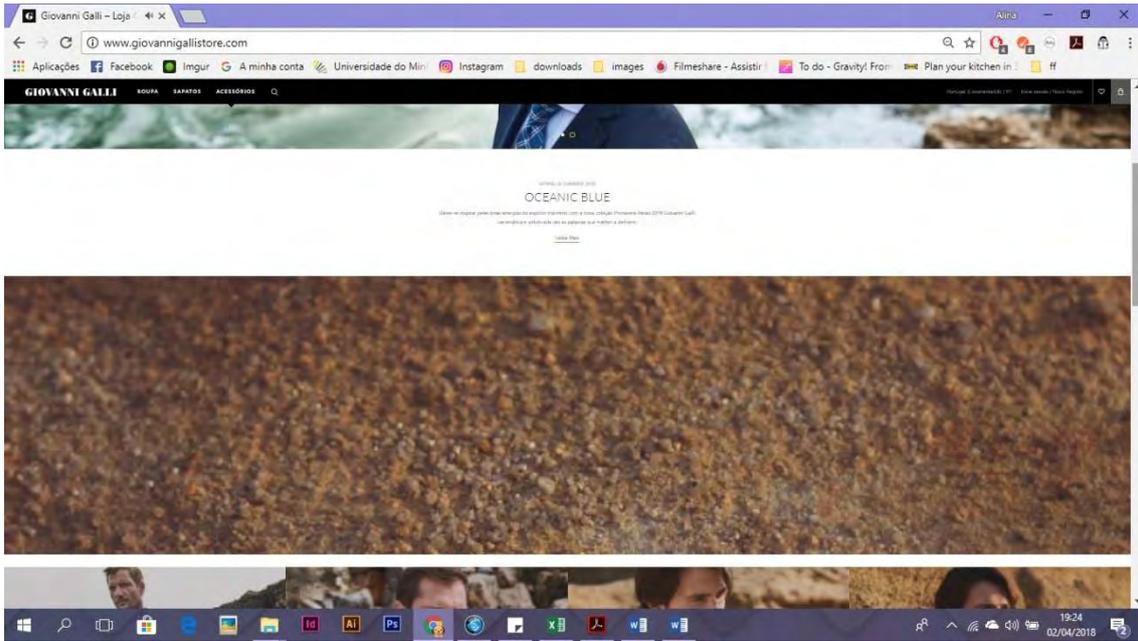
## 1-Página inicial

### 1.1- Barra de menu



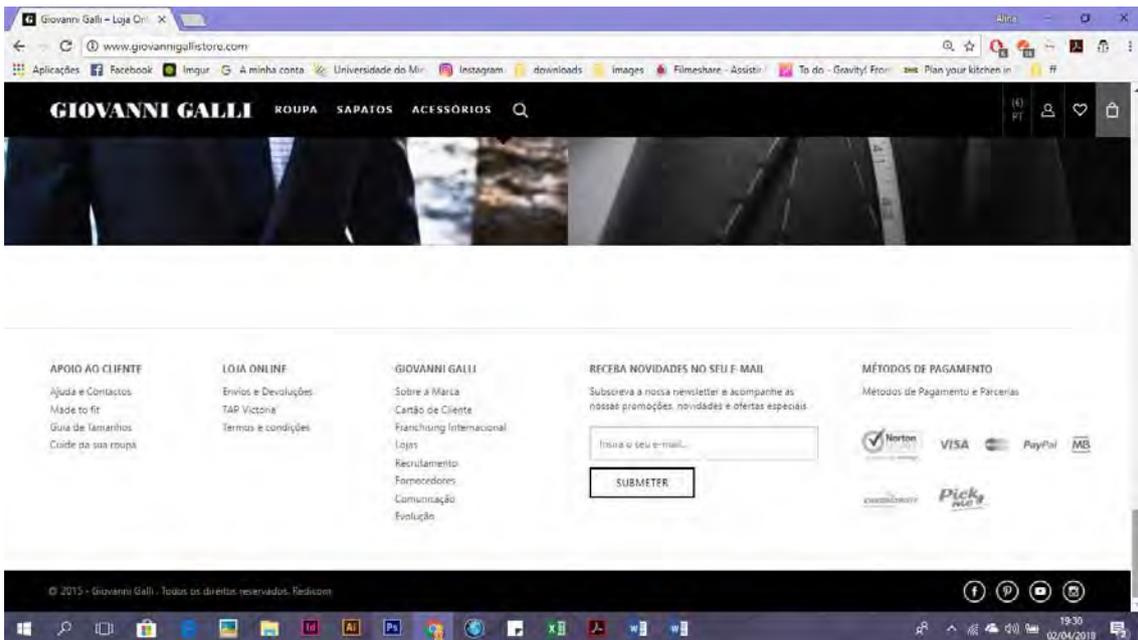


## 1.2- Corpo





### 1.3- Barra Final



#### 1.3.1- Ajuda e Contactos

Giovanni Galli Ajuda e C. X

www.giovanngallistore.com/pl/apoio-ao-cliente/ajuda-e-contatos/fid=14

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Mir Instagram downloads imagens Filmeshare Assisti To do Gravity! From Plan your kitchen in #

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

COMO COMPRAR

FORMAS DE PAGAMENTO

REGISTO

ENTREGAS

DEVOLUÇÕES

PERGUNTAS FREQUENTES

CONTACTO



« Conte com o profissionalismo da equipa Giovanni Galli »

Departamento Comercial

APOIO AO CLIENTE  
Ajuda e Contactos  
Made to fit  
Guia de Tamanhos

LOJA ONLINE  
Enviés e Devoluções  
TAP Victoria  
Termos e condições

GIOVANNI GALLI  
Sobre a Marca  
Cartão de Cliente  
Franchising Internacional

RECEBA NOVIDADES NO SEU E-MAIL  
Subscreva a nossa newsletter e acompanhe as nossas promoções, novidades e ofertas especiais.

MÉTODOS DE PAGAMENTO  
Métodos de Pagamento e Parcerias

19:30 02/04/2019

Giovanni Galli Ajuda e C. X

www.giovanngallistore.com/pl/apoio-ao-cliente/ajuda-e-contatos/fid=14

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Mir Instagram downloads imagens Filmeshare Assisti To do Gravity! From Plan your kitchen in #

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

COMO COMPRAR

Como comprar

- 1º. Escolha a secção Clássica, Casual ou Desportivo
- 2º. Clique no artigo que lhe interessa para aceder às diferentes vistas do mesmo, assim como ao seu nome, referência, descrição, preço, cor, tamanhos disponíveis, composição e qualidades. Também encontrará artigos relacionados na parte inferior da página.
- 3º. Selecione um tamanho e uma cor e adicione o artigo ao cesto. A seguir, poderá escolher entre "Continuar a comprar" ou "Comprar com segurança".
- 4º. Pode optar por comprar sem se registar, necessita apenas de colocar os dados da morada de entrega, o seu contacto de email e de telemóvel, para poder receber a confirmação da encomenda e os seus respetivos avisos.
- 5º. Depois de introduzir corretamente os seus dados, seleccione "Confirmar".
- 6º. Selecione uma forma de pagamento: Visa, Mastercard, American Express e Pay Pal
- 7º. Comprove os seus dados e confirme o pedido.
- 8º. A seguir, receberá um e-mail com a confirmação do seu pedido.

Lembre-se que as compras realizadas na GiovanniGalliStore.com são totalmente seguras, porque dedicamos um grande esforço à implementação dos recursos necessários para garantir a segurança das suas compras e dos seus dados pessoais.



« Conte com o profissionalismo da equipa Giovanni Galli »

Departamento Comercial

FORMAS DE PAGAMENTO

GIOVANNI GALLI - Word

19:32 02/04/2019

Giovanni Galli Ajuda e C. X

www.giovanngallistore.com/pl/aporo-ao-cliente/ajuda-e-contatos/?id=14

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade de Mir Instagram downloads images Filmeshare Assisti To do - Gravity! From Plan your kitchen in #

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

FORMAS DE PAGAMENTO

Formas de pagamento  
Disponíveis dos seguintes meios de pagamento.

VISA VISA Electron MasterCard American Express PayPal MB MULTIBANCO

Razões pelas quais pode ser recusado o seu cartão de crédito

Multibanco

- + REGISTO
- + ENTREGAS
- + DEVOLUÇÕES
- + PERGUNTAS FREQUENTES
- + CONTACTO

19:33 02/04/2019



« Corte com o profissionalismo da equipa Giovanni Galli s.l. »  
Departamento Comercial

Giovanni Galli Ajuda e C. X

www.giovanngallistore.com/pl/aporo-ao-cliente/ajuda-e-contatos/?id=14

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade de Mir Instagram downloads images Filmeshare Assisti To do - Gravity! From Plan your kitchen in #

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

FORMAS DE PAGAMENTO

REGISTO

Registo  
Registe-se em GiovanniGalliStore.com e tenha acesso a muitas vantagens.  
Deixa de ser necessário registar-se no ato da compra online - isto irá facilitar futuras compras.  
Poderá consultar o seu histórico e estado dos seus pedidos. Receberá informações regularmente de ofertas e promoções.

O sistema reconhece automaticamente o usuário permitindo uma maior velocidade de compra e acesso aos seus detalhes, sem ter que voltar a inserir a sua identidade no sistema.

- Visualização do estado dos pedidos;
- Morada e dados pessoais;
- Publicações da Giovanni Galli;
- Acesso ao seu histórico de compra, wishlist, pontos e cancelamentos;
- Sugestões;

A SUA ZONA PRIVADA DENTRO DO MUNDO G.G.

- + ENTREGAS
- + DEVOLUÇÕES
- + PERGUNTAS FREQUENTES
- + CONTACTO

19:33 02/04/2019



« Corte com o profissionalismo da equipa Giovanni Galli s.l. »  
Departamento Comercial

Giovanni Galli Ajuda e C. x

www.giovangallistore.com/pt/apoio-ao-cliente/ajuda-e-contatos/fid=14

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads imagens Filmeshare Assisti To do Gravity From Plan your kitchen in

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

FORMAS DE PAGAMENTO  
 REGISTO  
 ENTREGAS

Portugal Continental  
 Os prazos de entrega dependem do tipo de envio selecionado:

- Envios para lojas da rede Pick me! entrega em 48h (dias úteis) - 2,50 €
- Envios expressos ao domicílio com reembolso imediato para lojas Pick me! entro 24-48 horas (dias úteis) - 3,50 €
- O pagamento por referência de multibanco, pode demorar entre 5 a 7 dias, uma vez que só faremos o envio após rececionarmos o pagamento.

Para mais informações, por favor consulte: [http://www.giovangallistore.com/pt/devolucoes-e-envios\\_id=290](http://www.giovangallistore.com/pt/devolucoes-e-envios_id=290)

Internacional e Portugal (Madeira)

DEVOLUÇÕES  
 PERGUNTAS FREQUENTES  
 CONTACTO



Conte com o profissionalismo da equipa Giovanni Galli s.l.

Departamento Comercial

APOIO AO CLIENTE LOJA ONLINE GIOVANNI GALLI RECEBA NOVIDADES NO SEU E-MAIL MÉTODOS DE PAGAMENTO

19:33 02/04/2018

Giovanni Galli Ajuda e C. x

www.giovangallistore.com/pt/apoio-ao-cliente/ajuda-e-contatos/fid=14

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads imagens Filmeshare Assisti To do Gravity From Plan your kitchen in

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

FORMAS DE PAGAMENTO  
 REGISTO  
 ENTREGAS  
 DEVOLUÇÕES

Devoluções  
 Se deseja devolver um artigo adquirido através do nosso site, recomendamos que o faça através da página web. em caso de não se ter registado como cliente, deve-o fazer através do link enviado no email a confirmar encomenda.  
 O prazo de devolução é de 15 dias após a receção da encomenda.

Para mais informações, por favor consulte: [http://www.giovangallistore.com/pt/devolucoes-e-envios\\_id=290](http://www.giovangallistore.com/pt/devolucoes-e-envios_id=290)

Portugal continental  
 Internacional e Portugal (Madeira)

PERGUNTAS FREQUENTES  
 CONTACTO

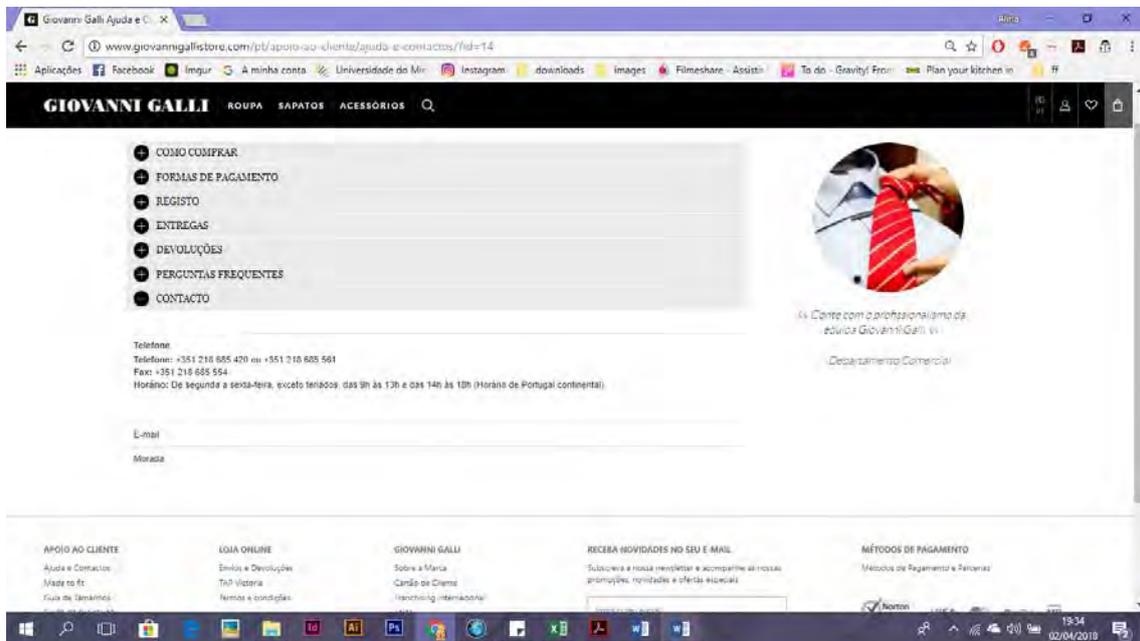
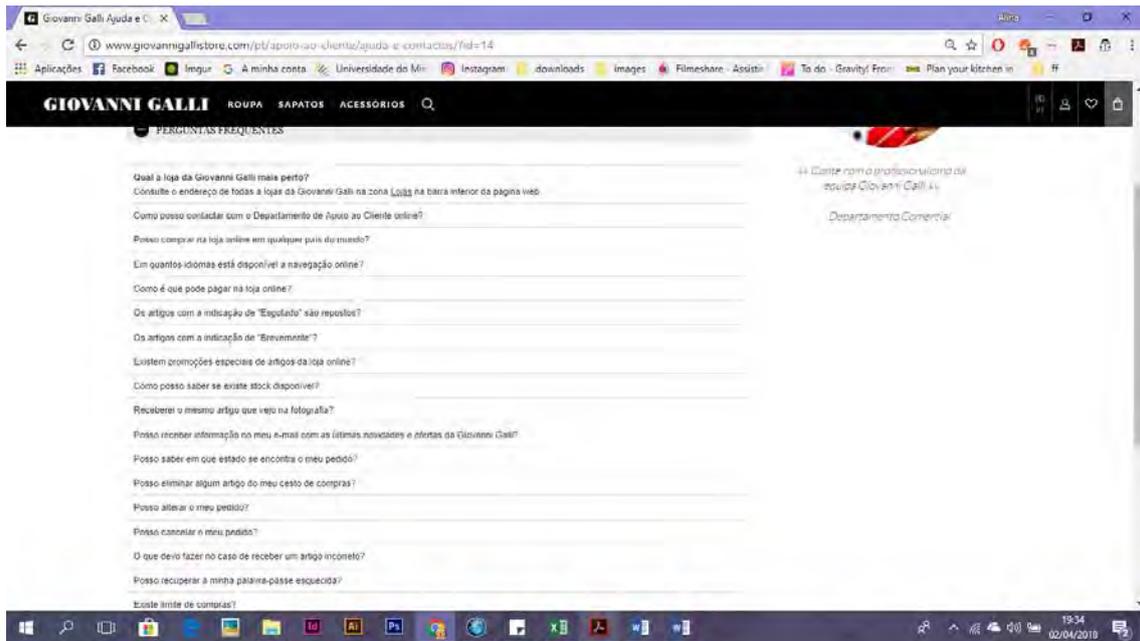


Conte com o profissionalismo da equipa Giovanni Galli s.l.

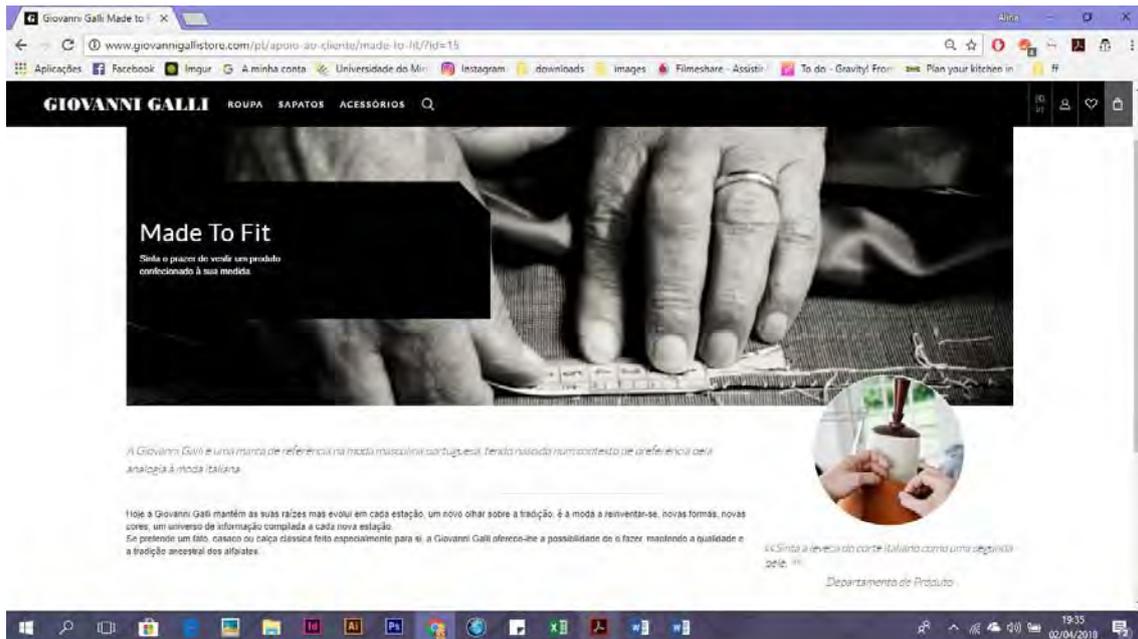
Departamento Comercial

APOIO AO CLIENTE LOJA ONLINE GIOVANNI GALLI RECEBA NOVIDADES NO SEU E-MAIL MÉTODOS DE PAGAMENTO

19:33 02/04/2018



### 1.3.2- Made to Fit

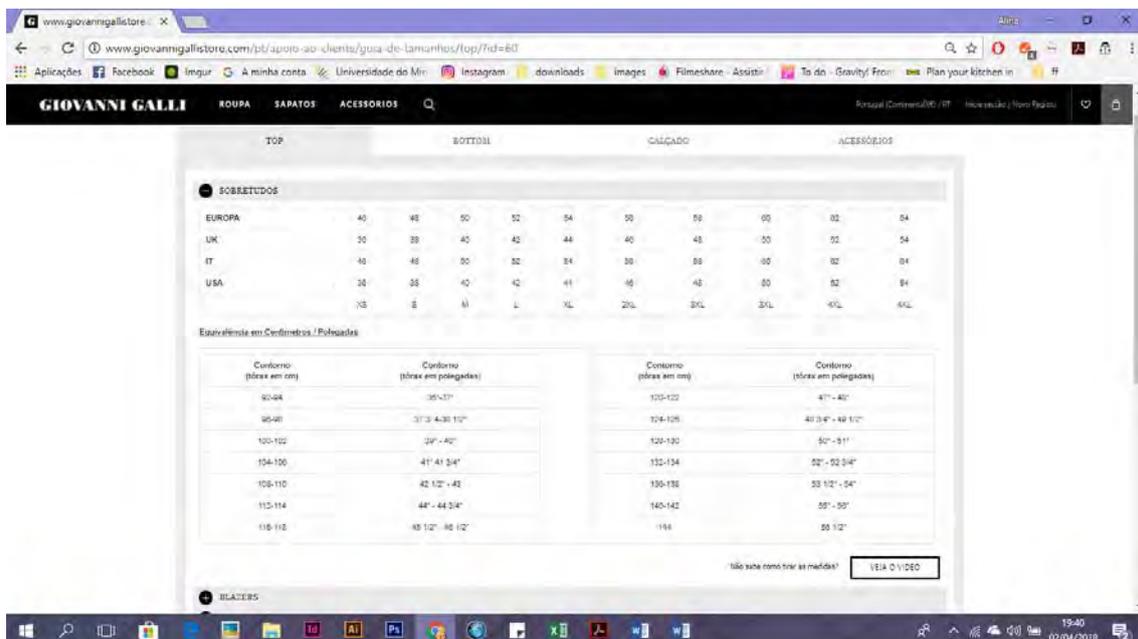


A Giovanni Galli é uma marca de referência na moda masculina portuguesa, tendo nascido num contexto de preferência pela analogia à moda italiana.

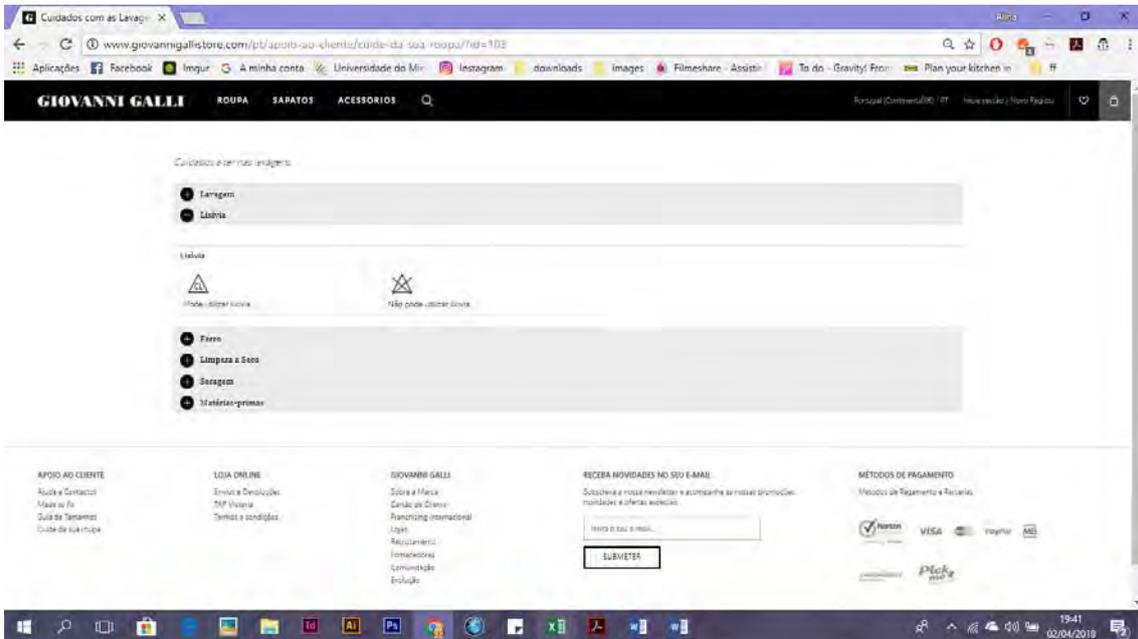
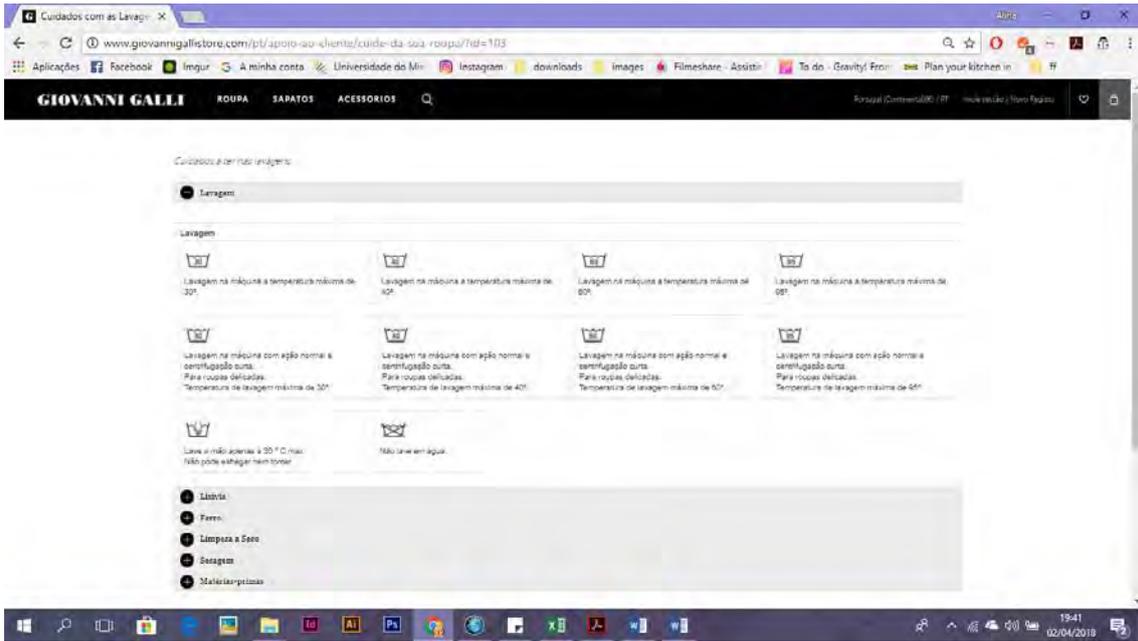
Hoje a Giovanni Galli mantém as suas raízes mas evolui em cada estação, um novo olhar sobre a tradição, é a moda a reinventar-se, novas formas, novas cores, um universo de informação compilada a cada nova estação.

Se pretende um fato, casaco ou calça clássica feito especialmente para si, a Giovanni Galli oferece-lhe a possibilidade de o fazer, mantendo a qualidade e a tradição ancestral dos alfaiates.

### 1.3.3- Guia de Tamanhos



### 1.3.4- Cuide da Sua Roupa



Cuidados com as Lavagens

www.giovangallistore.com/pl/aporo-ao-cliente/cuide-da-sua-roupa/?id=103

ROUPA SAPATOS ACESSORIOS

Personal (Contemplado) / IT Inicie sessão / Home Pagos

Cuidados e termos lavagens

- Ferragem
- Lã/lãria
- Ferro

Ferro

- Máximo 200°C: Algodão, lino ou viscose
- Máximo 150°C: Lã e poléster
- Máximo 110°C: Seda, rayon, acetato ou artificial
- Não pode utilizar o ferro

- Limpeza a Seco
- Secagem
- Materiais primas

**APOIO AO CLIENTE**  
 Ajuda e Contactos  
 Votação  
 Guia de Tamanho  
 Guia da sua roupa

**LOJA ONLINE**  
 Envios e Entrega  
 IVA/Vat  
 Termos e condições

**GIOVANNI GALLI**  
 Sobre a Marca  
 Cartão de Cliente  
 Franchising Internacional  
 Loja  
 Reciclagem  
 Licenciamento  
 Comunicação  
 (Inglês)

**DESCUBRA NOVIDADES NO SEU E-MAIL**  
 Subscriba-se e receba novidades e acompanhe as nossas promoções, novidades e ofertas especiais.

Insira o seu e-mail...  
 SUBScrever

**MÉTODOS DE PAGAMENTO**  
 Métodos de Pagamento e Recarga

Netpay VISA PayPal MB  
 PicPay

19:45 02/04/2019

Cuidados com as Lavagens

www.giovangallistore.com/pl/aporo-ao-cliente/cuide-da-sua-roupa/?id=103

ROUPA SAPATOS ACESSORIOS

Personal (Contemplado) / IT Inicie sessão / Home Pagos

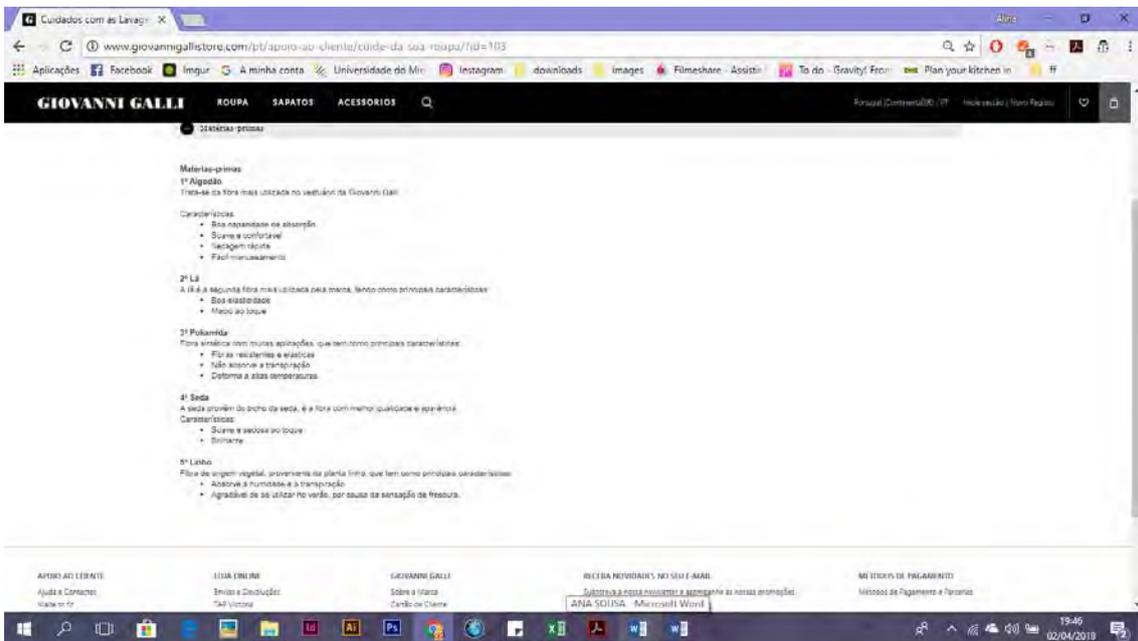
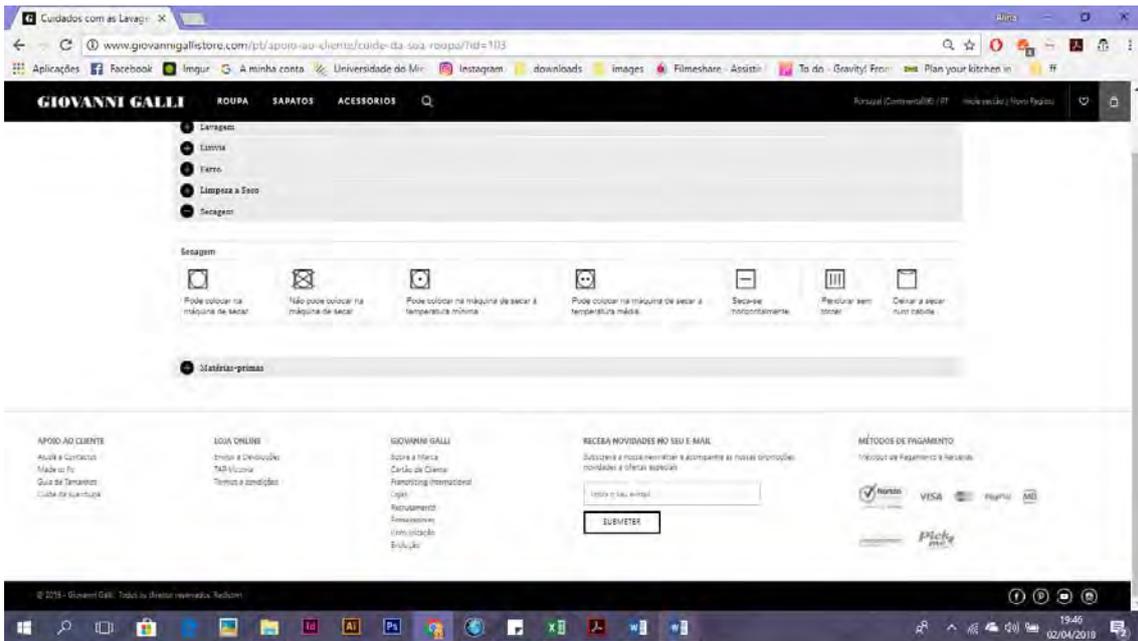
Cuidados e termos lavagens

- Ferragem
- Lã/lãria
- Ferro
- Limpeza a Seco

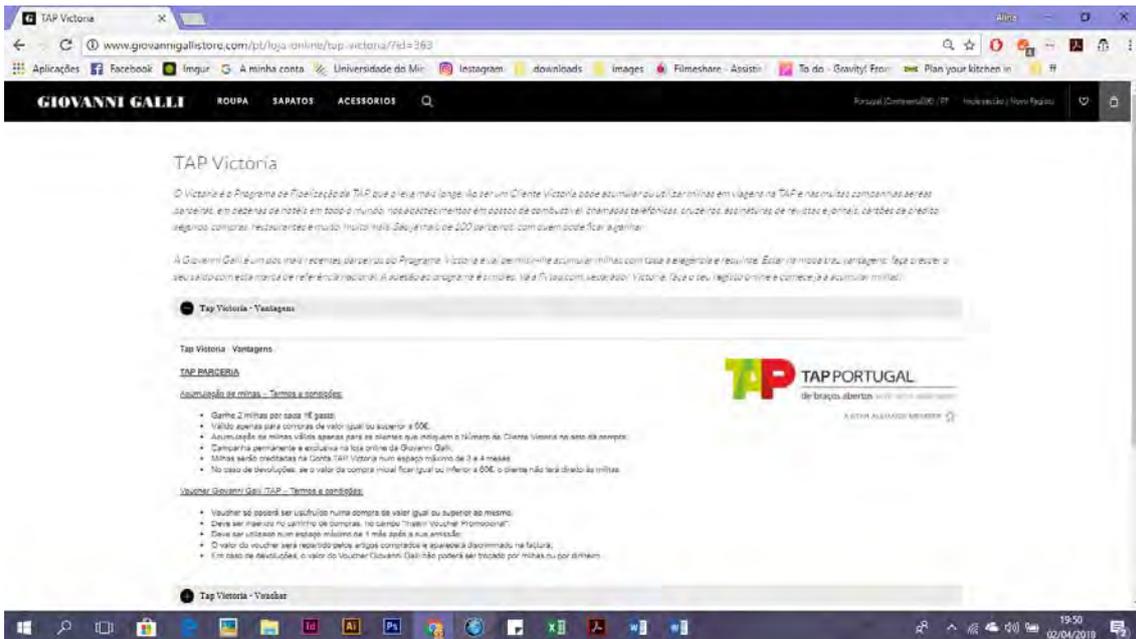
Limpeza a Seco

- A** Não ser utilizado qualquer tipo de solvente.
- A** Pode ser utilizado qualquer tipo de solvente com restrição na ação mecânica e ou adição de água e ou tempo e temperatura do solvente e da lavagem.
- F** Sistema com hidrocarbonos.
- F** Com hidrocarbonos com restrição na ação mecânica, e ou adição de água e ou tempo e temperatura do solvente e da lavagem.
- P** Alkyl Perchlorato.
- P** Alkyl Perchlorato com restrição na ação mecânica e ou adição de água e ou tempo e temperatura do solvente e da lavagem.
- Não pode lavar à seco

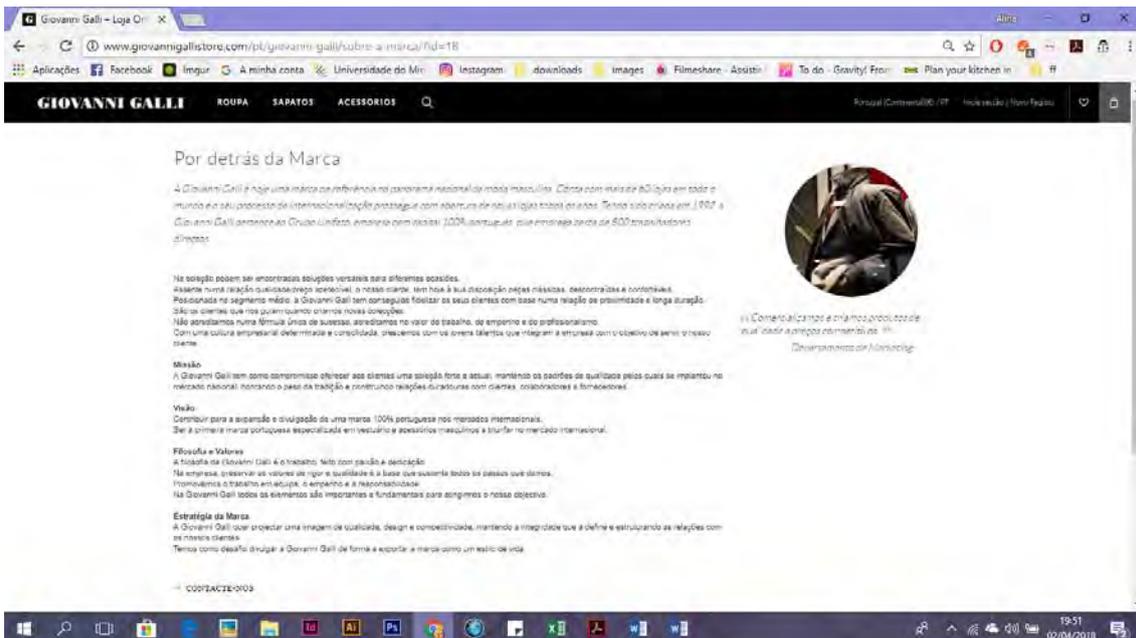
19:46 02/04/2019



### 1.3.5- TAP Victoria



### 1.3.6- Sobre a Marca



### Por detrás da Marca

A Giovanni Galli é hoje uma marca de referência no panorama nacional da moda masculina. Conta com mais de 60 lojas em todo o mundo e o seu processo de internacionalização prossegue com abertura de novas lojas todos os anos. Tendo sido criada em 1992, a Giovanni Galli pertence ao Grupo Unifato, empresa com capital 100% português, que emprega cerca de 800 trabalhadores directos.

Na coleção podem ser encontradas soluções versáteis para diferentes ocasiões.

Assente numa relação qualidade/preço apetecível, o nosso cliente, tem hoje à sua disposição peças clássicas, descontraídas e confortáveis.

Posicionada no segmento médio, a Giovanni Galli tem conseguido fidelizar os seus clientes com base numa relação de proximidade e longa duração.

São os clientes que nos guiam quando criamos novas colecções.

Não acreditamos numa fórmula única de sucesso, acreditamos no valor do trabalho, do empenho e do profissionalismo.

Com uma cultura empresarial determinada e consolidada, crescemos com os jovens talentos que integram a empresa com o objetivo de servir o nosso cliente.

#### Missão

A Giovanni Galli tem como compromisso oferecer aos clientes uma coleção forte e actual, mantendo os padrões de qualidade pelos quais se implantou no mercado nacional, honrando o peso da tradição e construindo relações duradouras com clientes, colaboradores e fornecedores.

#### Visão

Contribuir para a expansão e divulgação de uma marca 100% portuguesa nos mercados internacionais.

Ser a primeira marca portuguesa especializada em vestuário e acessórios masculinos a triunfar no mercado internacional.

#### Filosofia e Valores

A filosofia da Giovanni Galli é o trabalho, feito com paixão e dedicação.

Na empresa, preservar os valores de rigor e **qualidade** é a base que sustenta todos os passos que damos.

Promovemos o trabalho em equipa, o empenho e a responsabilidade.

Na Giovanni Galli todos os elementos são importantes e fundamentais para atingirmos o nosso objectivo.

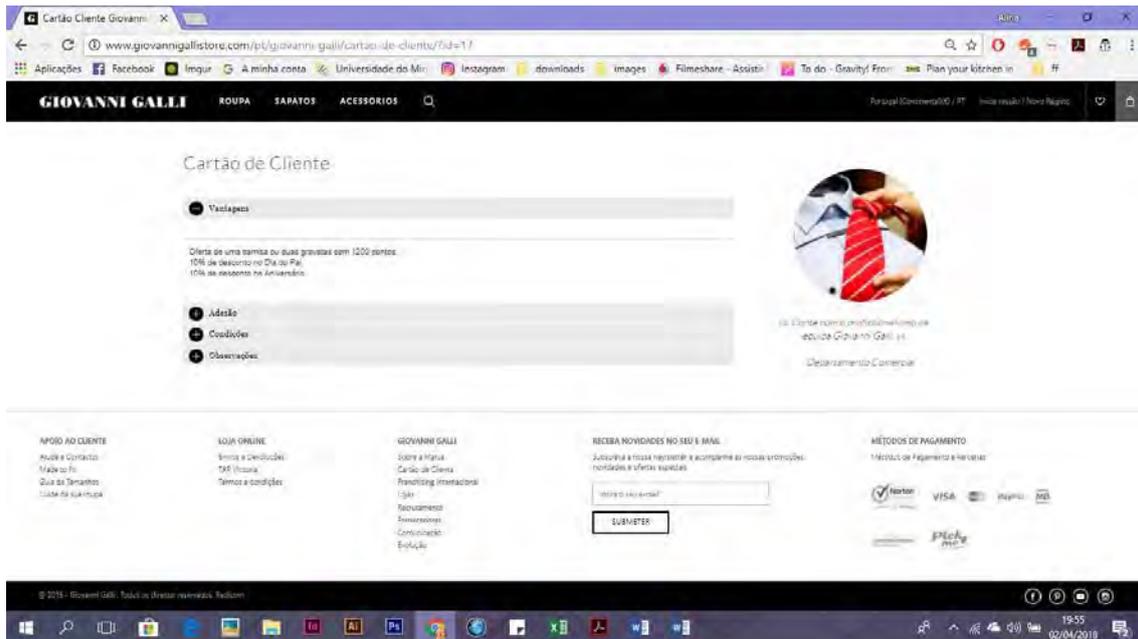
#### Estratégia da Marca

A Giovanni Galli quer projectar uma **imagem de qualidade**, design e competitividade, mantendo a integridade que a define e estruturando as relações com os nossos clientes.

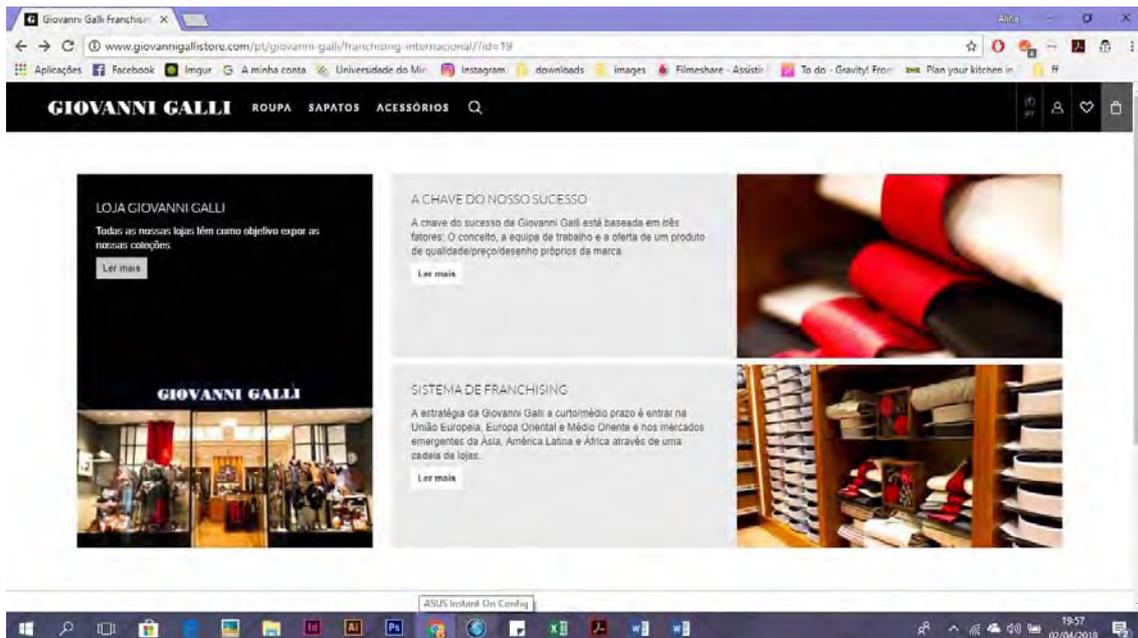
Temos como desafio divulgar a Giovanni Galli de forma a exportar a marca como um estilo de vida.

#### CONTACTE-NOS

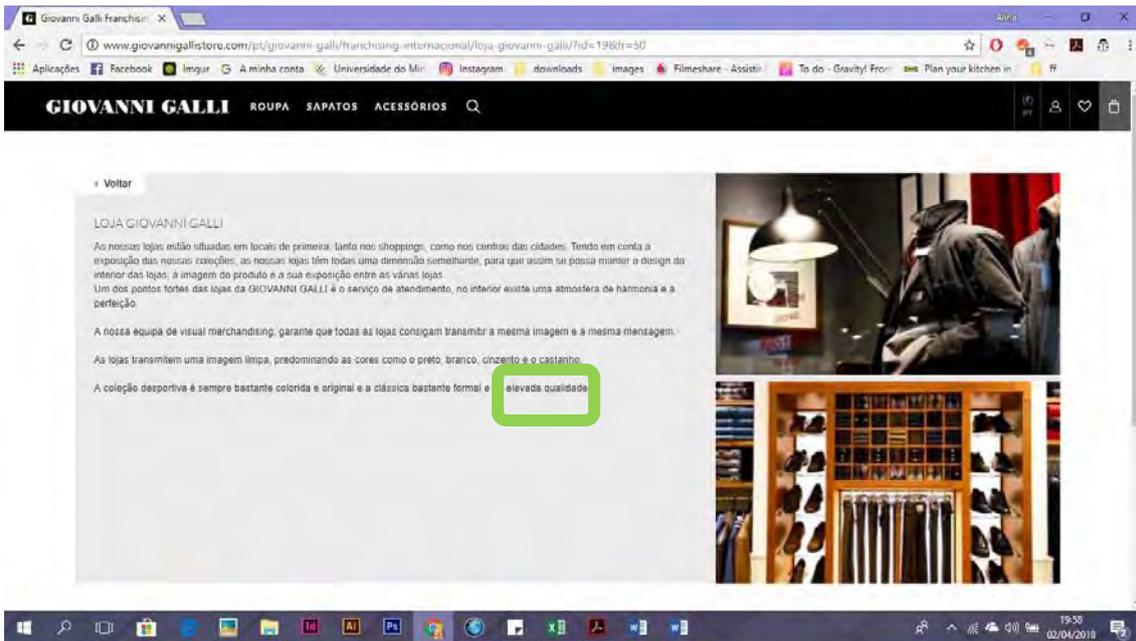
##### 1.3.7- Cartão de Cliente



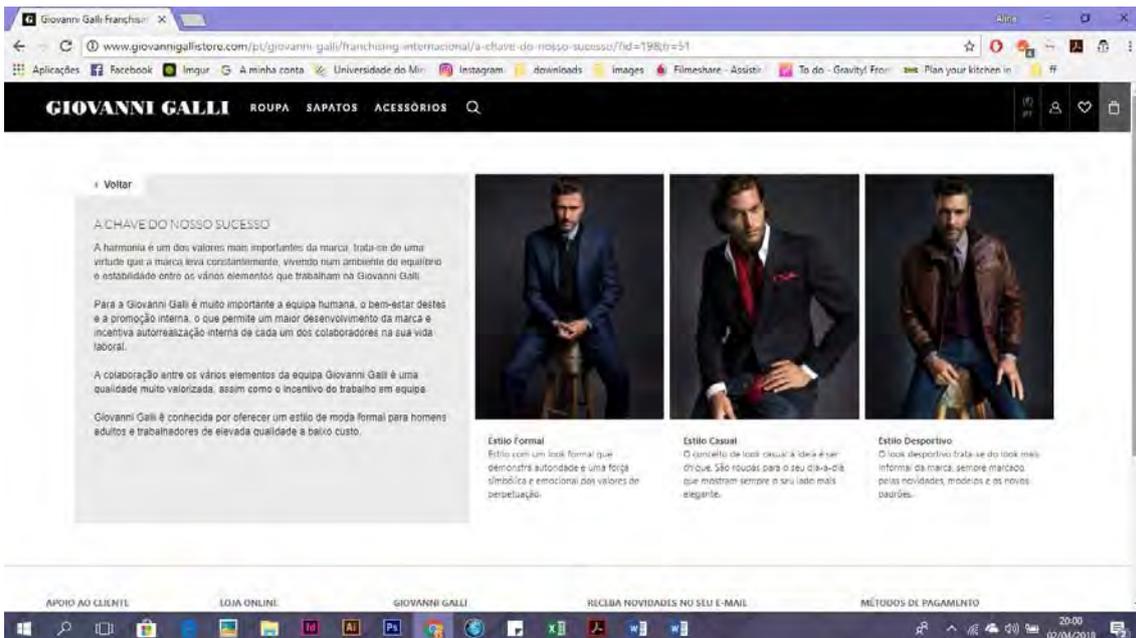
### 1.3.8- Franchising Internacional



#### 1.3.8.1- Loja GIOVANNI GALLI



### 1.3.8.2- A Chave do Nosso Sucesso



### 1.3.8.3- Sistema de Franchising

Giovanni Galli Franchising

www.giovannigallistore.com/pl/giovanni-galli/franchising-internacional/sistema-de-franchising/?id=195&tr=52

Facebook | Imgur | A minha conta | Universidade de Mir | Instagram | downloads | images | Filmeshare - Assistir | To do - Gravity! Franchising | Plan your kitchen in

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

Voltar

**SISTEMA DE FRANCHISING**

A Giovanni Galli (GG) não se dedica ao comércio grossista, sem controlo dos canais subsequentes do comércio retalhista. Existem dois formatos de negócios: lojas monomarcas e formatos de cantos em lojas de departamento ou grandes lojas multimarcas (apenas para mercados específicos).

O principal requisito é abrir lojas nas principais ruas comerciais ou em consolidados e modernos centros comerciais com elevadas taxas de visitação e presença das principais marcas.

A área de comércio ideal é 100-120 metros quadrados, mais de 30% do armazém, com uma fachada de 6-8 m.

Uma das principais características distintivas da Giovanni Galli é o uso de uma política de preço único por artigo, o que garante uma relação mais próxima do cliente com os nossos principais produtos formatos, tais como faldas (por exemplo um tamanho 110 ou 120 (tudo o mesmo) e as gravatas (isto ou polícias) e o mesmo preço). Franchising (apenas área internacional).

ESQUEMA DE TRABALHO - CONDIÇÕES DE FRANCHISING

VANTAGENS DA GIOVANNI GALLI

**Mercados de expansão da marca**

Preferimos implementar lojas em todo o Mundo, com interesse estratégico em Europa Ásia.

**Contacto**

Se estiver interessado em abrir uma loja Giovanni Galli no seu país, entre em contacto com o nosso Departamento de Franchising em [franchising@giovannigalli.it](mailto:franchising@giovannigalli.it).

(+351) 218 685 420

**GIOVANNI GALLI**

20:02 02/04/2019

Giovanni Galli Franchising

www.giovannigallistore.com/pl/giovanni-galli/franchising-internacional/sistema-de-franchising/?id=195&tr=52

Facebook | Imgur | A minha conta | Universidade de Mir | Instagram | downloads | images | Filmeshare - Assistir | To do - Gravity! Franchising | Plan your kitchen in

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

internacional)

**ESQUEMA DE TRABALHO - CONDIÇÕES DE FRANCHISING**

- Apoio a um negócio franchisado desde o momento de tomar a decisão de abrir uma loja.
- Avaliação da localização de uma futura loja e aprovação da sua data de abertura.
- Elaboração do design da loja.
- Fornecimento de amostras de equipamento e imitações da loja.
- Fornecimento de todos os materiais e publicidade.
- Matrizes multimarcas para a loja a abrir.
- Presença de especialistas GG nas lojas, no caso de abertura.
- Presença de um merchandiser sénior durante a abertura de lojas/novas coleções.
- Formação de pessoal da loja de merchandising, tecnologia da informação e técnicas de vendas GG.
- Consultas em formação de ordem.
- Consulta e apoio em todos os processos de negócios relacionados com as operações das lojas.
- Ao contrário de muitas marcas, a GG não reúne direitos de vendas de Parceiros.
- Para um potencial parceiro abrir uma loja só é necessário que esteja em plena conformidade com os padrões da GG.
- Para abrir uma loja as entregas de mobiliário para a loja deverão ser garantidas por depósito bancário (garantia "on first demand") por um banco internacional reconhecido.
- Abertura de uma loja GG, juntamente com a preparação do projeto de design e decoração e arranjo e fornecimento de coleções leva 6 meses em média.

VANTAGENS DA GIOVANNI GALLI

**Preferimos implementar lojas em todo o Mundo, com interesse estratégico em Europa Ásia.**

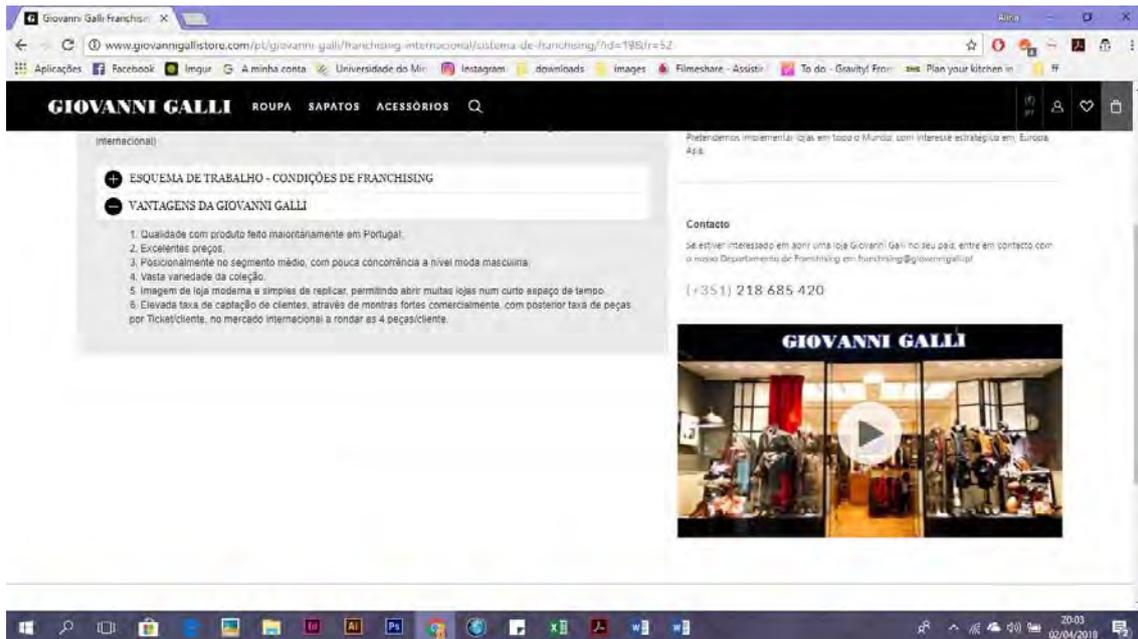
**Contacto**

Se estiver interessado em abrir uma loja Giovanni Galli no seu país, entre em contacto com o nosso Departamento de Franchising em [franchising@giovannigalli.it](mailto:franchising@giovannigalli.it).

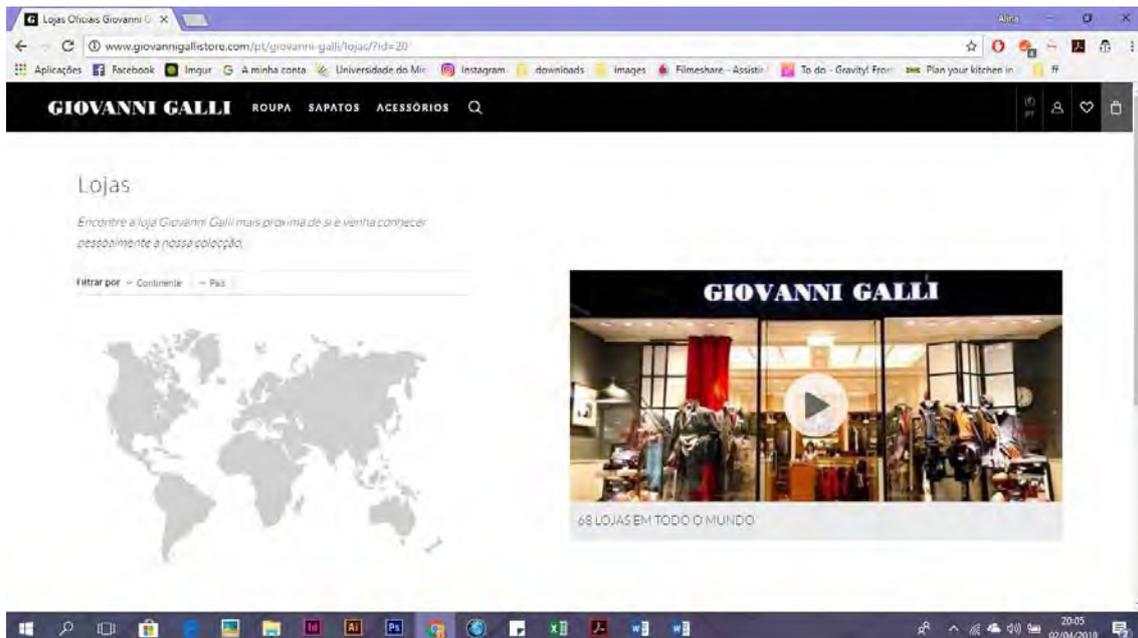
(+351) 218 685 420

**GIOVANNI GALLI**

20:03 02/04/2019



### 1.3.9- Lojas



### 1.3.10- Recrutamento

A nossa Equipa

**A NOSSA EQUIPA**

Na Giovanni Galli procuramos sempre elementos que ajudem à concretização dos objectivos da empresa. Pessoas dedicadas, de carácter firme e fácil integração nas equipas que lá existem. O segredo do sucesso não existe, por isso, na nossa empresa, dedicamo-nos a trabalhar arduamente, construindo equipas motivadas, unidas e responsáveis! Procuramos a rigor e anuímos os nossos valores no profissionalismo.

Na diversidade da nossa empresa podemos encontrar as equipas de lojas, constituídas por uma ou um responsável de loja, Visual merchandisers, vendedores e coordenadores de zona.

Todos eles trabalham com o objectivo de servir o nosso cliente, apresentando a colecção, a marca e a sua dinâmica, própria de uma empresa de moda.

É ainda da responsabilidade destas equipas a reposição dos artigos e a manutenção da imagem etc. (...)

**Equipa de gestão e administração**

O mundo da moda é complexo e abrange várias áreas de trabalho. Uma colecção tem, como base, o departamento de design, responsável pela criação, desenvolvimento e imagem da mesma.

A seguir, teremos a intervenção das equipas de compra, planeamento, produção e gestão de stocks.

As equipas de expansão e abertura de lojas internacionais, dispõem de toda a estrutura disponível, o que lhes permite continuar a conquistar novos mercados e o crescimento e manutenção dos mercados já em funcionamento.

A equipa de marketing e comunicação é responsável pelo desenvolvimento de estratégias de curto, médio e longo prazo e da divulgação, promoção e exposição da marca aos meios de comunicação.

Todas as campanhas e actividades são ainda geridas por este departamento.

Os departamentos de recursos humanos, jurídico, financeiro, (...)




Recrutamento

**Recrutamento**

**VAGAS DISPONÍVEIS**

Filtrar por — Continente



Lista de concelhos por NUTS, distritos e freguesias - Wikipédia, a enciclopédia livre.pdf - Adobe Acrobat Reader DC

Perguntas Frequentes

www.giovanngallistore.com/bl/giovanngalli/recrutamento/recrutamento/perguntas-frequentes/?hd=58

GIOVANNI GALLI ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

A NOSSA FILIPIA

VAGAS

PERGUNTAS FREQUENTES

### Perguntas Frequentes

**- CONTRATAÇÃO**

Que tipo de contratos oferece a Giovanni Galli?

A Giovanni Galli oferece contrato a termo - Full Time e Part Time - com a possibilidade de continuar na empresa.

**+ REQUISITOS E FORMAÇÃO**

**+ HORÁRIOS**

**+ LOCALIZAÇÃO**

**+ ESTÁGIOS**

**+ TRABALHO**



Tem dúvidas?  
Contate-nos e nossa equipe está disponível para responder às suas questões.

APOIO AO CLIENTE LOJA ONLINE GIOVANNI GALLI RECEBA NOVIDADES NO SEU E-MAIL MÉTODOS DE PAGAMENTO

23:10 02/04/2019

Perguntas Frequentes

www.giovanngallistore.com/bl/giovanngalli/recrutamento/recrutamento/perguntas-frequentes/?hd=58

GIOVANNI GALLI ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

A NOSSA FILIPIA

VAGAS

PERGUNTAS FREQUENTES

### Perguntas Frequentes

**+ CONTRATAÇÃO**

**- REQUISITOS E FORMAÇÃO**

A Giovanni Galli oferece formação aos novos colaboradores?

A Giovanni Galli quer que os seus funcionários cresçam com a empresa. Por essa razão, oferece formações várias vezes ao ano, para que estes possam evoluir.

**+ HORÁRIOS**

**+ LOCALIZAÇÃO**

**+ ESTÁGIOS**

**+ TRABALHO**



Tem dúvidas?  
Contate-nos e nossa equipe está disponível para responder às suas questões.

APOIO AO CLIENTE LOJA ONLINE GIOVANNI GALLI RECEBA NOVIDADES NO SEU E-MAIL MÉTODOS DE PAGAMENTO

23:12 02/04/2019

Perguntas Frequentes

www.giovanngallistore.com/pt/giovanngalli/recrutamento/recrutamento/perguntas-frequentes/?id=58

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

A NOSSA EQUIPA  
VAGAS  
PERGUNTAS FREQUENTES

### Perguntas Frequentes

- + CONTRATAÇÃO
- + REQUISITOS E FORMAÇÃO
- HORÁRIOS

Qual é o horário de trabalho da Giovanni Galli?

Não temos diferentes horários de trabalho.

Escritório  
9h-13h – 14h-18h

Lojas Centro  
10h – 21h, 22h, 23h ou 24h

Lojas Rua  
9:30h-19h  
9:30h-19:30h  
10h-19h  
10h-19:30h

- + LOCALIZAÇÃO
- + ESTÁGIOS
- + TRABALHO



Tem dúvidas?  
Contacte-nos, a nossa equipa está disponível para responder às suas questões.

23:12 02/04/2018

Perguntas Frequentes

www.giovanngallistore.com/pt/giovanngalli/recrutamento/recrutamento/perguntas-frequentes/?id=58

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

A NOSSA EQUIPA  
VAGAS  
PERGUNTAS FREQUENTES

### Perguntas Frequentes

- + CONTRATAÇÃO
- + REQUISITOS E FORMAÇÃO
- + HORÁRIOS
- LOCALIZAÇÃO

Onde está localizada a central da Giovanni Galli?

A central está localizada na Rua Cintura do Porto, Prédio R, 1º AV. 1850-325 Lisboa, Portugal, a 10 minutos do aeroporto de Lisboa.

- + ESTÁGIOS
- + TRABALHO



Tem dúvidas?  
Contacte-nos, a nossa equipa está disponível para responder às suas questões.

APOIO AO CLIENTE LOJA ONLINE GIOVANNI GALLI ANA SOUSA - Microsoft Word E-MAIL MÉTODOS DE PAGAMENTO

23:13 02/04/2018

Perguntas Frequentes

www.giovanngallistore.com.br/giovanngalli/recrutamento/recrutamento/perguntas-frequentes/?id=58

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

A NOSSA EQUIPA  
VAGAS  
PERGUNTAS FREQUENTES

### Perguntas Frequentes

- + CONTRATAÇÃO
- + REQUISITOS E FORMAÇÃO
- + HORÁRIOS
- + LOCALIZAÇÃO
- ESTÁGIOS
- + TRABALHO

**Posso estagiar na Giovanni Galli?**  
A Giovanni Galli oferece-lhe a possibilidade de estagiar em vários postos de trabalho. Oferece ao estagiário a possibilidade de ganhar experiência numa empresa internacional de referência no mercado nacional.  
Os estudantes que enlertem para fazer estágio na Giovanni Galli, devem demonstrar flexíveis, uma boa capacidade de adaptação ao ambiente profissional e iniciativa própria.



**Tem dúvidas?**  
Contacte-nos, a nossa equipa está disponível para responder às suas questões.

APOIO AO CLIENTE LOJA ONLINE GIOVANNI GALLI ANA SCILISA - Microsoft Word E-MAIL MÉTODOS DE PAGAMENTO 23:13 02/04/2018

Perguntas Frequentes

www.giovanngallistore.com.br/giovanngalli/recrutamento/recrutamento/perguntas-frequentes/?id=58

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

A NOSSA EQUIPA  
VAGAS  
PERGUNTAS FREQUENTES

### Perguntas Frequentes

- + CONTRATAÇÃO
- + REQUISITOS E FORMAÇÃO
- + HORÁRIOS
- + LOCALIZAÇÃO
- + ESTÁGIOS
- TRABALHO

**Posso trabalhar temporariamente em épocas festivas ou no verão?**  
Sabendo que o serviço de atendimento ao cliente na Giovanni Galli é personalizado, não cobrimos posições de trabalho apenas para épocas festivas e férias de verão/páscoa/inatal

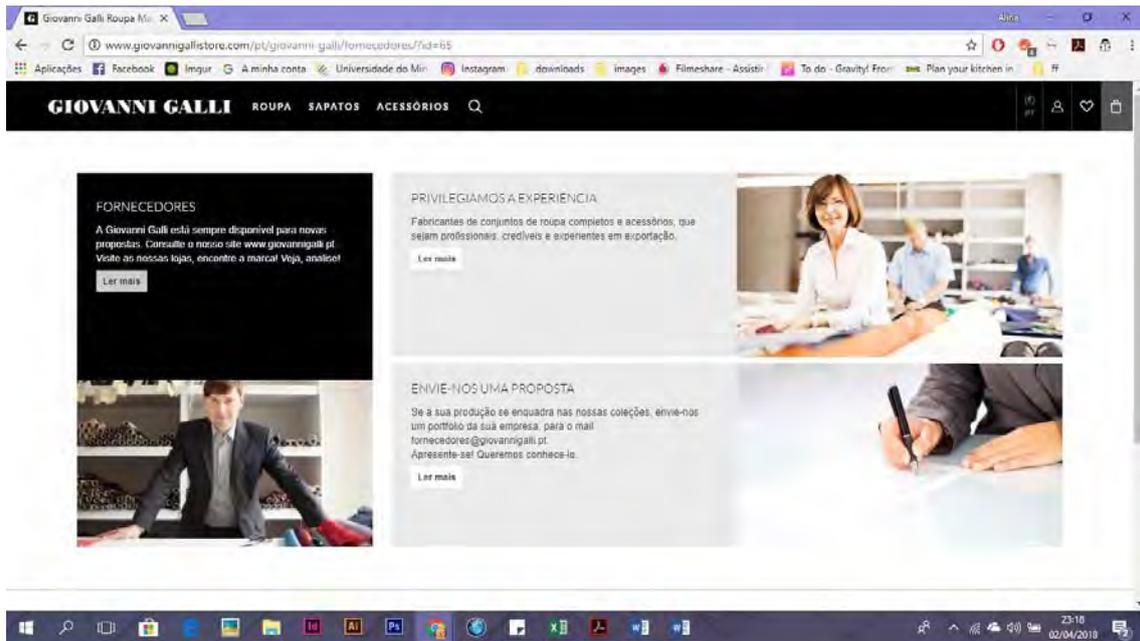


**Tem dúvidas?**  
Contacte-nos, a nossa equipa está disponível para responder às suas questões.

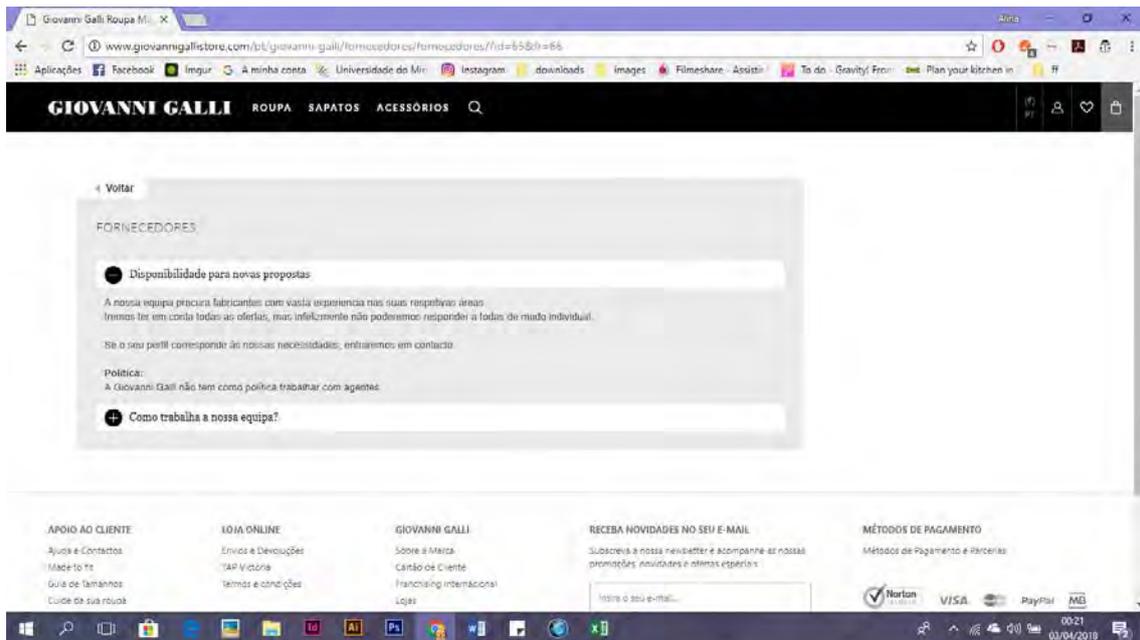
facebook  
Regina Antunes também comentou o vídeo de Amor 7 Te Amo  
119 outras notificações novas  
www.facebook.com

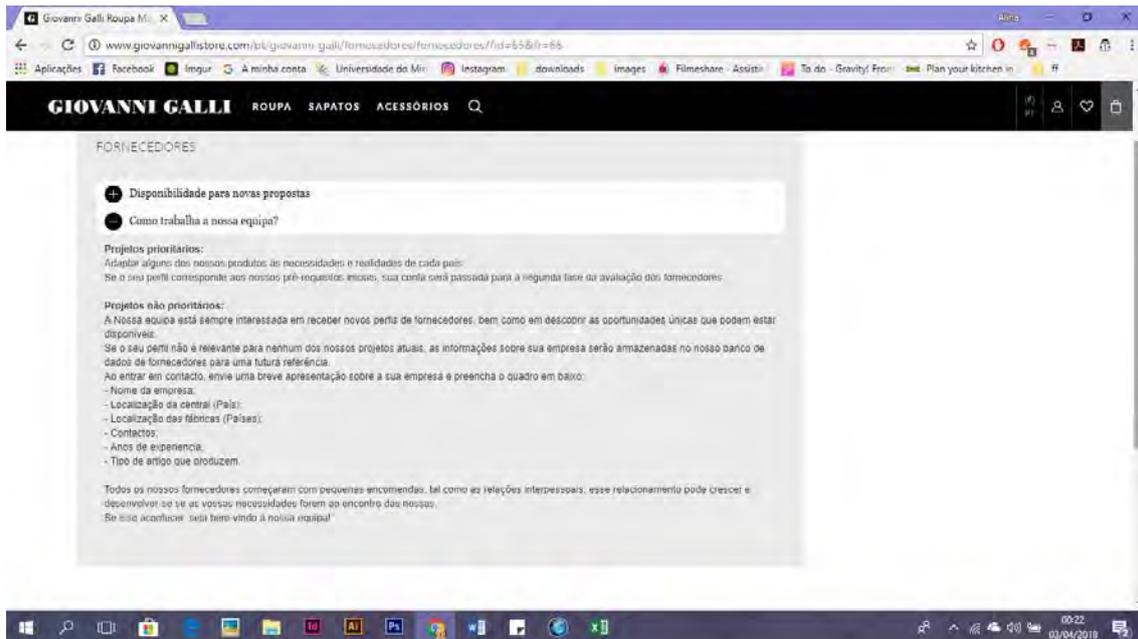
APOIO AO CLIENTE LOJA ONLINE GIOVANNI GALLI ANA SCILISA - Microsoft Word E-MAIL MÉTODOS DE PAGAMENTO 23:13 02/04/2018

### 1.3.11- Fornecedores

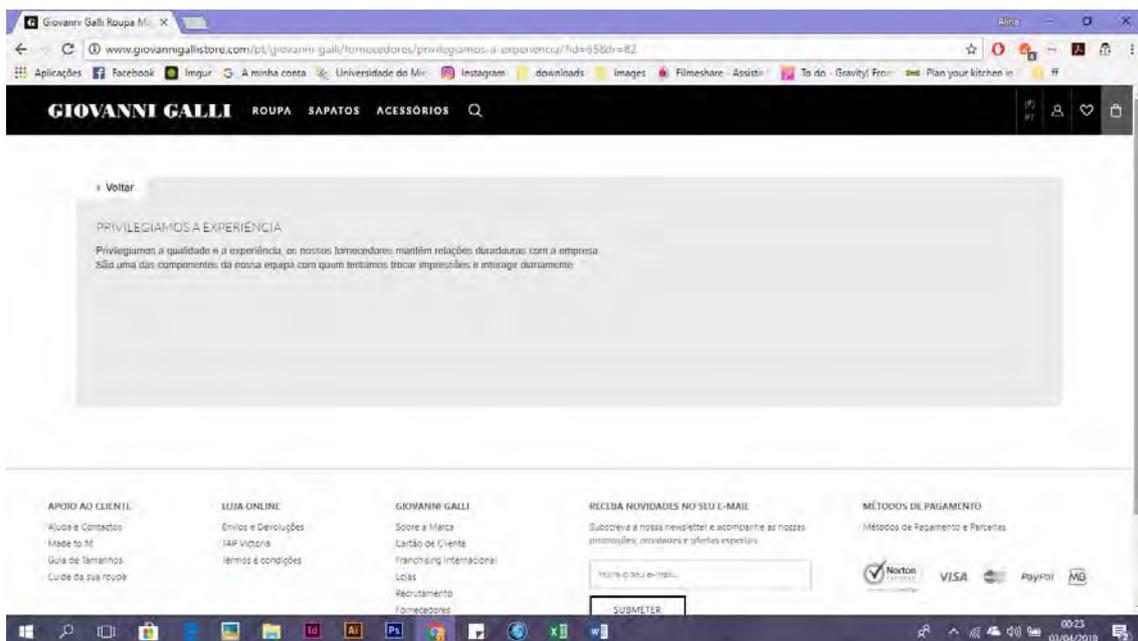


### 1.3.11.1- Fornecedores





### 1.3.11.2- Privilegiamos a Experiência



### 1.3.11.3- Envie-nos uma Proposta

Giovanni Galli Roupa M... X

www.giovannigallistore.com/bl/giovanni-galli/fornecedores/envie-nos-uma-proposta/?id=65&fr=83

Facebook | Imgur | A minha conta | Universidade de Mir | Instagram | downloads | images | Filmeshare | Assistir | To do - Gravity! From | Plan your kitchen in

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

Voltar

ENVIE-NOS UMA PROPOSTA.

**DISPONIBILIDADE PARA NOVAS PROPOSTAS**

A nossa equipa procura fabricantes com vasta experiência nas suas respetivas áreas. Iremos ler em conta todas as ofertas, mas infelizmente não poderemos responder a todas de modo individual. Se o seu perfil corresponde às nossas necessidades, entraremos em contacto.

**Política:**  
A Giovanni Galli não tem como política trabalhar com agentes.

**COMO TRABALHA A NOSSA EQUIPA?**



**Mercados de expansão da marca**  
Queremos implementar lojas em todo o Mundo, com interesse estratégico em, Europa, Ásia...

**Contacto**  
Se estiver interessado em abrir uma loja Giovanni Galli no seu país, entre em contacto com o nosso Departamento de Franchising em franchising@giovannigalli.it  
(+351) 218 685 420

**GIOVANNI GALLI**

00:25 03/04/2019

Giovanni Galli Roupa M... X

www.giovannigallistore.com/bl/giovanni-galli/fornecedores/envie-nos-uma-proposta/?id=65&fr=83

Facebook | Imgur | A minha conta | Universidade de Mir | Instagram | downloads | images | Filmeshare | Assistir | To do - Gravity! From | Plan your kitchen in

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

ENVIE-NOS UMA PROPOSTA.

**DISPONIBILIDADE PARA NOVAS PROPOSTAS**

**COMO TRABALHA A NOSSA EQUIPA?**

- **Projetos prioritários**  
Adaptar alguns dos nossos produtos às necessidades e realidades de cada país. Se o seu perfil corresponde aos nossos pré-requisitos iniciais, sua conta será passada para a segunda fase de avaliação dos fornecedores.
- **Projetos não prioritários**  
A Nossa equipa está sempre interessada em receber novos perfis de fornecedores, bem como em descobrir as oportunidades únicas que podem estar disponíveis. Se o seu perfil não é relevante para nenhum dos nossos projetos atuais, as informações sobre sua empresa serão armazenadas no nosso banco de dados de fornecedores para uma futura referência.

Ao entrar em contacto, envie uma breve apresentação sobre a sua empresa e preencha o quadro em baixo:  
 - Nome da empresa;  
 - Localização da central (País);  
 - Localização das fabricas (Países);  
 - Contactos - Anos de experiência;  
 - Tipo de artigo que produzem.

Todos os nossos fornecedores começaram com pequenos encomendas, tal como as relações interpessoais, esse relacionamento pode crescer e desenvolver-se se as nossas necessidades forem ao encontro das suas. Se isso acontecer, seja bem-vindo à nossa equipa!



**Mercados de expansão da marca**  
Queremos implementar lojas em todo o Mundo, com interesse estratégico em, Europa, Ásia...

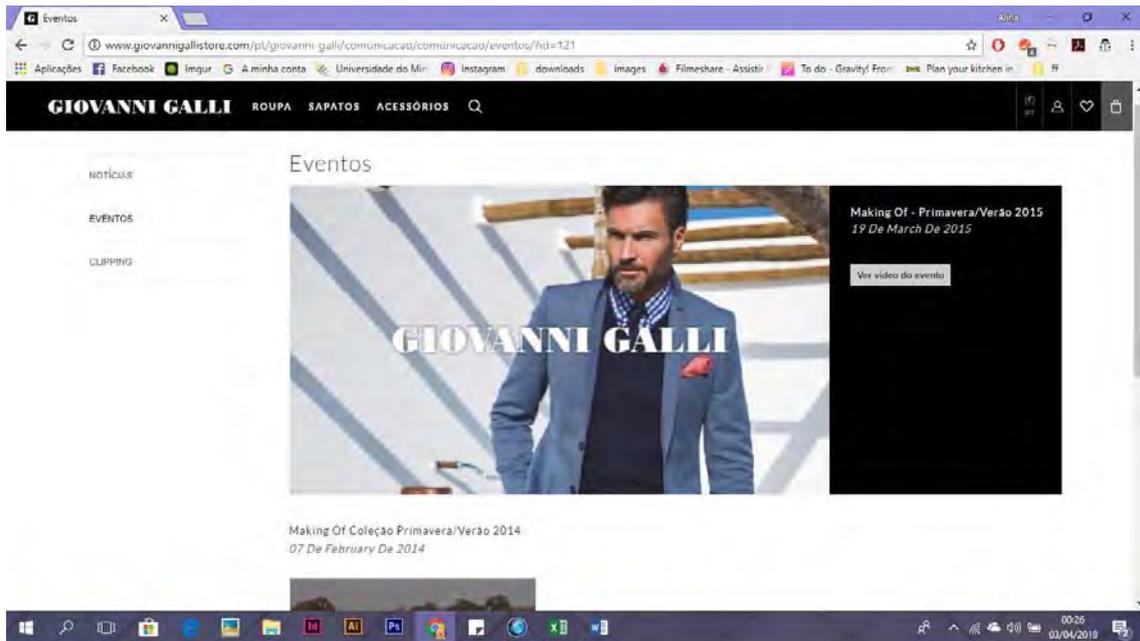
**Contacto**  
Se estiver interessado em abrir uma loja Giovanni Galli no seu país, entre em contacto com o nosso Departamento de Franchising em franchising@giovannigalli.it  
(+351) 218 685 420



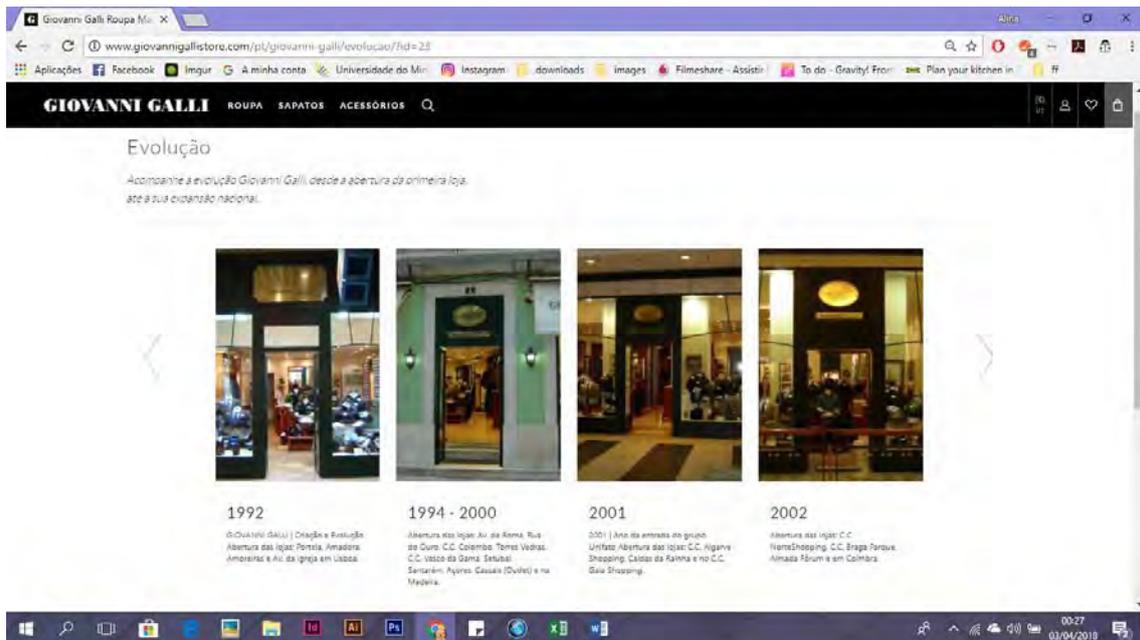
**GIOVANNI GALLI**

00:25 03/04/2019

### 1.3.12- Comunicação



### 1.3.13- Evolução



Giovanni Galli Roupa Mi

www.giovangallistore.com/pt/giovangalli/evolucao/?id=28

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads images Filmeshare Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

## Evolução

Acompanhe a evolução Giovanni Galli, desde a abertura da primeira loja, até à sua expansão nacional.

Ano	Descrição
2003	3553   Ano em que nasceu de aberturas em Portugal. Em 2003, iniciou-se a expansão por todo o país, abrindo lojas no Forum Mafra, Laria, C.C. Via Catarina, C.C. Foz Riala, C.C. Randel Naveira, C.C. Casal Shopping, C.C. W. Shopping, C.C. Estação Viana e
2004 - 2010	Abertura das lojas Fozes (Ourense), C.C. Dolce Vita Ourense, The Style Ourense, C.C. Dolce Vita, Fórum Viana, C.C. Loura Shopping, C.C. Tivoli Shopping, Av. Guerra Junqueiro, C.C. Alegro Allajoi, C.C. Palácio do Delfo, C.C. Marshopping, Roum Balmes.
2011	2011   Há 10 anos expande internacionalmente, com abertura de lojas no Catar, Eslovénia, Líbano e Egito.
2012	Abertura de lojas nos Emiratos Árabes Unidos - Dubai, Geórgia, Macedónia, Índia, Kuwait, Kosovo e em Castelo Branco (Portugal). Nesse momento a Giovanni Galli conta com 47 Lojas no mercado nacional. 9 lojas renovadas com uma nova imagem e 18 no

Windows 00:27 03/04/2018

Giovanni Galli Roupa Mi

www.giovangallistore.com/pt/giovangalli/evolucao/?id=28

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads images Filmeshare Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #

**GIOVANNI GALLI** ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

## Evolução

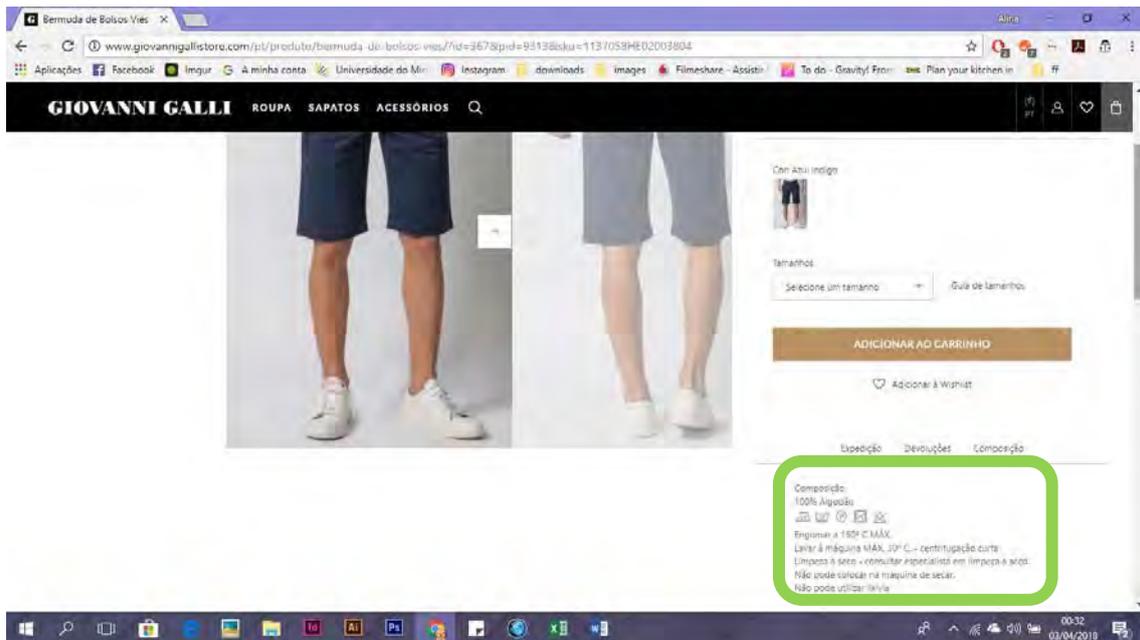
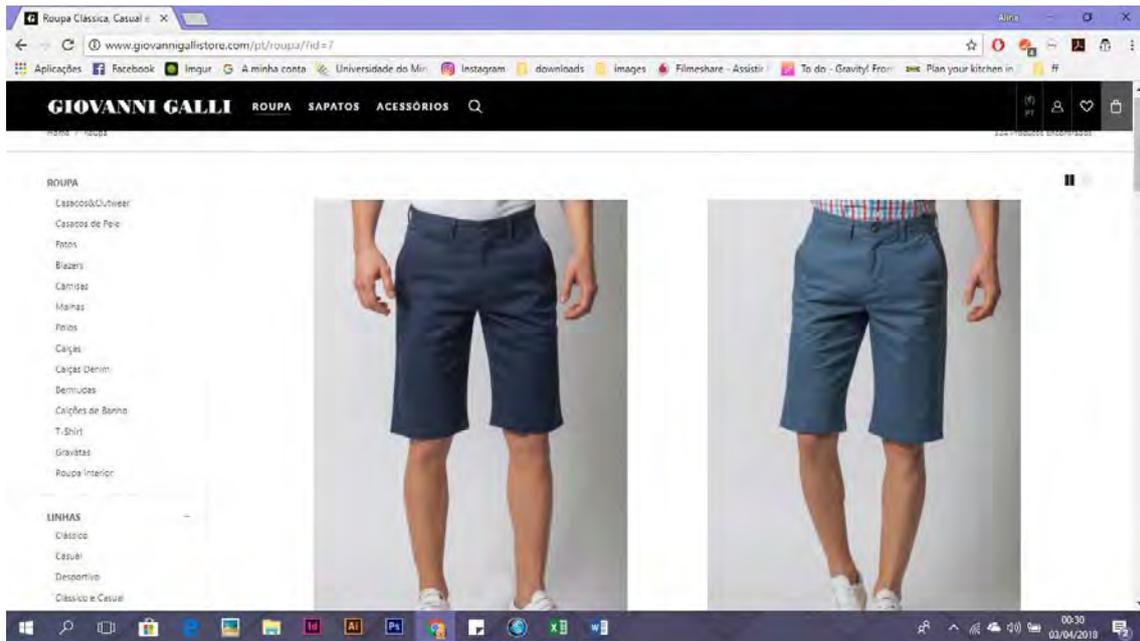
Acompanhe a evolução Giovanni Galli, desde a abertura da primeira loja, até à sua expansão nacional.

Ano	Descrição
2013	Abertura de lojas em Almada (Portugal), um outlet em Odivelas (Portugal) e no Cascais (Portugal). Neste momento, a Giovanni Galli conta com 48 lojas no mercado nacional. 11 lojas renovadas com uma nova imagem e 15 no mercado internacional.
2014	Momento a nível de expansão e marca, a Giovanni Galli abriu com a abertura de lojas em internacionais na cidade de Cascais e (Líbano), bem como uma loja outlet no famoso, a nível internacional, a Giovanni Galli viu abrir as suas portas na Geórgia. Cascais, não é Marçoso. A loja online também expandiu, oferecendo agora os seus produtos a mais 11 mercados europeus.
1992	GIOVANNI GALLI   Criação e Evolução. Abertura das lojas, Ponta, Amadora, Amadora e Av. da Igreja em Lisboa.
1994 - 2000	Abertura das lojas: Av. da Roma, Rua do Ouro, C.C. Colombo, Torres Vedras, C.C. Vasco da Gama, Zélibon, (Líbano), Agostinho, (Líbano) e na Madeira.

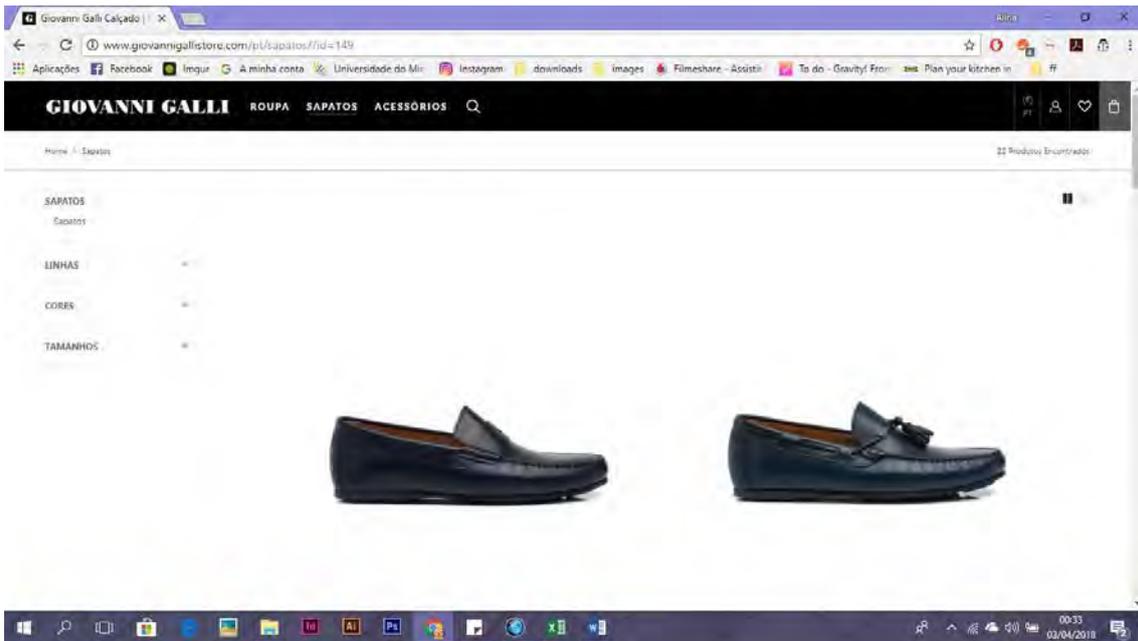
www.giovangallistore.com/pt/giovangalli/evolucao/?id=28

Windows 00:28 03/04/2018

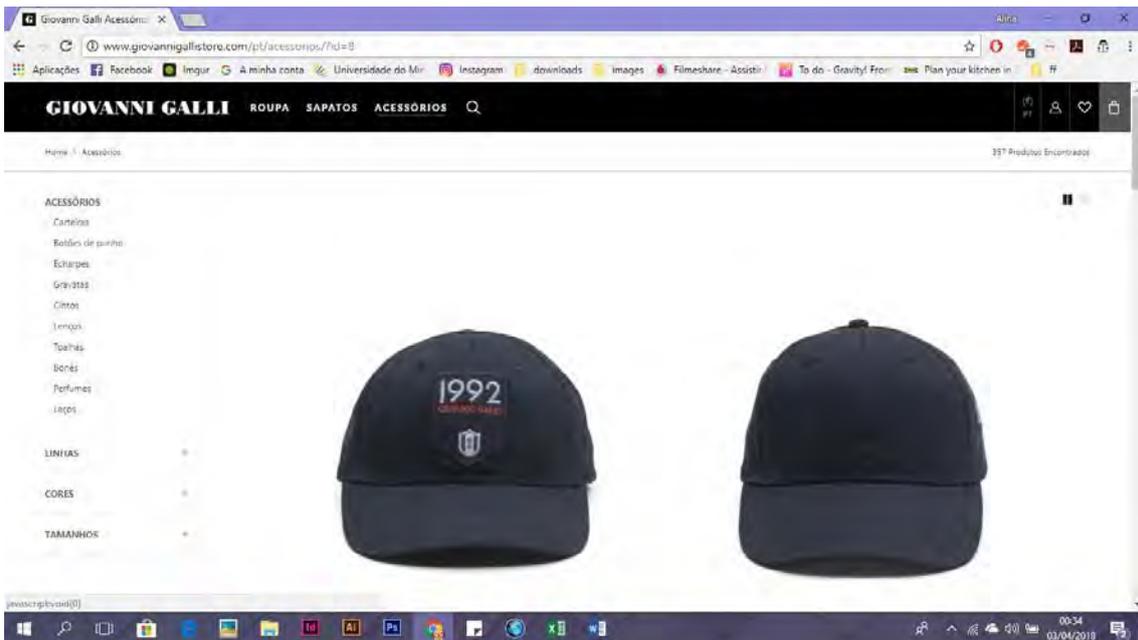
2- Sep. Roupa



### 3- Sep. Sapatos



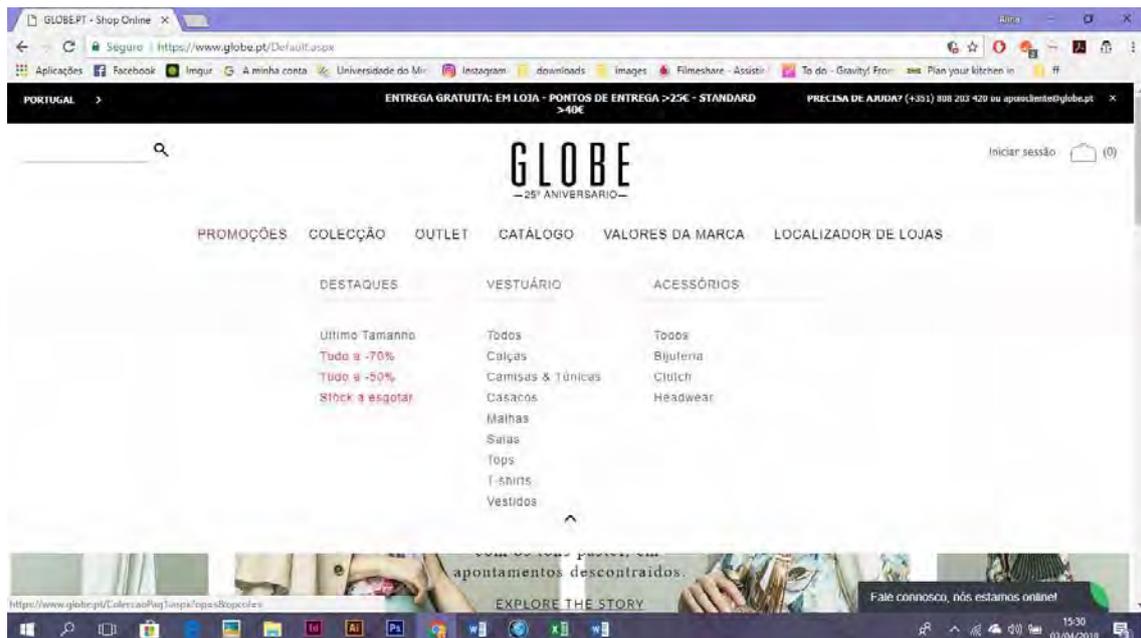
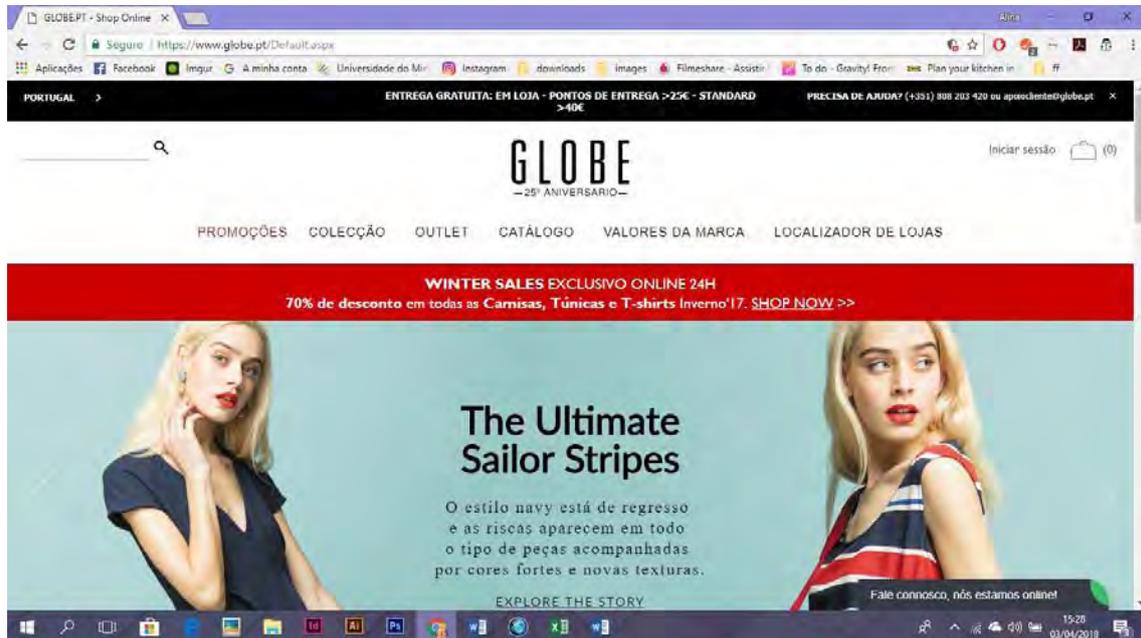
#### 4- Sep. Acessórios

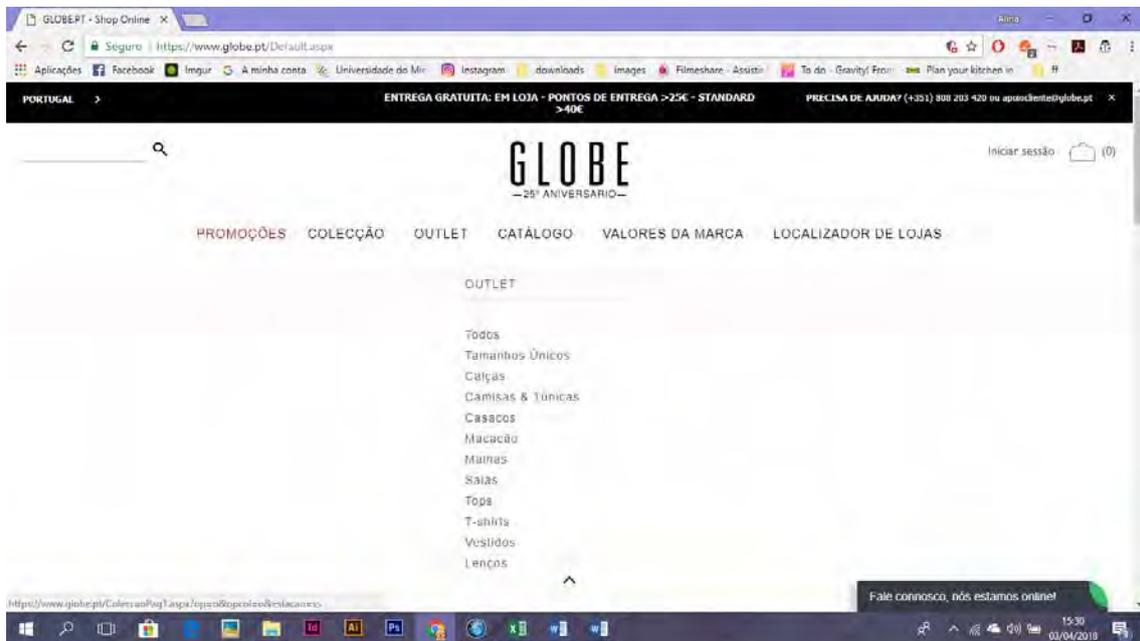
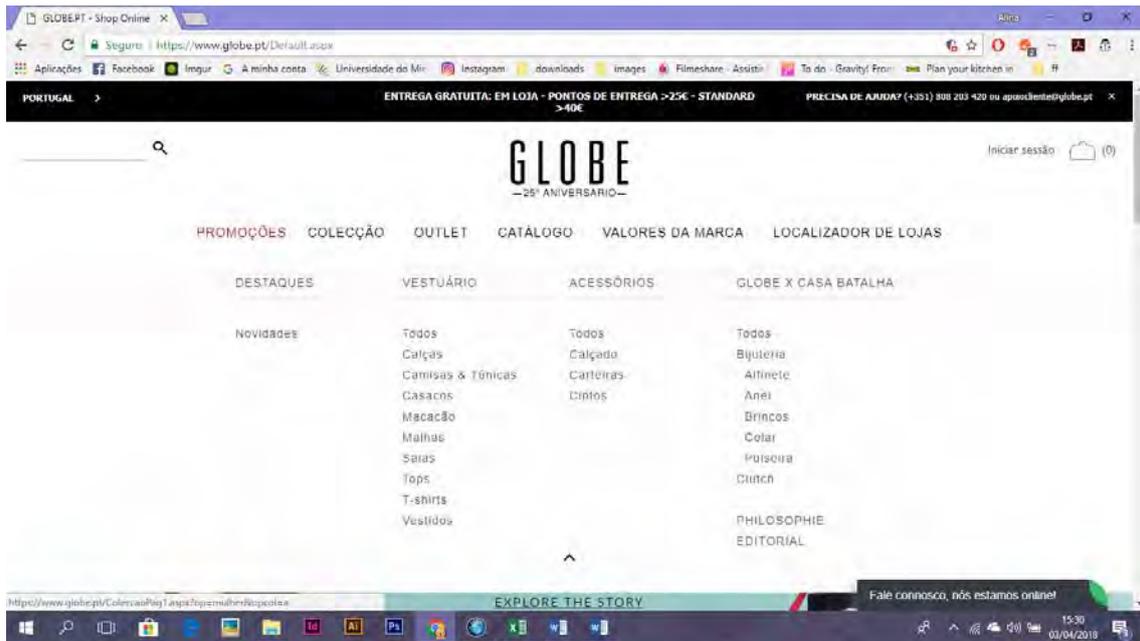


# GLOBE

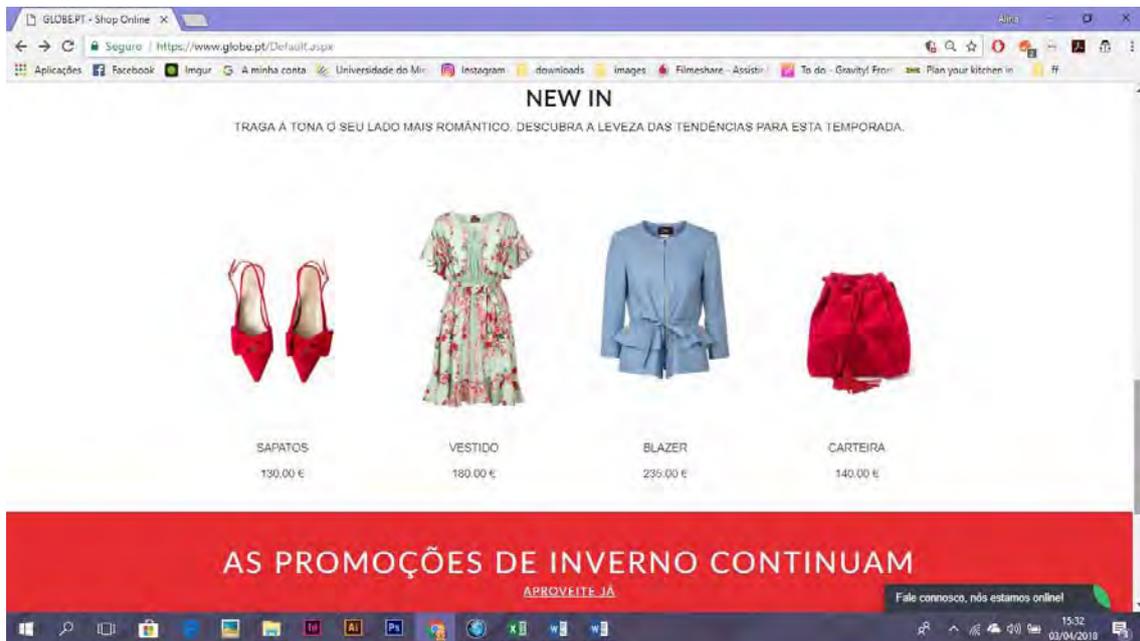
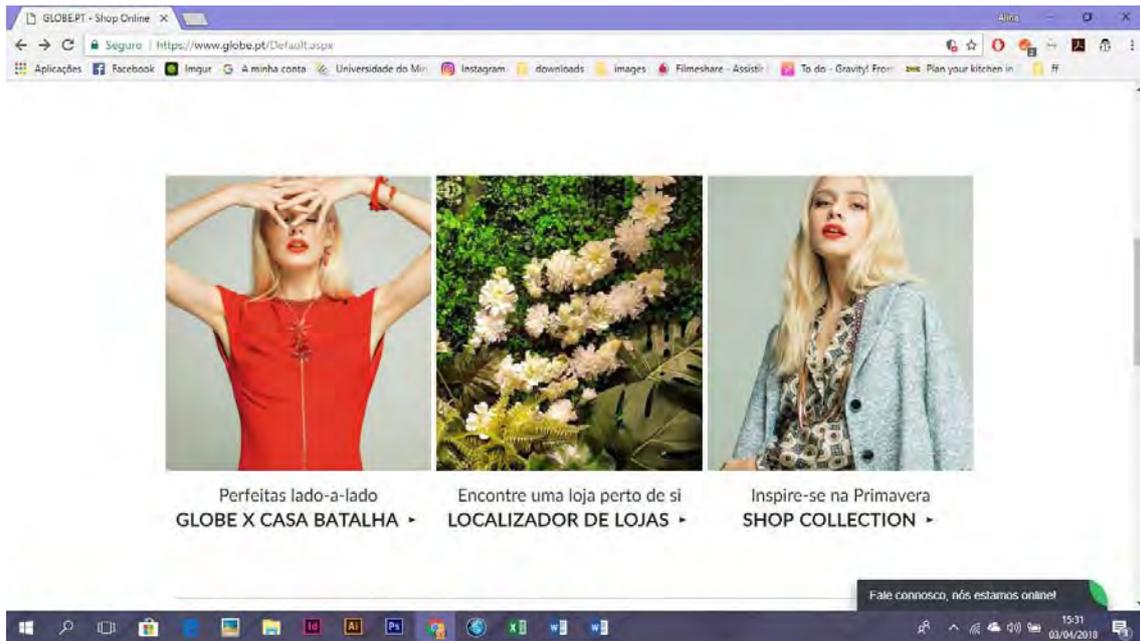
## 1-Página Inicial

### 1.1- Barra de Menu

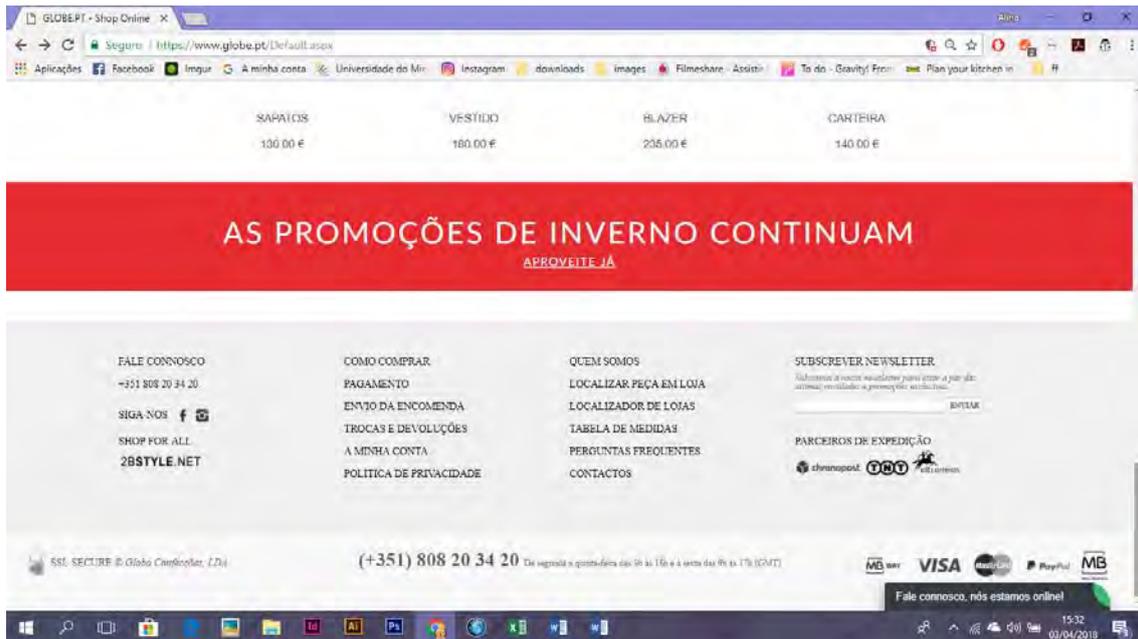




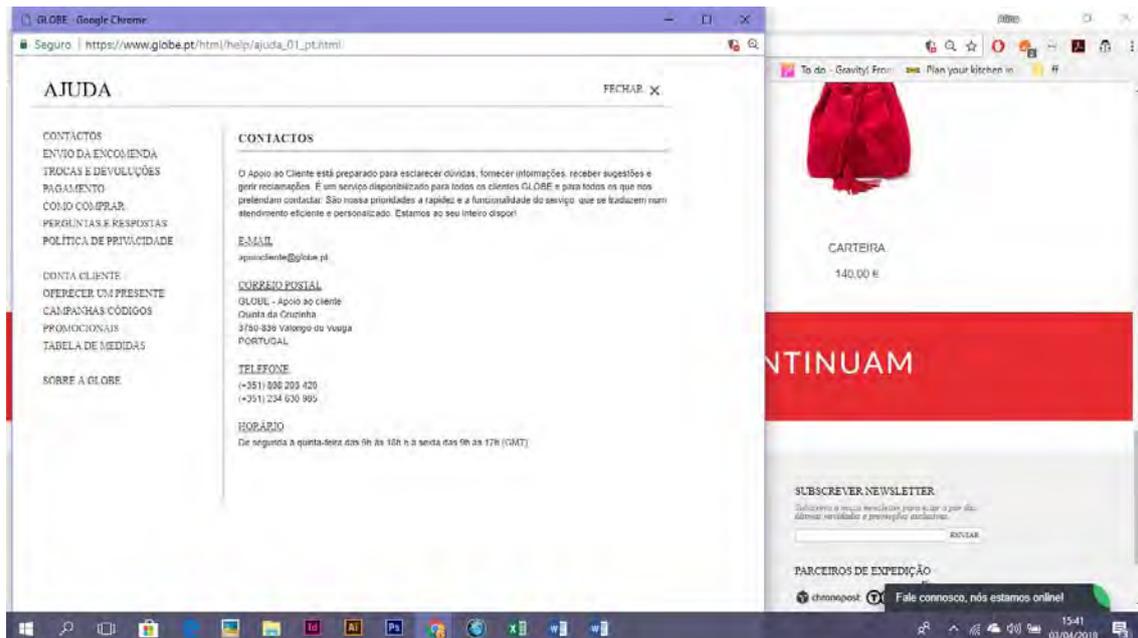
## 1.2-Corpo



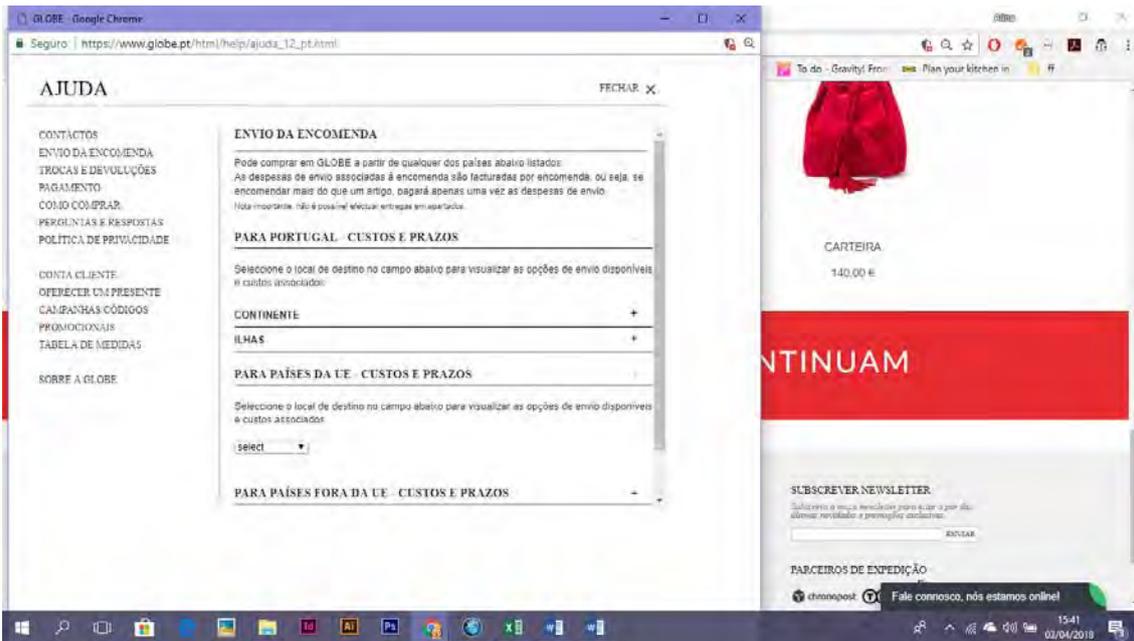
### 1.3- Barra Final



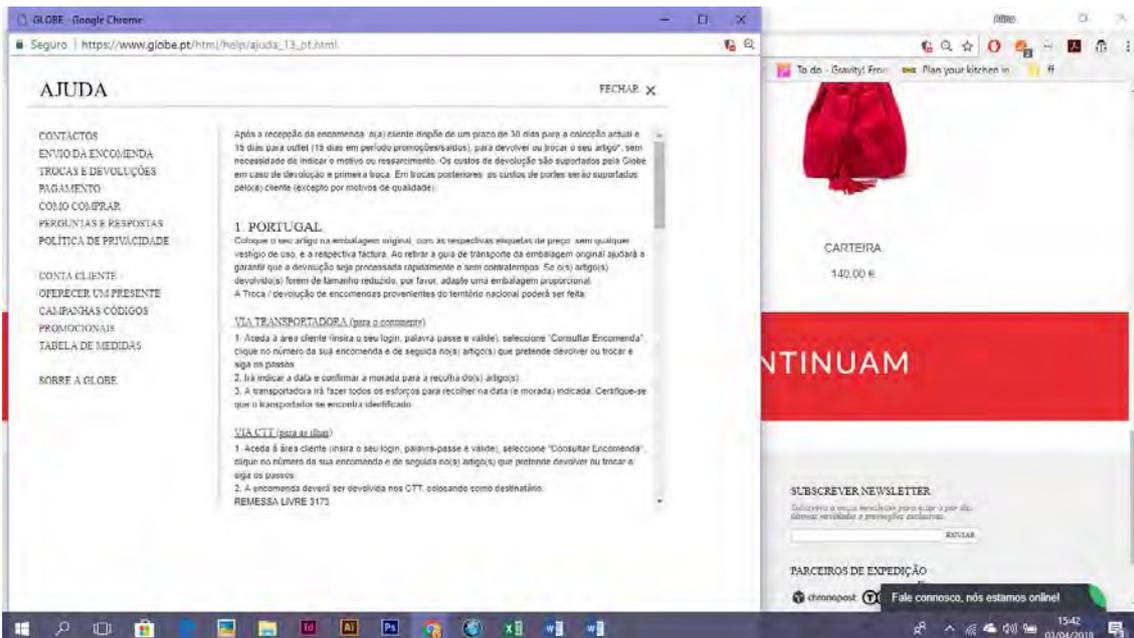
### 1.3.1- Contactos



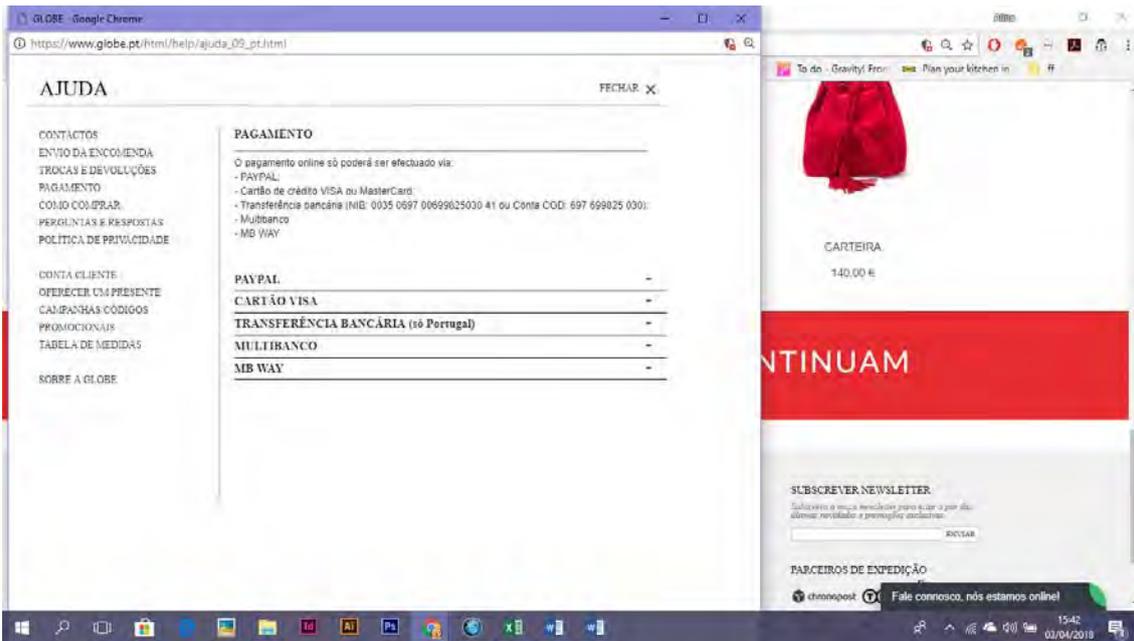
### 1.3.2- Envio da Encomenda



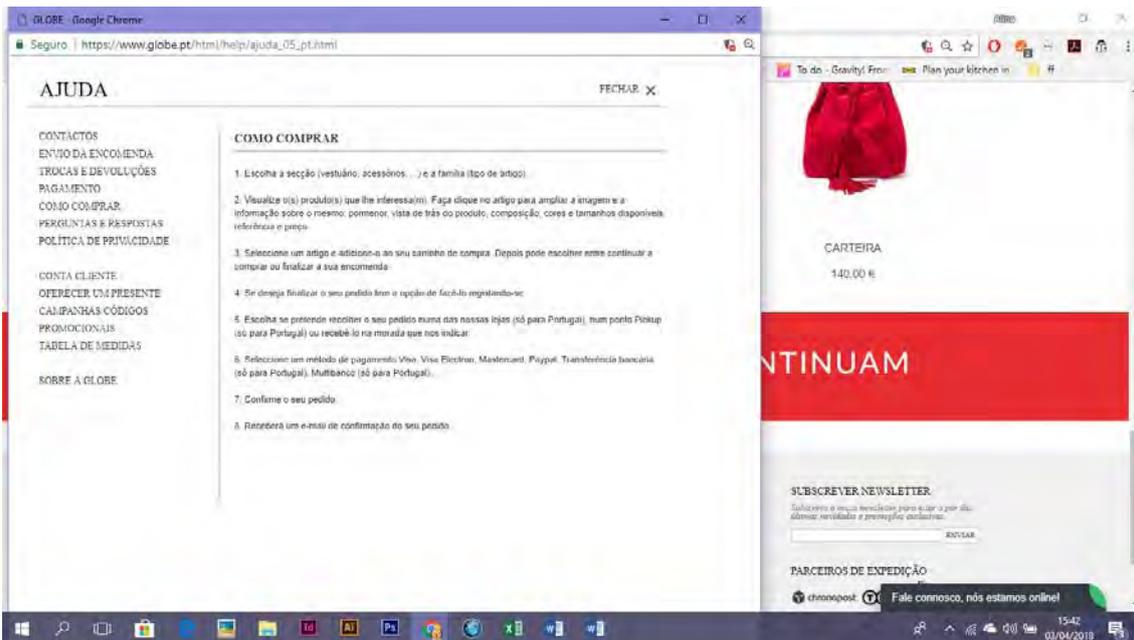
### 1.3.3- Trocas e Devoluções



### 1.3.4- Pagamento



### 1.3.5- Como Comprar



### 1.3.6- Perguntas e Respostas

**AJUDA** FECHAR X

- CONTACTOS
- ENVIÓ DA ENCOMENDA
- TROCAS E DEVOLUÇÕES
- PAGAMENTO
- COMO COMPRAR
- PERGUNTAS E RESPOSTAS
- POLÍTICA DE PRIVACIDADE

---

- CONTÁ CLIENTE
- OPRECEER UM PRESENTE
- CAMPANHAS CÓDIGOS
- PROMOCIONAIS
- TABELA DE MEDIDAS

---

SOBRE A GLOBE

**A PARTIR DE QUE PAÍSES POSSO COMPRAR ONLINE EM GLOBE.PT?**  
 Posso comprar a partir de qualquer país da U.E., E.U.A., Canadá e Suíça

**COMO FAZER A TROCA DE UM ARTIGO COMPRADO ONLINE EM GLOBE.PT?**  
 Após a recepção da encomenda, o(a) cliente dispõe de um prazo de 30 dias para a contagem actual e 15 dias para o envio (15 dias em período promocional/saldos), para devolver ou trocar o seu artigo, sem necessidade de indicar a razão ou ressarcimento. Os custos de devolução são suportados pela Globe em caso de devolução e primeira troca. Em trocas posteriores, os custos de portes serão suportados pelo(a) cliente (excepto por motivos de qualidade). Clique aqui para saber mais.

**QUAL O PRAZO DE TROCA PARA UM ARTIGO COMPRADO ONLINE EM GLOBE.PT?**  
 O prazo de troca para artigos "Club e Outlet" é de 30 dias para a contagem actual e 15 dias para o envio (15 dias em período promocional/saldos).

**SE NÃO ENCONTRAR OUTRO ARTIGO DE QUE GOSTE NO PROCESSO DE TROCA, A GLOBE PROCEDE A DEVOLUÇÃO DO DINHEIRO?**  
 Caso nenhum artigo lhe agrade:  
 1) através de transportadora(CTI); no caso de uma devolução, o valor dos portes não será restituído. Se for a devolução o valor das peças, através do mesmo método de pagamento (incluindo NIB se o pagamento tiver sido efectuado por transferência bancária). As devoluções de valor apenas são efectuadas para a contabilidade que deu origem à compra.  
 2) na rede de lojas: se existir um valor a devolver ao(a) cliente, ser-lhe-á emitido um vale não descontável online, apenas em lojas, sem o valor dos portes. Fim de um prazo máximo de 180 dias para o desconto. A devolução do valor não é possível.

**QUANDO É QUE RECEBO A MINHA ENCOMENDA?**  
 Se a encomenda estiver disponível, após registada, demora cerca de 3 a 5 dias úteis para Portugal.



CARTEIRA  
140,00 €

**CONTINUAR**

SUBSCREVER NEWSLETTER  
 Solicitem a nossa newsletter para estar o primeiro a conhecer novidades e promoções exclusivas.

PARCEIROS DE ENTREGAÇÃO  
  **Fale conosco, nós estamos online!**

**AJUDA** FECHAR X

- CONTACTOS
- ENVIÓ DA ENCOMENDA
- TROCAS E DEVOLUÇÕES
- PAGAMENTO
- COMO COMPRAR
- PERGUNTAS E RESPOSTAS
- POLÍTICA DE PRIVACIDADE

---

- CONTÁ CLIENTE
- OPRECEER UM PRESENTE
- CAMPANHAS CÓDIGOS
- PROMOCIONAIS
- TABELA DE MEDIDAS

---

SOBRE A GLOBE

**QUANDO É QUE RECEBO A MINHA ENCOMENDA?**  
 Se a encomenda estiver disponível, após registada, demora cerca de 3 a 5 dias úteis para Portugal Continental, 3 a 10 dias úteis para o arquipélago da Madeira / Açores e países da U.E. No caso dos E.U.A., Canadá e Suíça demora 10 a 12 dias úteis.

\* Em época de promoções/saldos/não garantimos as expedições nos prazos mencionados devido à maior frequência de rupturas de stock e necessidade de reposição.

**COMO É QUE SEI SE A MINHA COMPRA FICOU REGISTADA?**  
 É emitido um e-mail de confirmação, no prazo de 30 minutos após ter realizado a compra.

**QUE FORMAS DE PAGAMENTO EXISTEM ONLINE EM GLOBE.PT?**  
 O pagamento poderá ser efectuado via: PAYPAL, Cartão VISA, transferência bancária (IBAN: 0035 0697 00698261030 41 ou Conta CGD: 607 696025 030) e Multibanco.

**TEMO QUE EFECTUAR UM VALOR MÍNIMO DE COMPRA?**  
 Não existe limite mínimo. Contudo, a entrega é gratuita se efectuar uma compra (não incluindo artigos Outlet) de valor superior a 29€ em Portugal, 60 € nos restantes países da União Europeia (não sujeitos a taxas aduaneiras/impostos) e 80€ nos E.U.A., Canadá e Suíça.

**QUE SEGURANÇA EXISTE AO COLOCAR OS DADOS DO MEU CARTÃO VISA?**  
 É perfeitamente seguro inserir os dados do seu cartão de crédito em qualquer compra efectuada em globe.pt, uma vez que todos os dados serão inseridos num Servidor Seguro (SSL de 128 bits) que encripta/codifica todos os dados confidenciais relativos ao seu cartão de crédito. Todas as versões dos browsers Netscape Navigator ou Microsoft Internet Explorer a partir de 3.0 suportam SSL. Dois elementos indicam que se encontra num site seguro: No canto inferior esquerdo do site encontrará o seguinte símbolo: Netscape Navigator: uma chave; Microsoft Internet Explorer: um

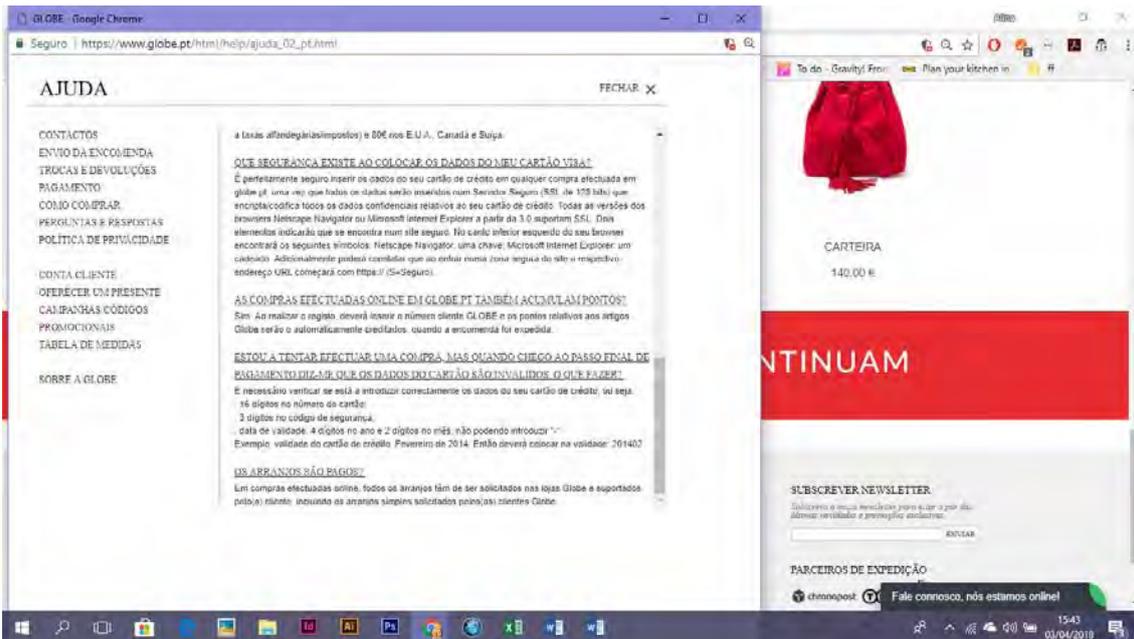


CARTEIRA  
140,00 €

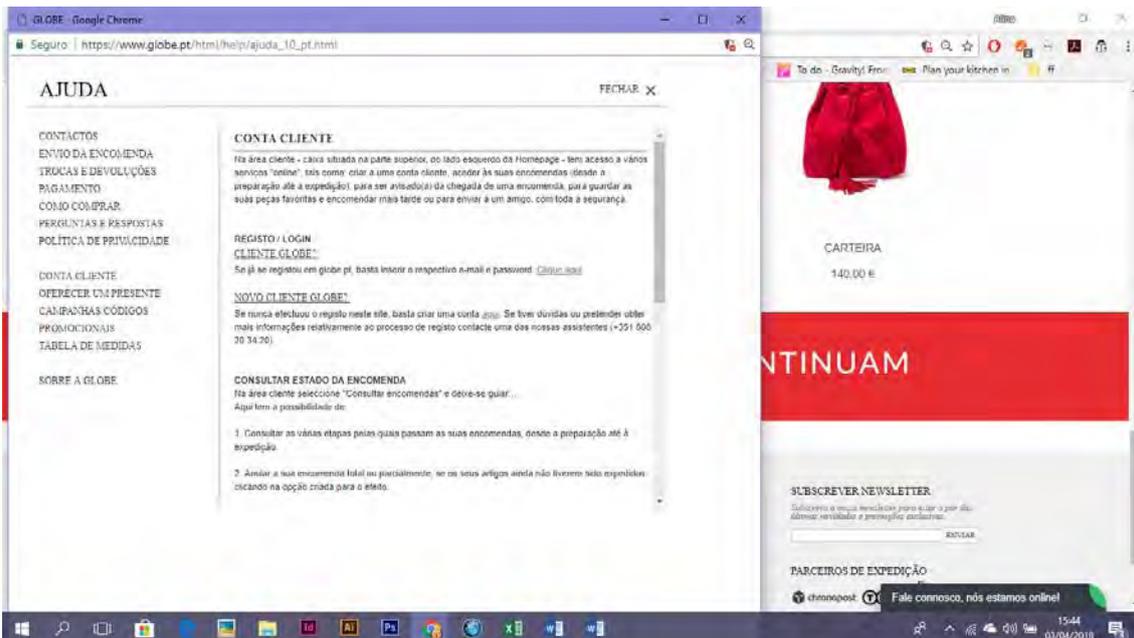
**CONTINUAR**

SUBSCREVER NEWSLETTER  
 Solicitem a nossa newsletter para estar o primeiro a conhecer novidades e promoções exclusivas.

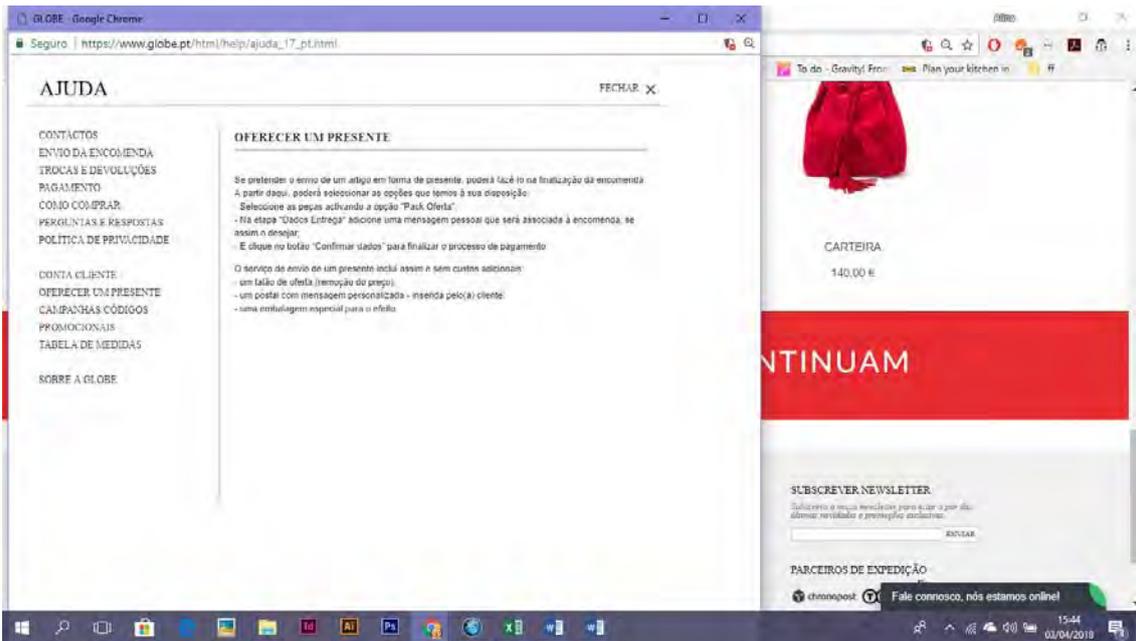
PARCEIROS DE ENTREGAÇÃO  
  **Fale conosco, nós estamos online!**



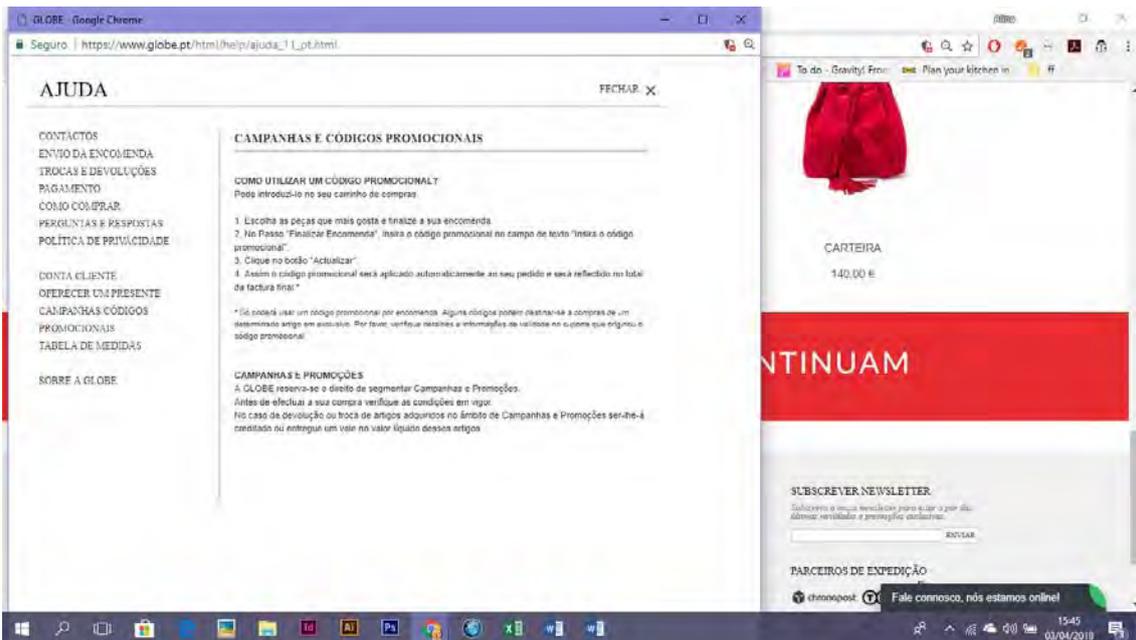
### 1.3.7- Conta Cliente



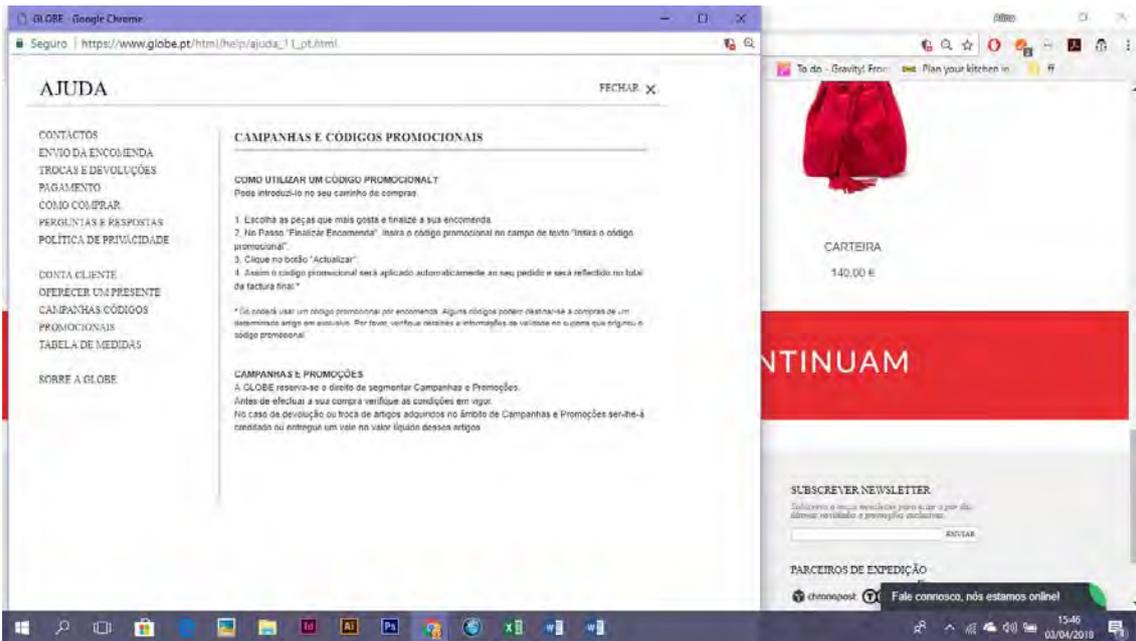
### 1.3.8- Oferecer um Presente



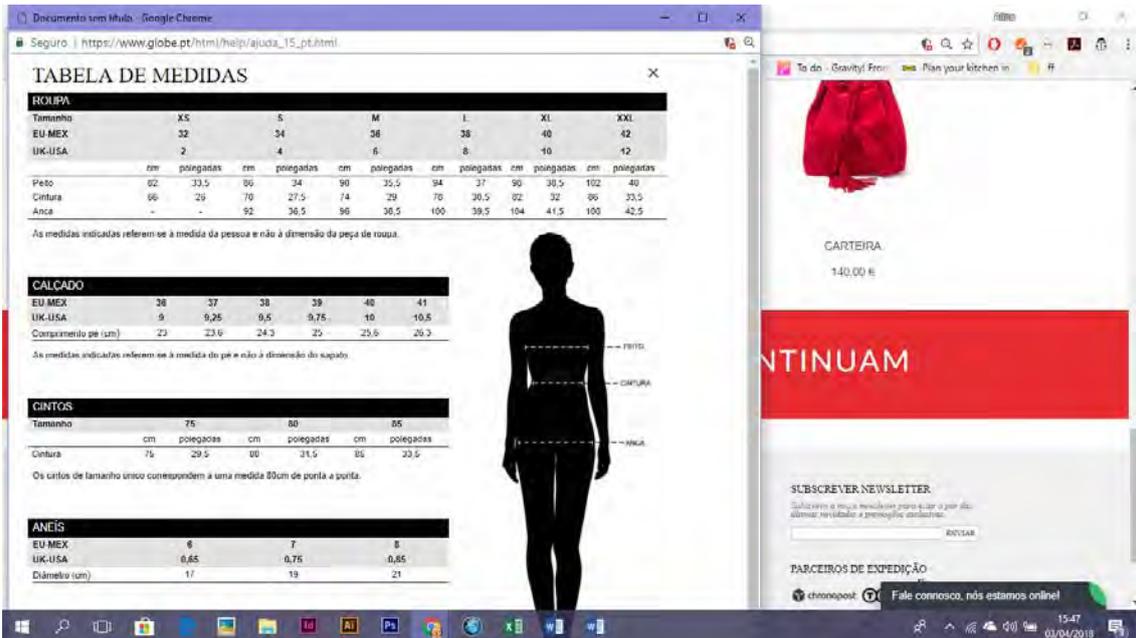
### 1.3.9- Campanhas/códigos



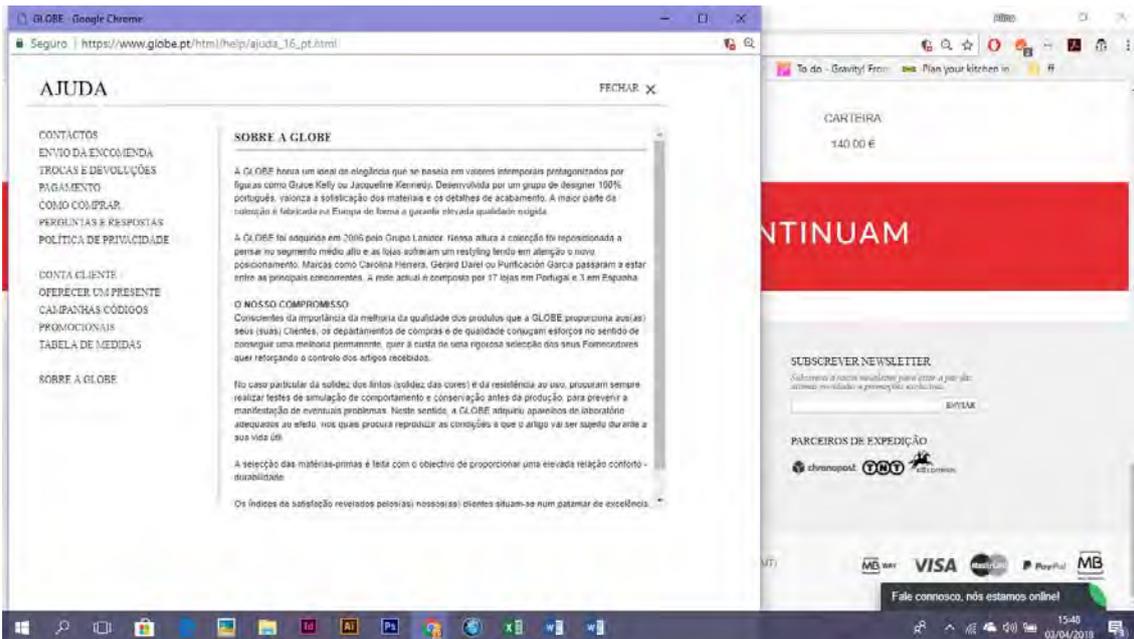
### 1.3.10- Promocionais



### 1.3.11-Tabela de Medidas



### 1.3.12- Sobre a Globe



A GLOBE honra um ideal de elegância que se baseia em valores intemporais protagonizados por figuras como Grace Kelly ou Jacqueline Kennedy. Desenvolvida por um grupo de designer 100% português, valoriza a sofisticação dos materiais e os detalhes de acabamento. A maior parte da colecção é fabricada na Europa de forma **a garantir elevada qualidade** exigida.

A GLOBE foi adquirida em 2006 pelo Grupo Lanidor. Nessa altura a colecção foi reposicionada a pensar no segmento médio alto e as lojas sofreram um restyling tendo em atenção o novo posicionamento. Marcas como Carolina Herrera, Gerard Darel ou Purificación Garcia passaram a estar entre as principais concorrentes. A rede actual é composta por 17 lojas em Portugal e 3 em Espanha.

### O NOSSO COMPROMISSO

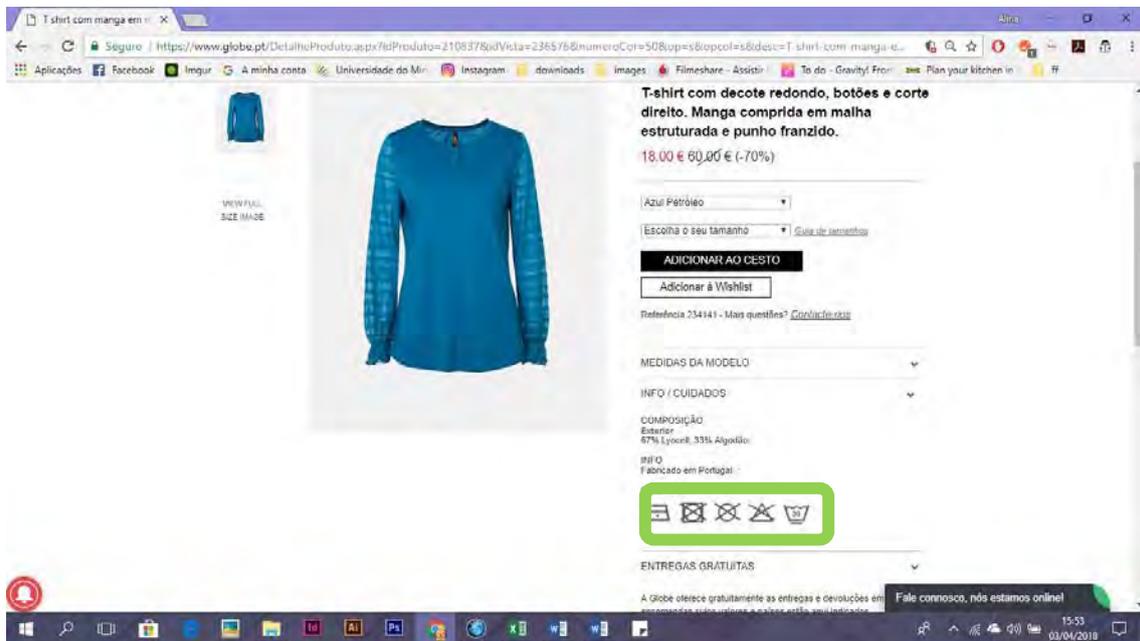
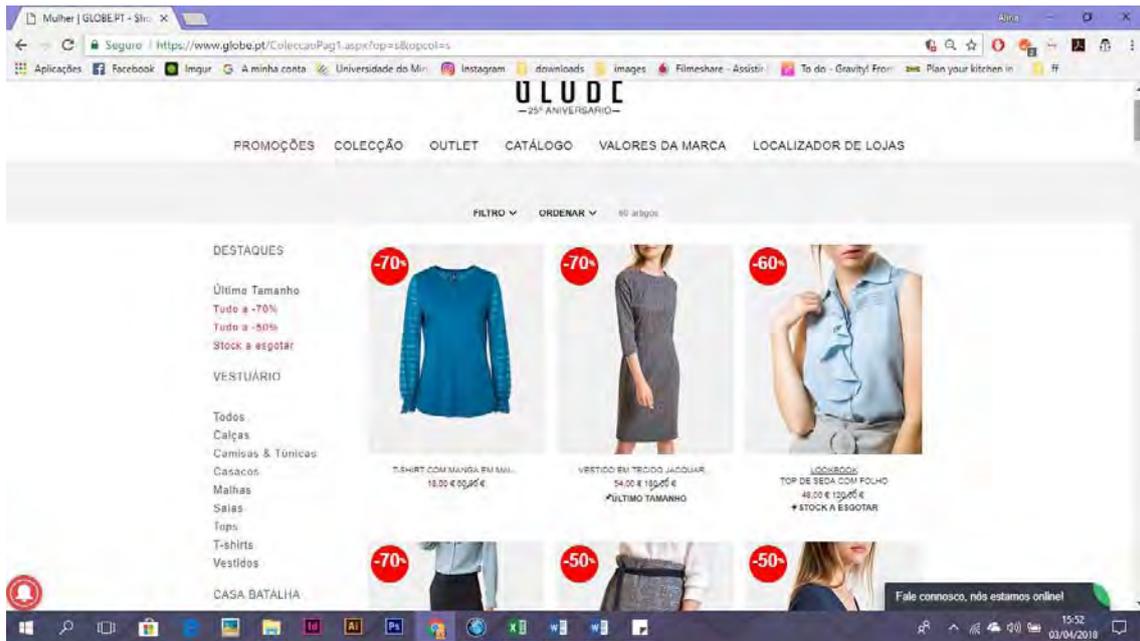
Conscientes da importância da melhoria da qualidade dos produtos que a GLOBE proporciona aos(as) seus (suas) Clientes, os departamentos de compras e de qualidade conjugam esforços no sentido de conseguir uma melhoria permanente, quer à custa de uma rigorosa selecção dos seus Fornecedores quer reforçando o controlo dos artigos recebidos.

No caso particular da solidez dos tintos (solidez das cores) e da resistência ao uso, procuram sempre realizar testes de simulação de comportamento e conservação antes da produção, para prevenir a manifestação de eventuais problemas. Neste sentido, a GLOBE adquiriu aparelhos de laboratório adequados ao efeito, nos quais procura reproduzir as condições a que o artigo vai ser sujeito durante a sua vida útil.

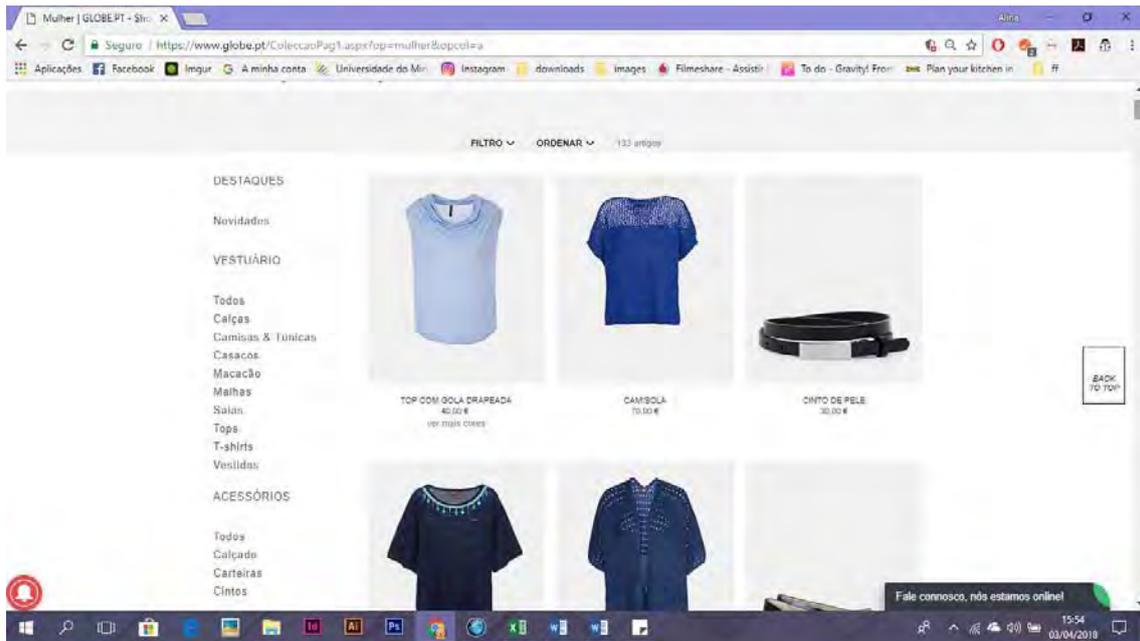
A selecção das matérias-primas é feita com o objectivo de proporcionar uma elevada relação conforto - **durabilidade**.

Os índices de satisfação revelados pelos(as) nossos(as) clientes situam-se num patamar de excelência, verificando-se um nível de incidências residual.

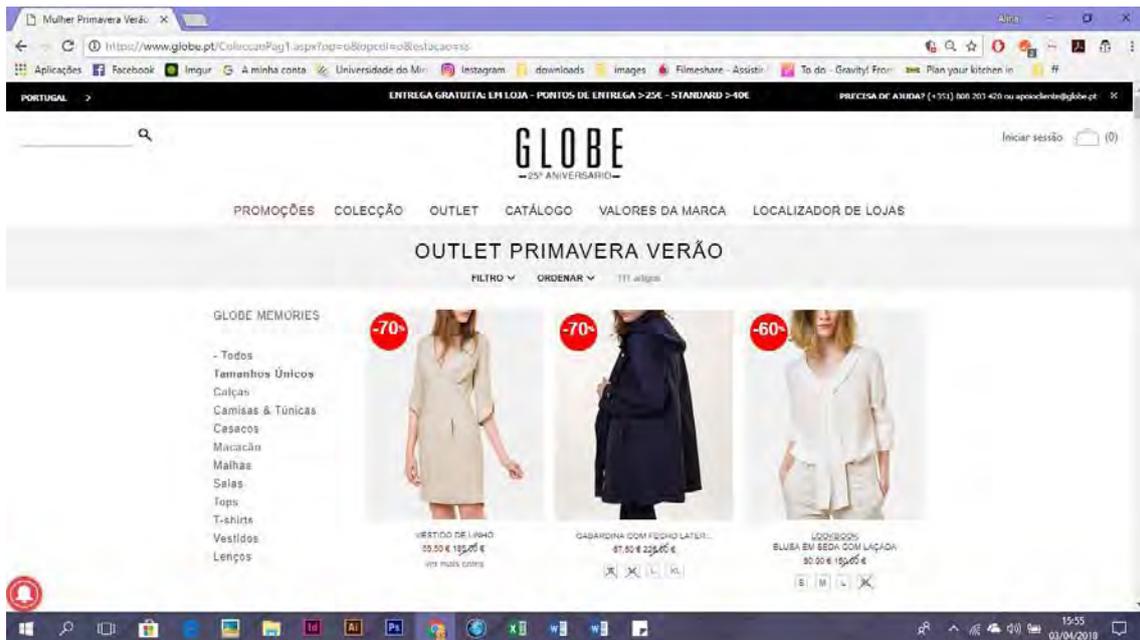
2- Sep. Promoções



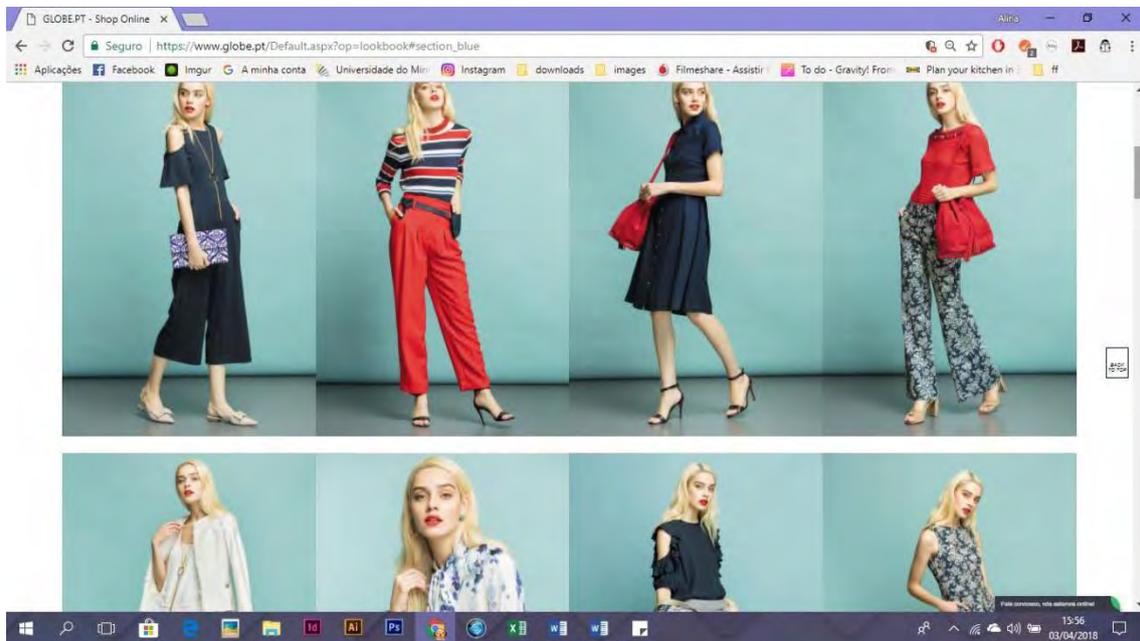
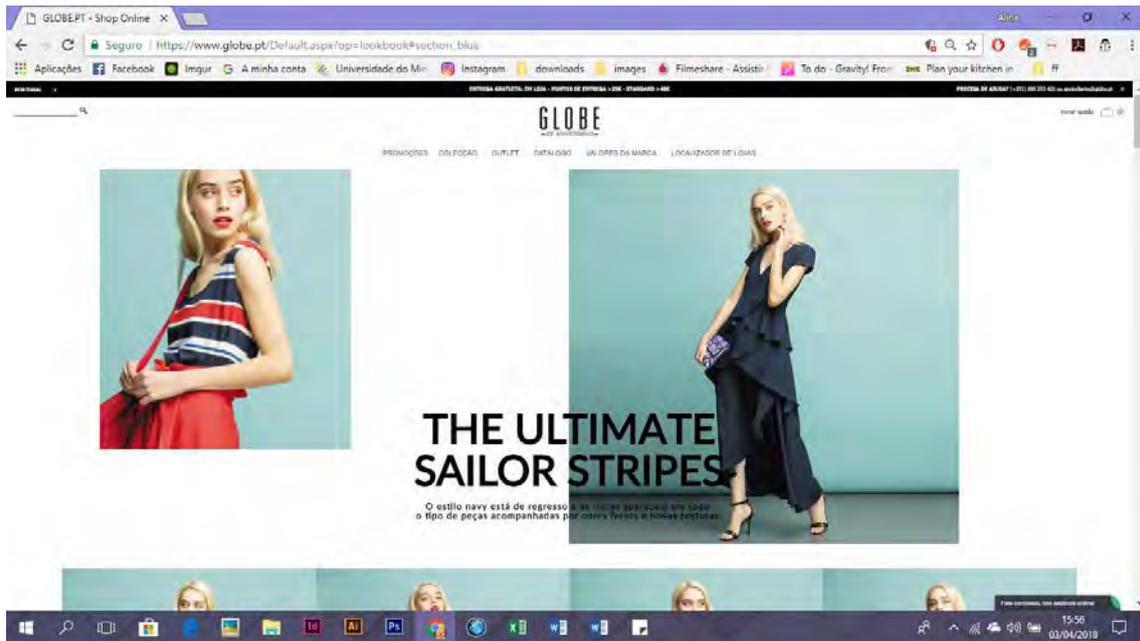
3- Sep. Colecção

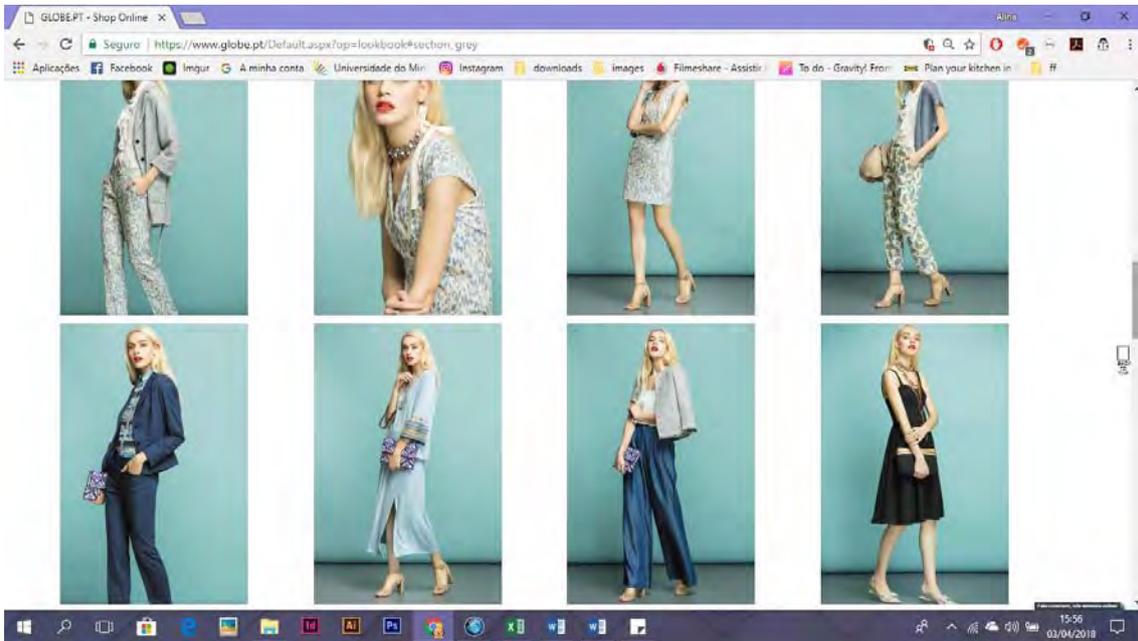
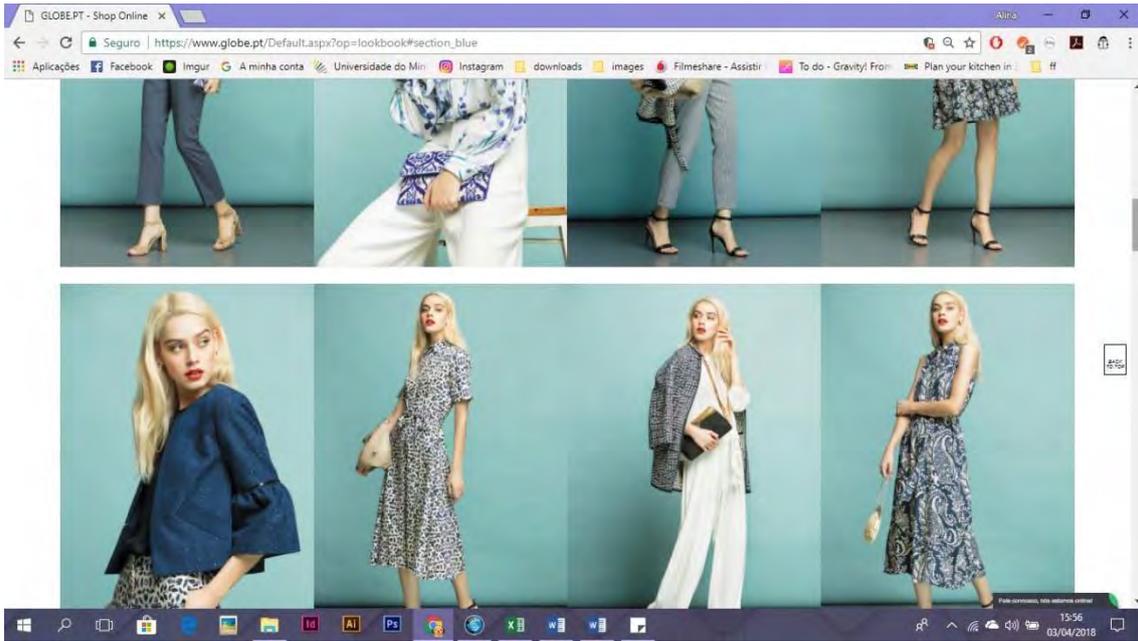


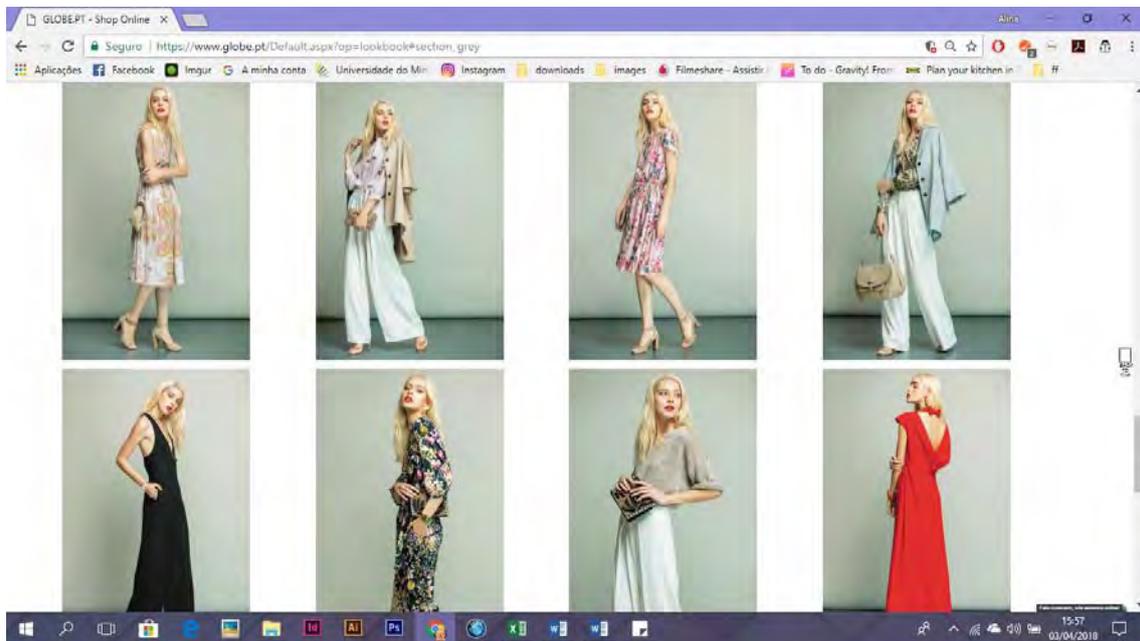
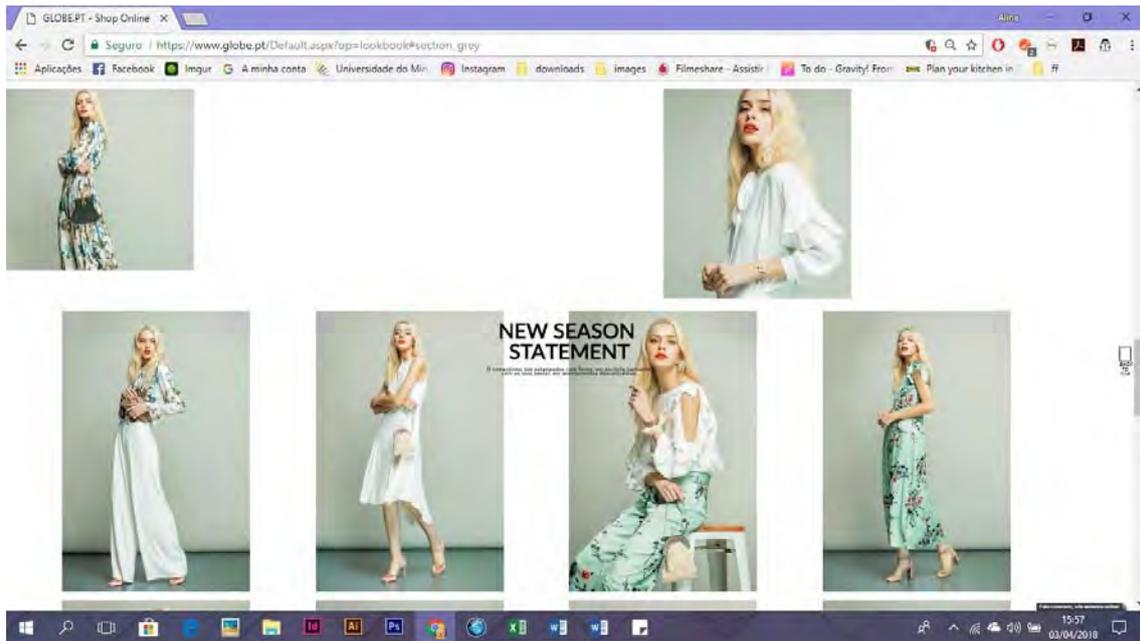
#### 4- Sep. Outlet

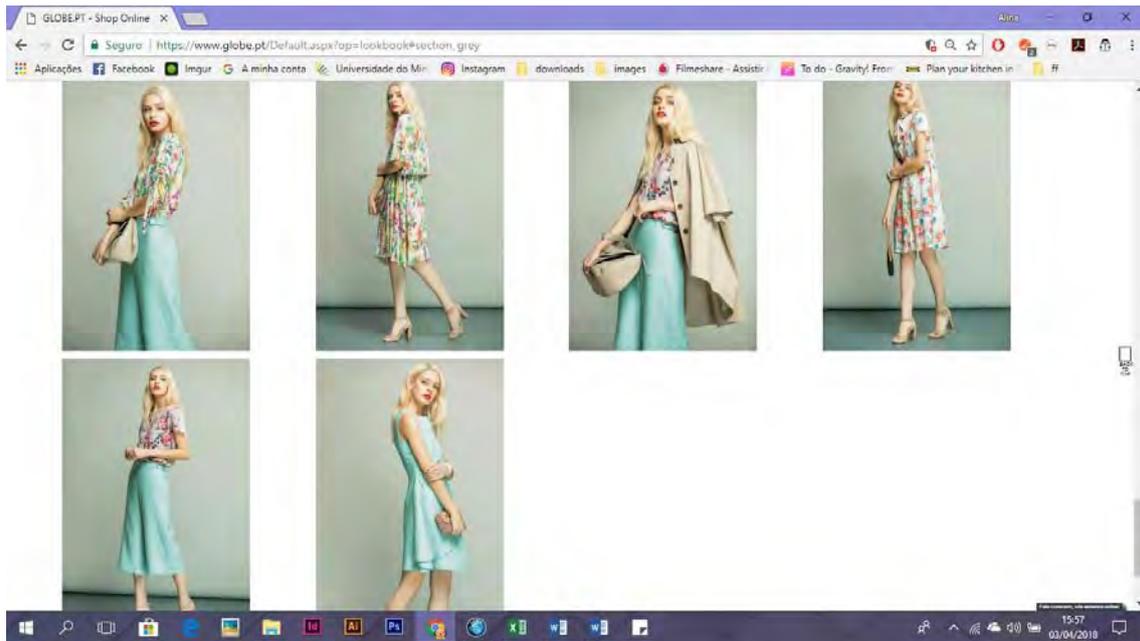


#### 5- Sep. Catálogo









## 6- Sep. Valores da Marca



GLOBEPT - Shop Online

Seguro | <https://www.globe.pt/Default.aspx?top=world>

Aplicações | Facebook | Imáqur | A minha conta | Universidade do Minho | Instagram | downloads | images | Filmeshare - Assistir | To do - Gravity! From | Plan your kitchen in

A criação das peças Globe é um processo único, em que criamos e fabricamos as peças, concebendo e utilizando materiais de máxima qualidade, trabalhando e combinando com cores, proporcionando uma tradição única. Em todo o processo, cada peça é concebida e produzida dentro dos mais elevados padrões de qualidade usados sempre, e mais criativa design, os melhores materiais e o mais excelente acabamento.

### Qualidade, bom gosto e tradição

A Globe, espelha-se de posterior mais de 95% da sua produção na Europa, em particular em Portugal, fazendo questão de manter os padrões de qualidade, desde passando através de processos de qualidade na confecção das peças. Temos para a Globe a seleção das matérias-primas e a qualidade dos acabamentos e acabamentos, trabalhamos com os melhores fabricantes nacionais, aqueles que têm a verdadeira compreensão da qualidade e habilidade necessária para garantir cada uma das peças com a perfeição ambiental, privilegiando os produtos sustentáveis, das nossas áreas agrícolas, as lãs.

### Sinónimo de qualidade e tendência

Na Globe, as relações procuram a harmonia entre as tendências da moda elevada, sendo um clássico permanente, que deriva do respeito dos amigos e sempre rigorosa e manter da cada peça é desenvolvido no mesmo pensamento - assegurando a paixão de qualidade que a assinatura Globe exige.



File Explorer - Não existem ficheiros

15:30  
03/04/2018

GLOBEPT - Shop Online

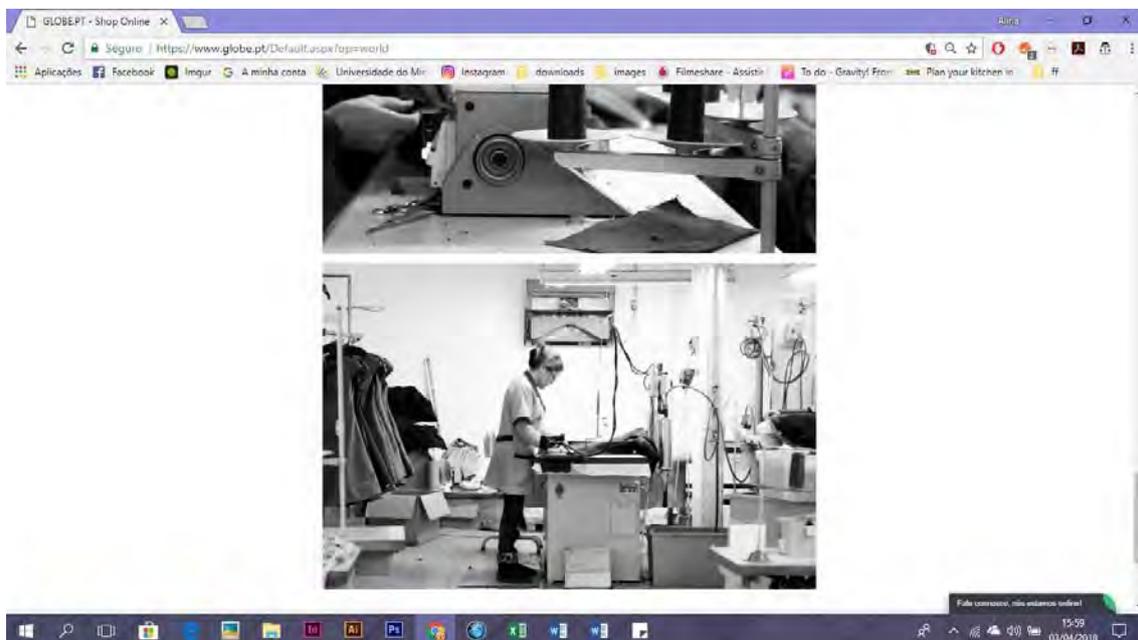
Seguro | <https://www.globe.pt/Default.aspx?top=world>

Aplicações | Facebook | Imáqur | A minha conta | Universidade do Minho | Instagram | downloads | images | Filmeshare - Assistir | To do - Gravity! From | Plan your kitchen in



File Explorer - Não existem ficheiros

15:30  
03/04/2018



## BEHIND THE BRAND

### Sofisticação, Design e Qualidade

A Globe honra um ideal de elegância "bon chic, bon genre" que assenta num estilo clássico contemporâneo e que nos remete para figuras icónicas como Grace Kelly ou Jackie Kennedy. Criada nos anos 80 em Espanha, celebra este ano 25 anos de existência em Portugal.

Adquirida em 2006 pelo Grupo Lanidor, posiciona-se desde então de uma forma ainda mais declarada neste universo de lifestyle, honrando o compromisso de sofisticação, design e qualidade: a colecção Globe é desenvolvida por um grupo de designers 100% portugueses sendo quase exclusivamente fabricada na Europa.

A criação das peças Globe é um processo único, em que criadores e fabricantes se associam, concebendo e utilizando materiais da melhor qualidade, trabalhando e costurando com amor,

perpetuando uma tradição única. Por isso e para isso, cada peça é concebida e produzida dentro dos mais elevados padrões **de qualidade** usando, sempre, o mais cuidado design, os melhores materiais e o mais esmerado acabamento.

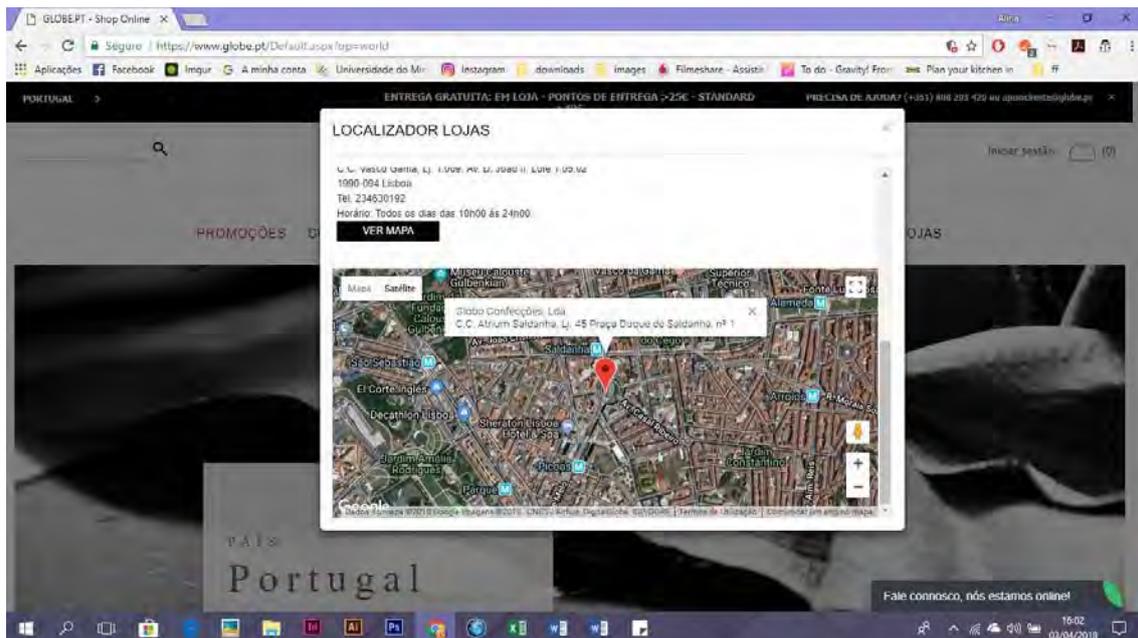
Qualidade, bom gosto e tradição

A Globe, orgulha-se de produzir mais de 90% da sua colecção na Europa, em particular em Portugal, **tirando vantagem do know-how de quem se mantém fiel à tradição**, assim garantindo elevados padrões **de qualidade na confecção das peças**. Porque para a Globe a selecção das matérias primas e **a qualidade dos acabamentos** é fundamental, trabalha com os melhores fabricantes nacionais, aqueles que têm a verdadeira compreensão da qualidade e habilidade necessária para construir cada uma das peças com a perfeição ambicionada, privilegiando os produtos nacionais, das sedas aos algodões, às lãs...

Sinónimo de qualidade e tendência

Na Globe, as colecções procuram a harmonia entre as tendências de moda de cada estação e um clássico reinventado, cujo detalhe na construção dos artigos é altamente rigoroso - o interior de cada peça é desenvolvido ao mínimo pormenor - **assegurando o padrão de qualidade que a assinatura Globe exige**.

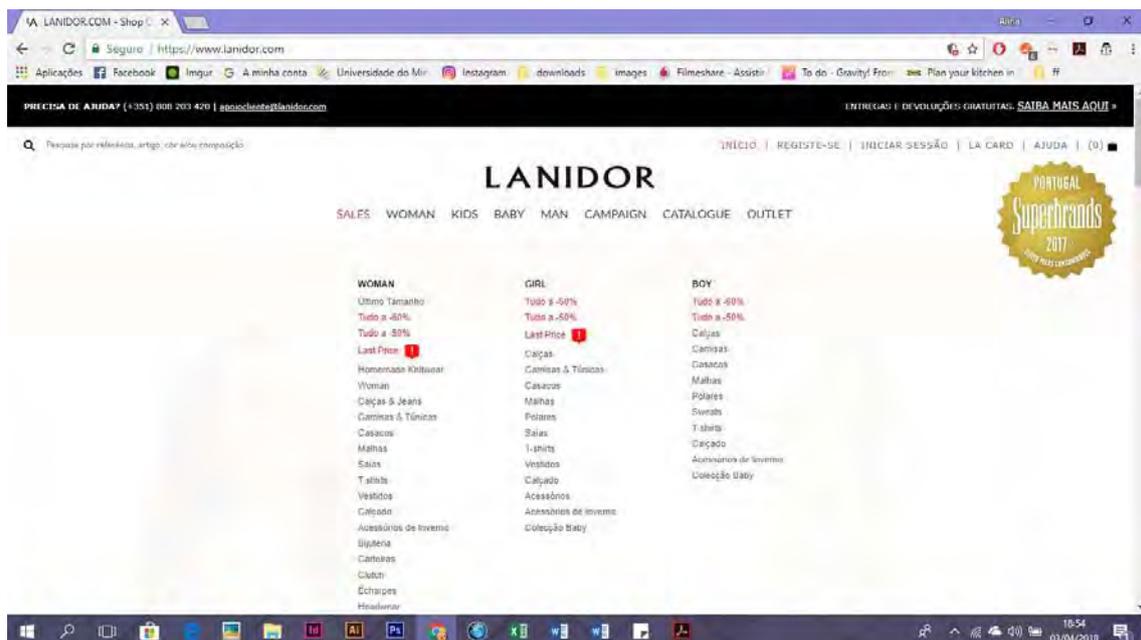
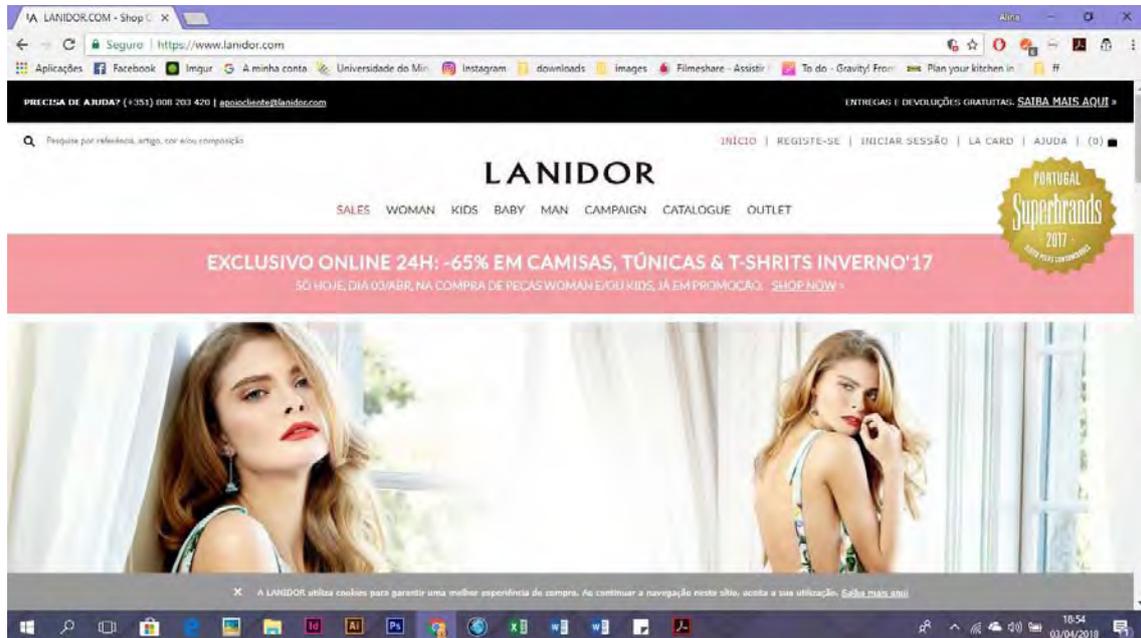
## 7- Sep. Localizador de Lojas

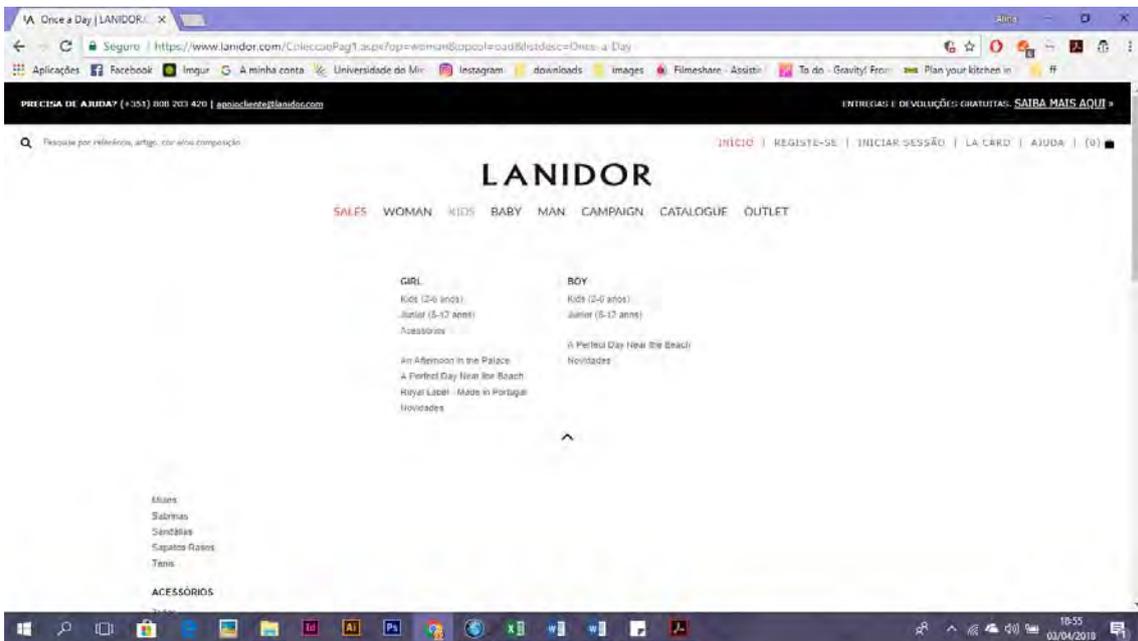
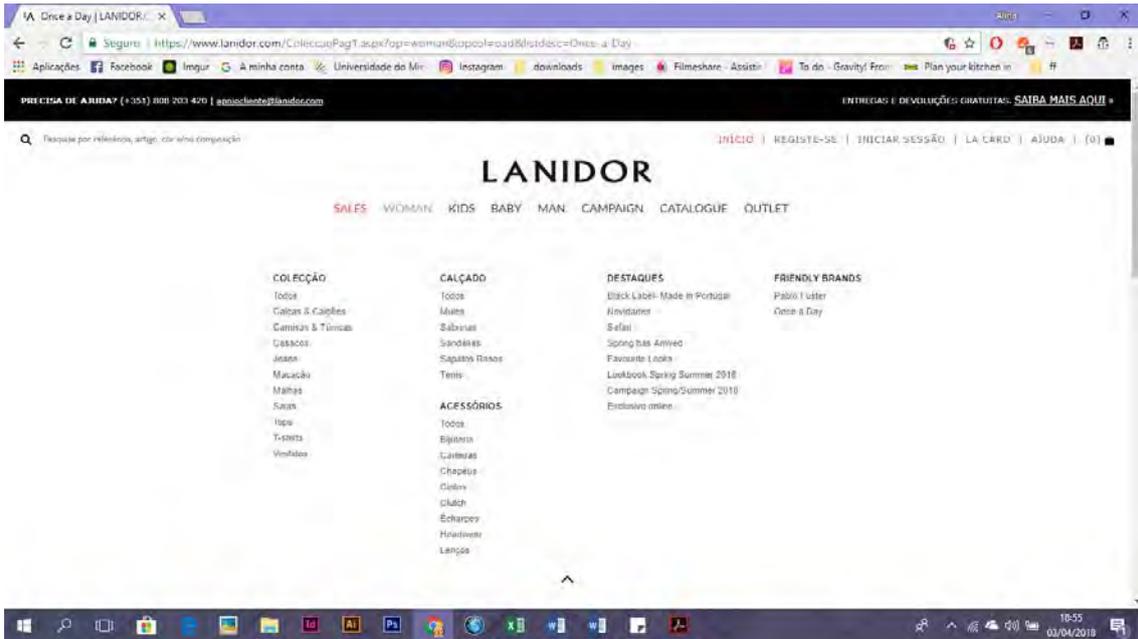


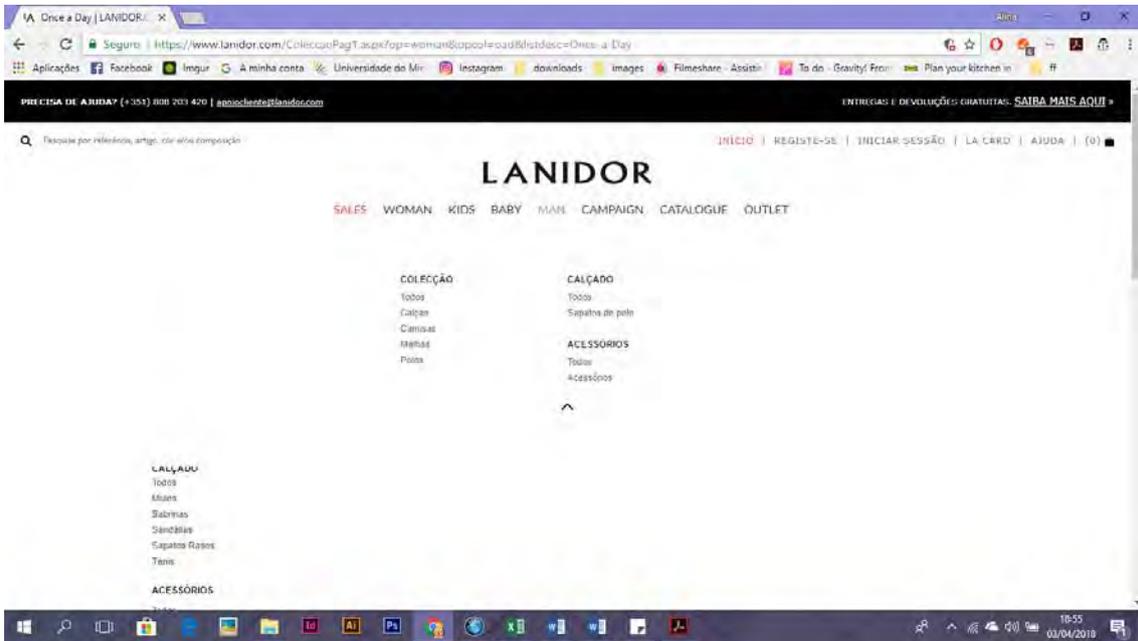
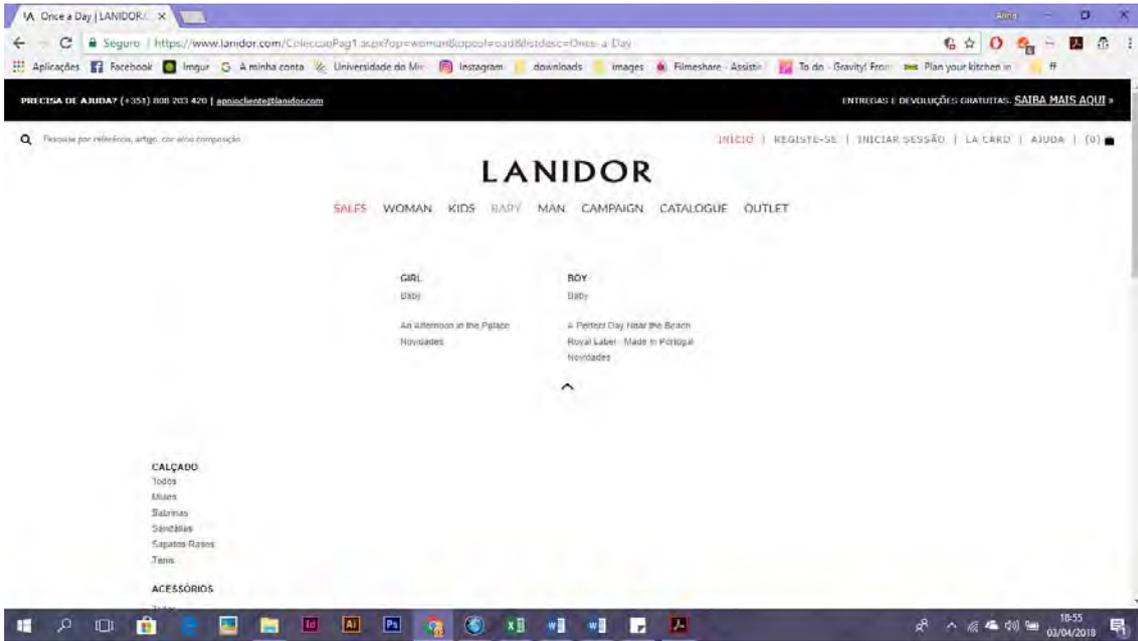
# LANIDOR

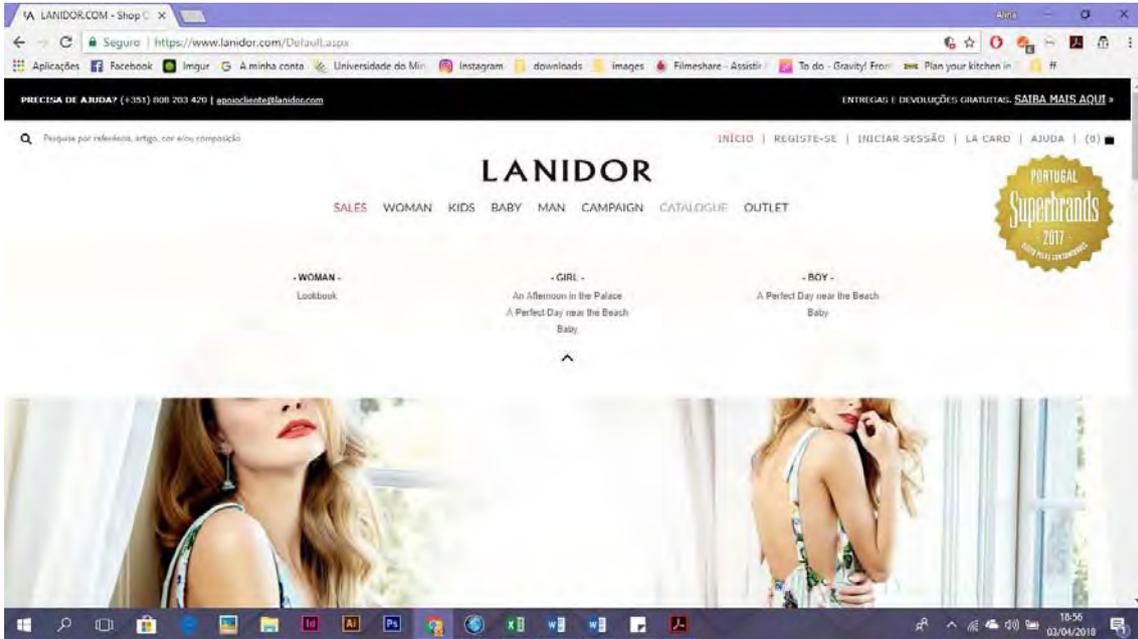
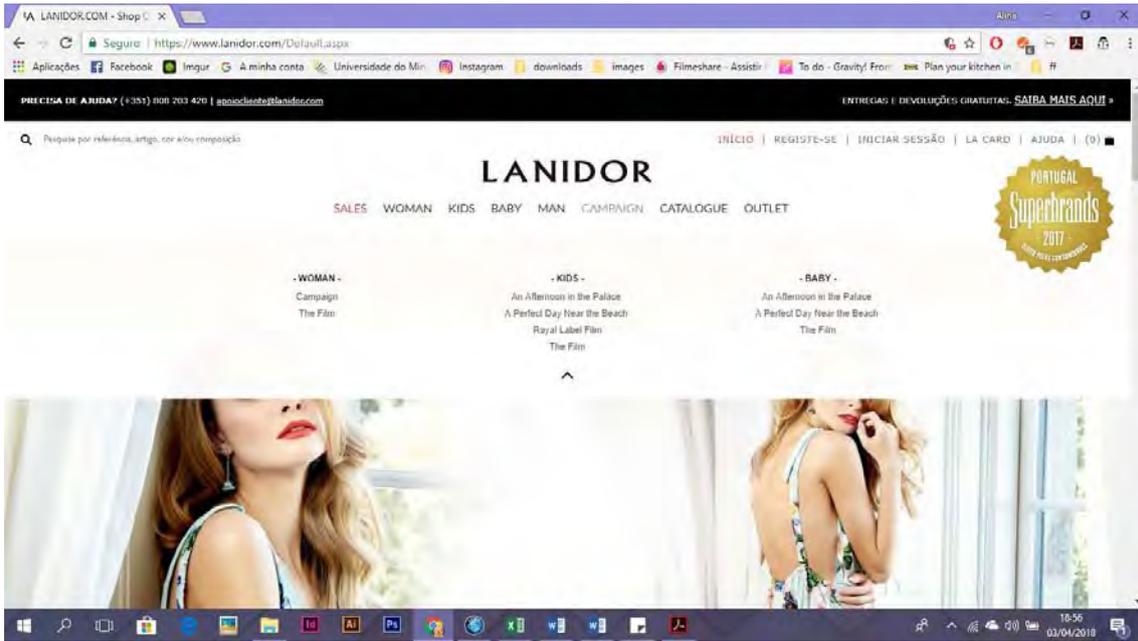
## 1- Página Inicial

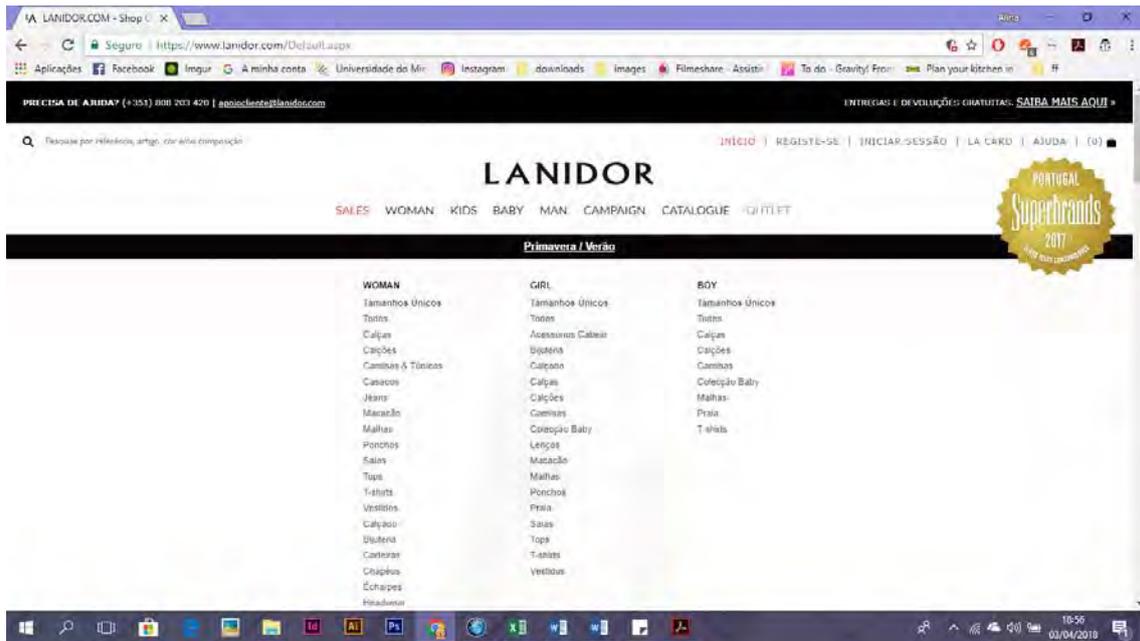
### 1.1- Barra de menu



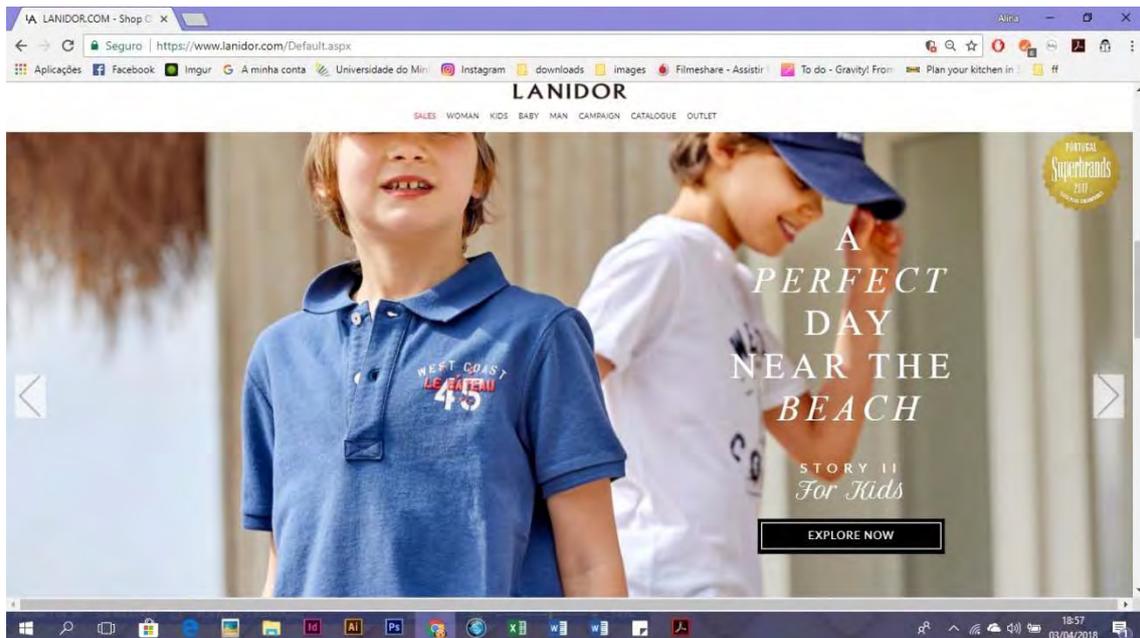


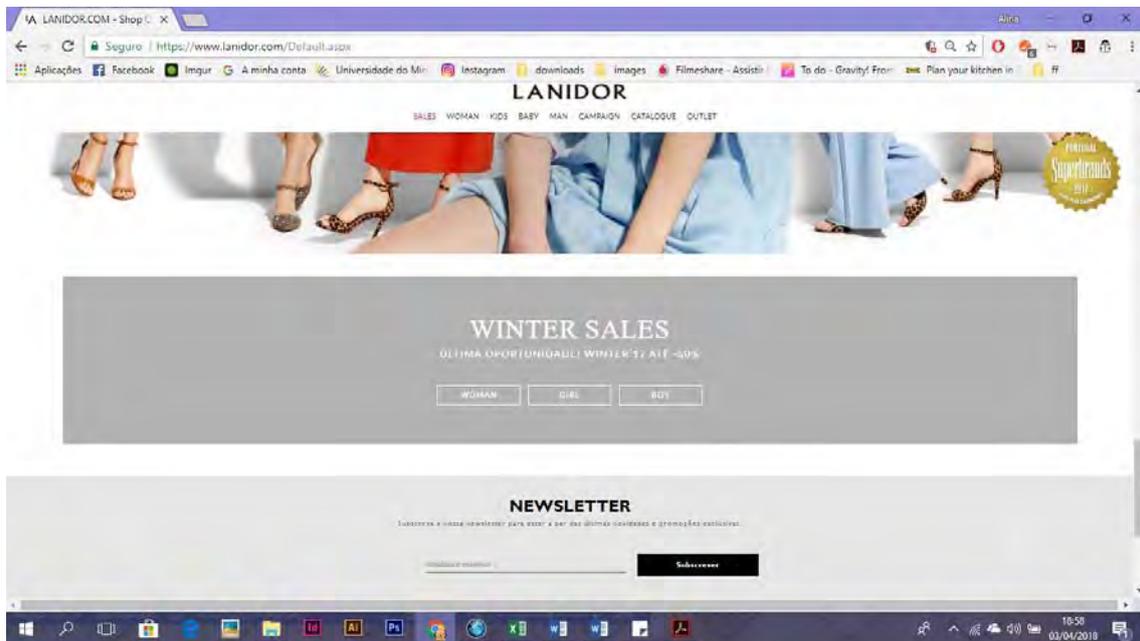
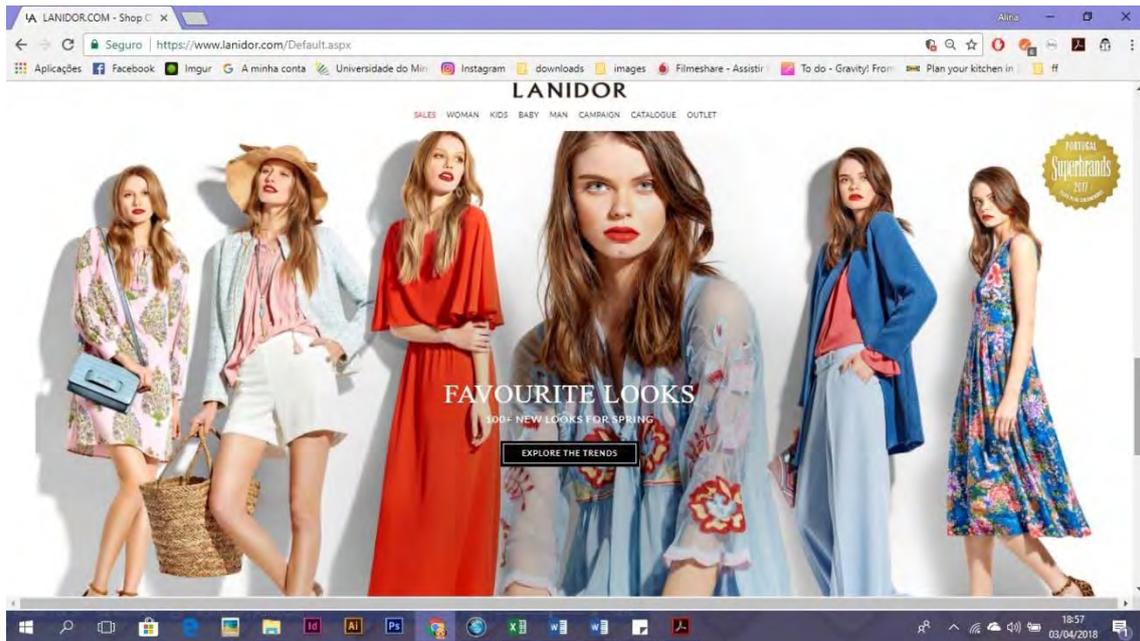




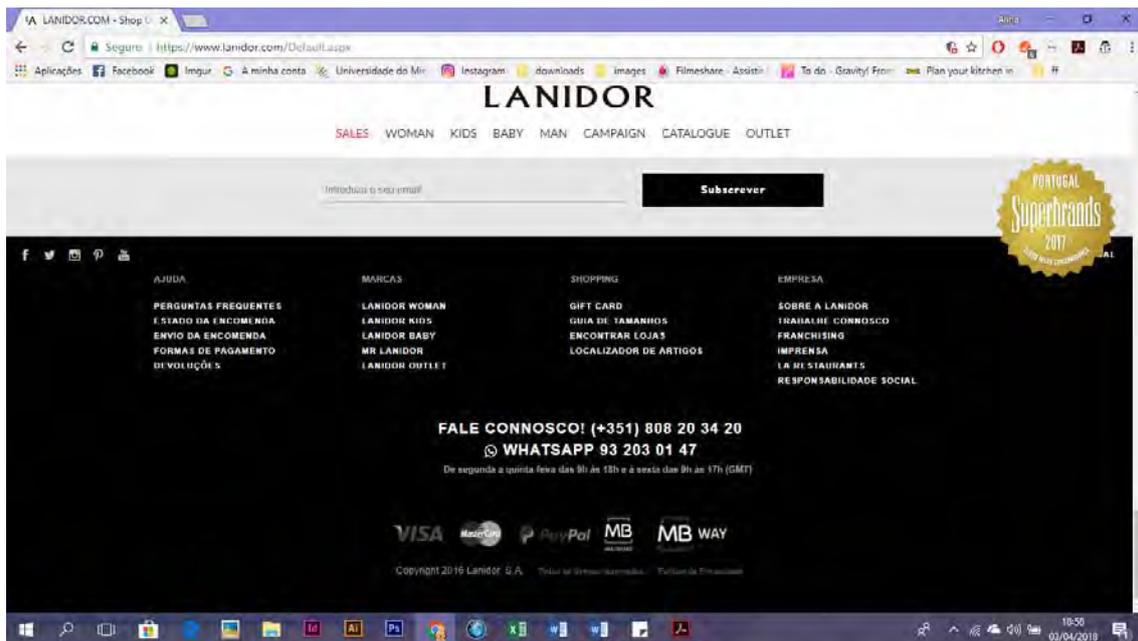


## 1.2- Corpo

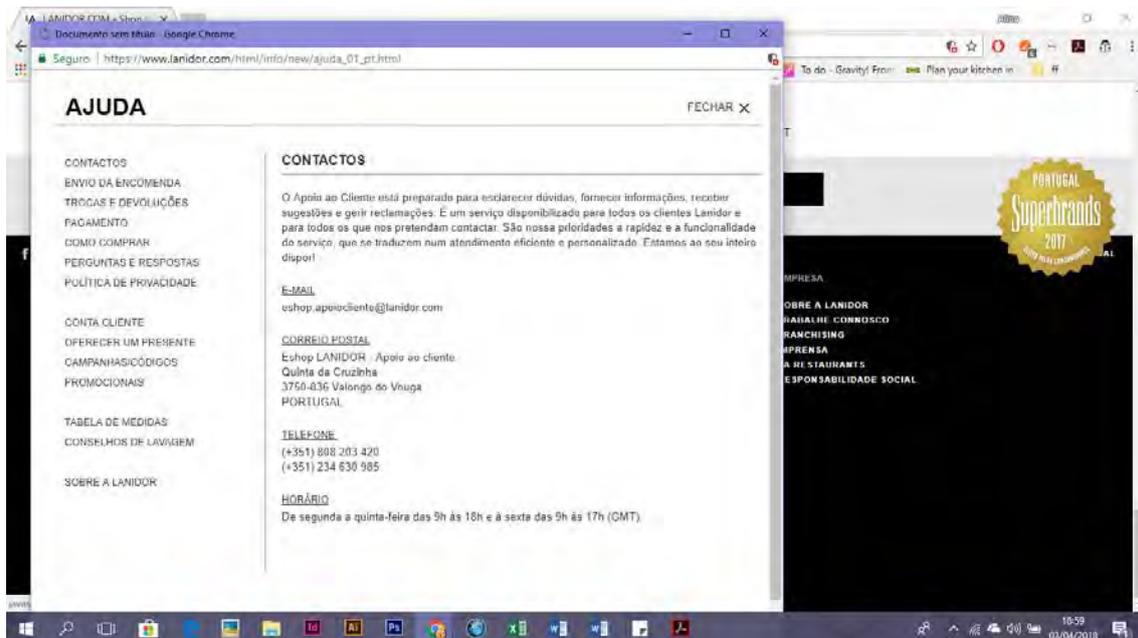




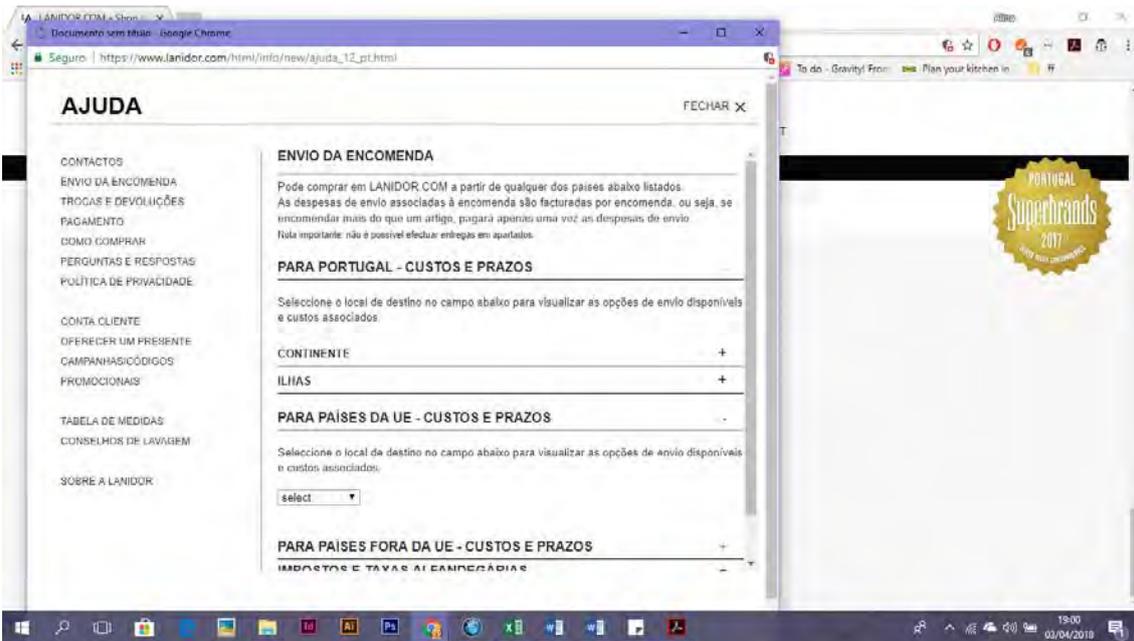
### 1.3- Barra Final



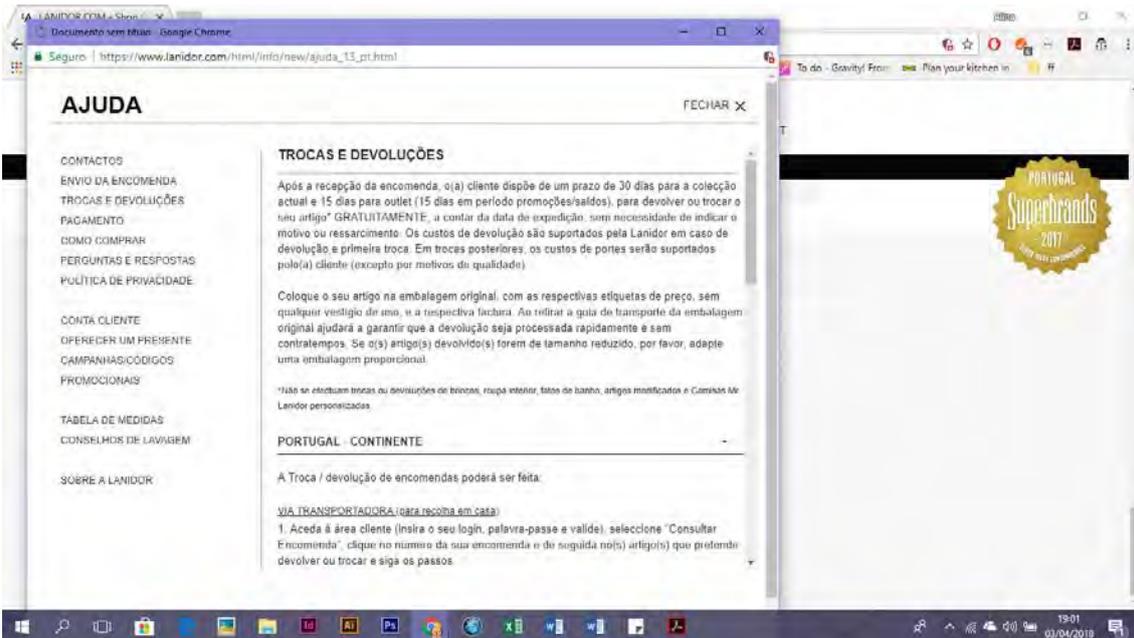
### 1.3.1- Contactos



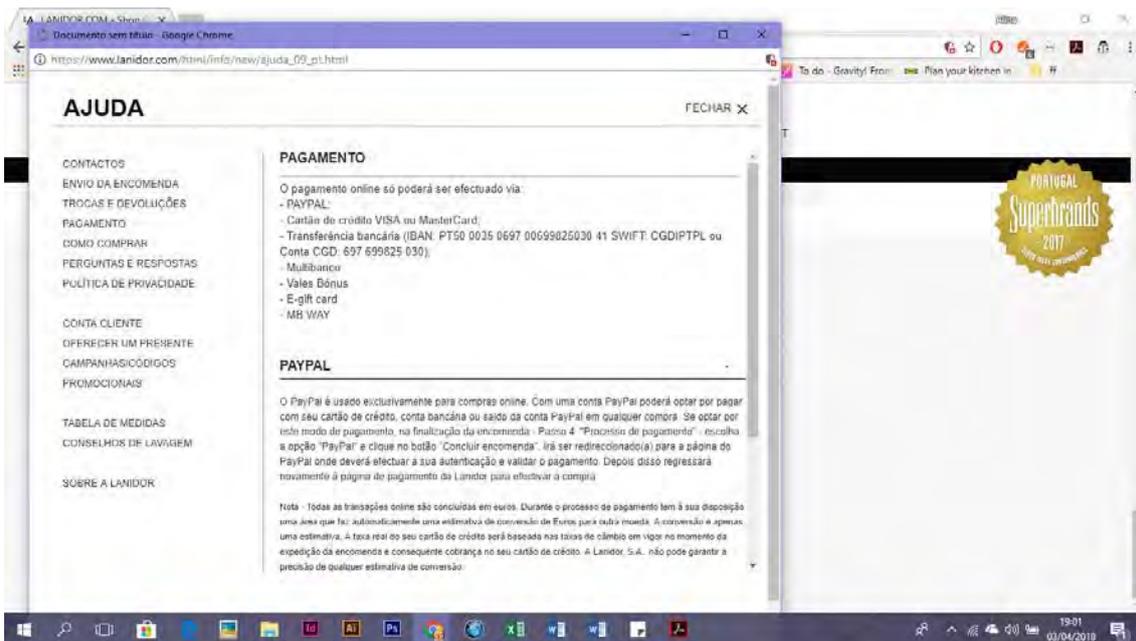
### 1.3.2- Envio da Encomenda



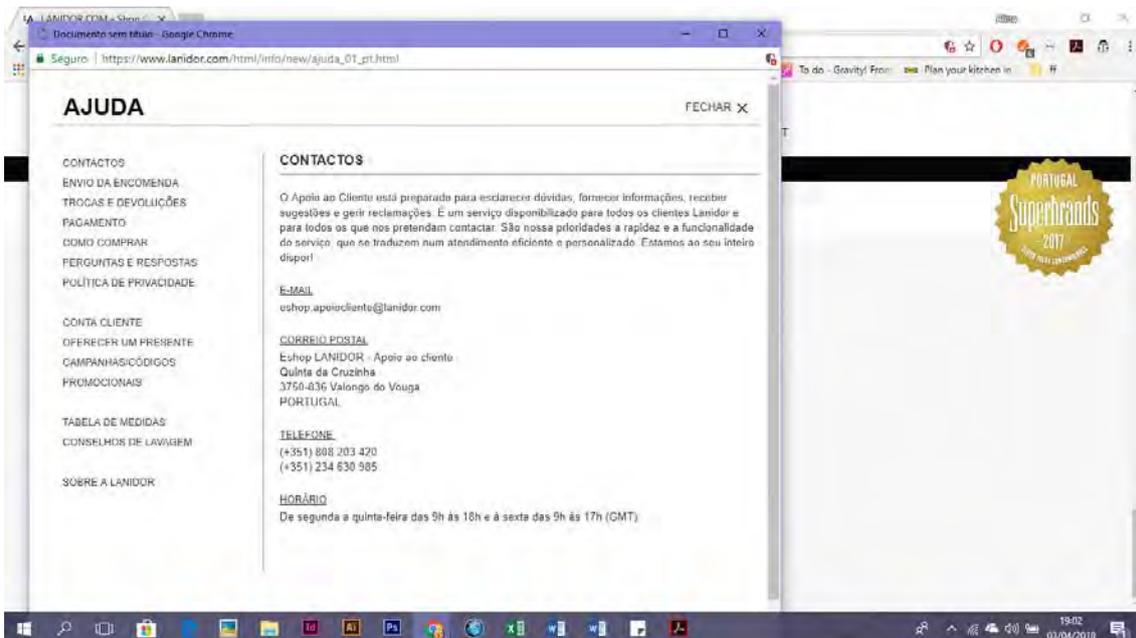
### 1.3.3- Trocas e Devoluções



### 1.3.4- Pagamento



### 1.3.5- Como Comprar



### 1.3.6- Perguntas e Respostas

LANIDOR.COM - Show...  
Documento sem título - Google Chrome  
Seguro | https://www.lanidor.com/html/info/new/ajuda\_02\_pt.html

## AJUDA

FECHAR X

- CONTACTOS
- ENVIO DA ENCOMENDA
- TROCAS E DEVOLUÇÕES
- PAGAMENTO
- COMO COMPRAR
- PERGUNTAS E RESPOSTAS
- POLÍTICA DE PRIVACIDADE

CONTA CLIENTE  
OFERECER UM PRESENTE  
CAMPANHAS/CÓDIGOS  
PROMOCIONAIS

TABELA DE MEDIDAS  
CONSELHOS DE LAVAGEM

SOBRE A LANIDOR

### PERGUNTAS E RESPOSTAS

**A PARTIR DE QUE PAÍSES POSSO COMPRAR ONLINE EM LANIDOR.COM?**  
Pode comprar em LANIDOR.COM a partir de vários países da UE e fora da UE. Consulte [aqui](#) a lista de países para mais informações.

**POSSO ENCOMENDAR SEM ME REGISTAR?**  
Não. Se não o fizer inicialmente, ser-lhe-á pedido ao concluir a encomenda.

**O QUE FAZEM COM OS MEUS DADOS PESSOAIS APÓS O REGISTO?**  
Todos os dados pessoais inseridos neste site, assim como o seu historico de pedidos, ficam exclusivamente disponíveis para si, ao inserir o login e palavra-chave. Se assim o desejar, poderá em qualquer altura editar ou apagar as suas informações a partir da "sua conta cliente". Para mais informações sobre nossa política de privacidade [aqui](#).

**AO REGISTAR-ME PASSO A ESTAR ASSOCIADO(A) À VOSSA MAILING LIST?**  
Sim. Passa a receber todas as informações, promoções e ofertas especiais via e-mail.

**E SE ESQUECER A MINHA PALAVRA-PASSE?**  
Não há qualquer problema. Na área de login/novo cliente existe um botão para o efeito "Esqueci-me da palavra-passe". No seguimento desta acção, ser-lhe-á enviado um e-mail para o endereço de e-mail que indicou na altura do registo.

**COMO FAZER A TROCA DE UM ARTIGO COMPRADO ONLINE EM LANIDOR.COM?**  
Após a recepção da encomenda, o cliente dispõe de um prazo de 30 dias para a colecção.

LANIDOR.COM - Show...  
Documento sem título - Google Chrome  
Seguro | https://www.lanidor.com/html/info/new/ajuda\_02\_pt.html

## AJUDA

FECHAR X

- CONTACTOS
- ENVIO DA ENCOMENDA
- TROCAS E DEVOLUÇÕES
- PAGAMENTO
- COMO COMPRAR
- PERGUNTAS E RESPOSTAS
- POLÍTICA DE PRIVACIDADE

CONTA CLIENTE  
OFERECER UM PRESENTE  
CAMPANHAS/CÓDIGOS  
PROMOCIONAIS

TABELA DE MEDIDAS  
CONSELHOS DE LAVAGEM

SOBRE A LANIDOR

### PERGUNTAS E RESPOSTAS

**COMO FAZER A TROCA DE UM ARTIGO COMPRADO ONLINE EM LANIDOR.COM?**  
Após a recepção da encomenda, o cliente dispõe de um prazo de 30 dias para a colecção actual e 15 dias para outlet (15 dias em período promoções/saldos), para devolver ou trocar o seu artigo (excepto brincos, roupa interior e fatos de banho), sem necessidade de indicar o motivo ou ressarcimento. Os custos de devolução são suportados pela Lanidor em caso de devolução e permissão troca. Em trocas posteriores, os custos de portes serão suportados pela cliente (excepto por motivos de qualidade). Clique [aqui](#) para saber mais...

**QUAL O PRAZO DE TROCA PARA UM ARTIGO COMPRADO ONLINE EM LANIDOR.COM?**  
O prazo de troca para artigos Lanidor e Outlet é de 30 dias para a colecção actual e 15 dias para outlet (15 dias em período promoções/saldos).

**SE NÃO ENCONTRAR OUTRO ARTIGO DE QUE GOSTE NO PROCESSO DE TROCA, A LANIDOR PROCURE A DEVOLUÇÃO DO DINHEIRO?**  
Caso nenhum artigo lhe agrade:  
1) **através de transportadora/CTT:** no caso de uma devolução, o valor dos portes não será creditado. Ser-lhe-á devolvido o valor das peças, através do mesmo método de pagamento (indicar IBAN se o pagamento tiver sido efectuada por transferência bancária). As devoluções de valor apenas são efectuadas para a conta/cartão que deu origem à compra.  
2) **na rede de lojas:** se existir um valor a devolver ao(a) cliente, ser-lhe-á emitido um vale não descontável online, apenas em lojas, sem o valor dos portes. Dispõe de um prazo máximo de 180 dias para o descontar. A devolução do valor não é possível.

**QUANDO E QUE RECEBO A MINHA ENCOMENDA?**  
Se a encomenda estiver disponível\*, após registada, demora cerca de 3 a 5 dias úteis para Portugal Continental, 8 a 10 dias úteis para o arquipélago da Madeira / Açores e países da U.E. No caso dos E.U.A., Canadá e Suíça demorará 10 a 12 dias úteis.

LA LANIDOR.COM - Show...  
Documento sem título - Google Chrome  
Seguro | https://www.lanidor.com/html/info/new/ajuda\_02\_pt.html

## AJUDA

FECHAR X

- CONTACTOS
- ENVIO DA ENCOMENDA
- TROCAS E DEVOLUÇÕES
- PAGAMENTO
- COMO COMPRAR
- PERGUNTAS E RESPOSTAS
- POLÍTICA DE PRIVACIDADE
- CONTA CLIENTE
- OFERECER UM PRESENTE
- CAMPANHAS/CÓDIGOS
- PROMOCIONAIS
- TABELA DE MEDIDAS
- CONSELHOS DE LAVAGEM
- SOBRE A LANIDOR

\*Em época de promoções/saldos/natal não garantimos as expedições nos prazos mencionados devido à maior frequência de rupturas de stock e necessidade de reposição

**COMO É QUE SEI SE UMA COMPRA FICOU REGISTADA?**  
É enviado um e-mail de confirmação, no prazo de 30 minutos após ter realizado a compra

**QUE FORMAS DE PAGAMENTO EXISTEM ONLINE EM LANIDOR.COM?**  
O pagamento poderá ser efectuado via: PAYPAL, Cartão VISA Transferência bancária (IBAN: PT50 0035 0697 00695825030 41 SWIFT: CGDIPTPL ou Conta CGD: 697 699625 030) e Multibanco.

**POSSO DESCONTAR OS MEUS VALES BÓNUS?**  
Os(as) clientes LA Card podem descontar um vale-bónus por cada artigo LA Woman ou LA Kids & Junior adquirido online, de valor igual ou superior a 10€ (não aplicável a artigos em promoção ou saldo, nem acumulável com outros valores ou benefícios), ou em compras Outlet Lanidor superiores a 50€. No momento do pagamento encontrará um campo próprio para efectuar o desconto dos seus vales bónus.

**TENHO QUE EFECTUAR UM VALOR MÍNIMO DE COMPRAS?**  
Não existe limite mínimo. Contudo, a entrega é gratuita se efectuar uma compra (não incluindo artigos Outlet) de valor superior a 25€ em Portugal (40€ para as ilhas), 60€ nos restantes países da União Europeia (não sujeitos a taxas alfandegárias/impostos) e 200€ nos países fora da União Europeia.

**QUE SEGURANÇA EXISTE AO COLOCAR OS DADOS DO MEU CARTÃO VISA?**  
É perfeitamente seguro inserir os dados do seu cartão de crédito em qualquer compra

PORTUGAL Superbrands 2017

19:03 03/04/2018

LA LANIDOR.COM - Show...  
Documento sem título - Google Chrome  
Seguro | https://www.lanidor.com/html/info/new/ajuda\_02\_pt.html

## AJUDA

FECHAR X

- CONTACTOS
- ENVIO DA ENCOMENDA
- TROCAS E DEVOLUÇÕES
- PAGAMENTO
- COMO COMPRAR
- PERGUNTAS E RESPOSTAS
- POLÍTICA DE PRIVACIDADE
- CONTA CLIENTE
- OFERECER UM PRESENTE
- CAMPANHAS/CÓDIGOS
- PROMOCIONAIS
- TABELA DE MEDIDAS
- CONSELHOS DE LAVAGEM
- SOBRE A LANIDOR

**QUE SEGURANÇA EXISTE AO COLOCAR OS DADOS DO MEU CARTÃO VISA?**  
É perfeitamente seguro inserir os dados do seu cartão de crédito em qualquer compra efectuada em Lanidor.com: uma vez que todos os dados serão inseridos num Servidor Seguro (SSL de 128 bits) que encripta/codifica todos os dados confidenciais relativos ao seu cartão de crédito. Todas as versões dos browsers Netscape Navigator ou Microsoft Internet Explorer a partir da 3.0 suportam SSL. Dois elementos indicará que se encontra num site seguro. No canto inferior esquerdo do seu browser encontrará os seguintes símbolos: Netscape Navigator: uma chave; Microsoft Internet Explorer: um cadeado. Adicionalmente poderá constatar que ao entrar numa zona segura do site o respectivo endereço URL começará com http:// (S-Seguro).

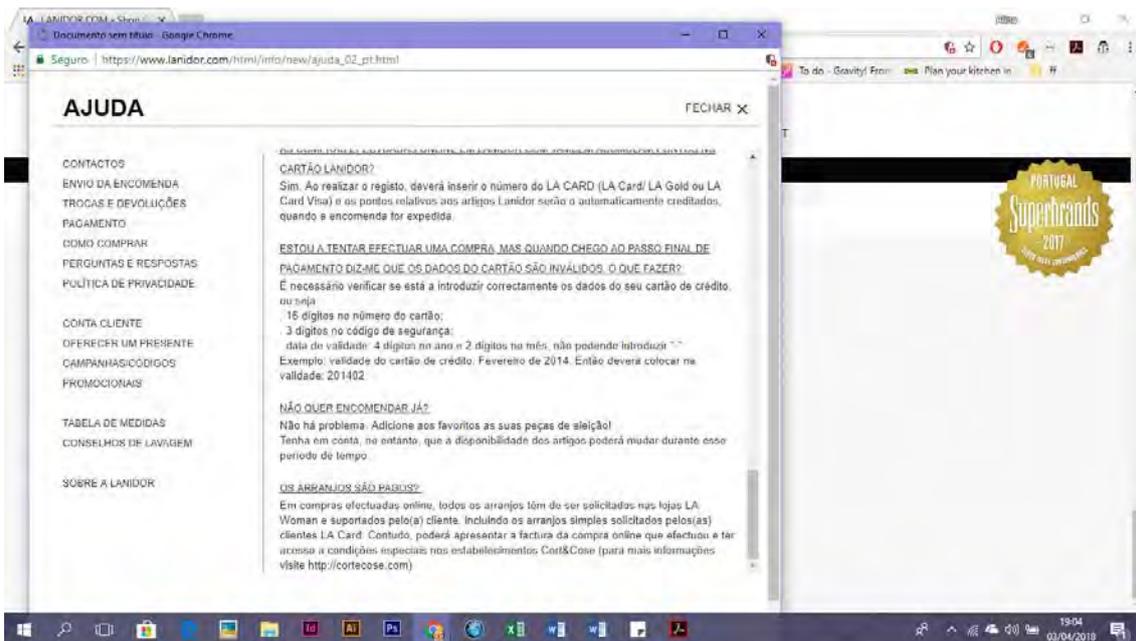
**POSSO UTILIZAR O LA CARD VISA PARA PAGAMENTO DE COMPRAS EFECTUADAS ONLINE EM LANIDOR.COM?**  
Sim, excepto o fraccionamento em seis vezes sem juros.

**AS COMPRAS EFECTUADAS ONLINE EM LANIDOR.COM TAMBÉM ACUMULAM PONTOS NO CARTÃO LANIDOR?**  
Sim. Ao realizar o registo, deverá inserir o número do LA CARD (LA Card! LA Gold ou LA Card Visa) e os pontos relativos aos artigos Lanidor serão automaticamente creditados, quando a encomenda for expedida.

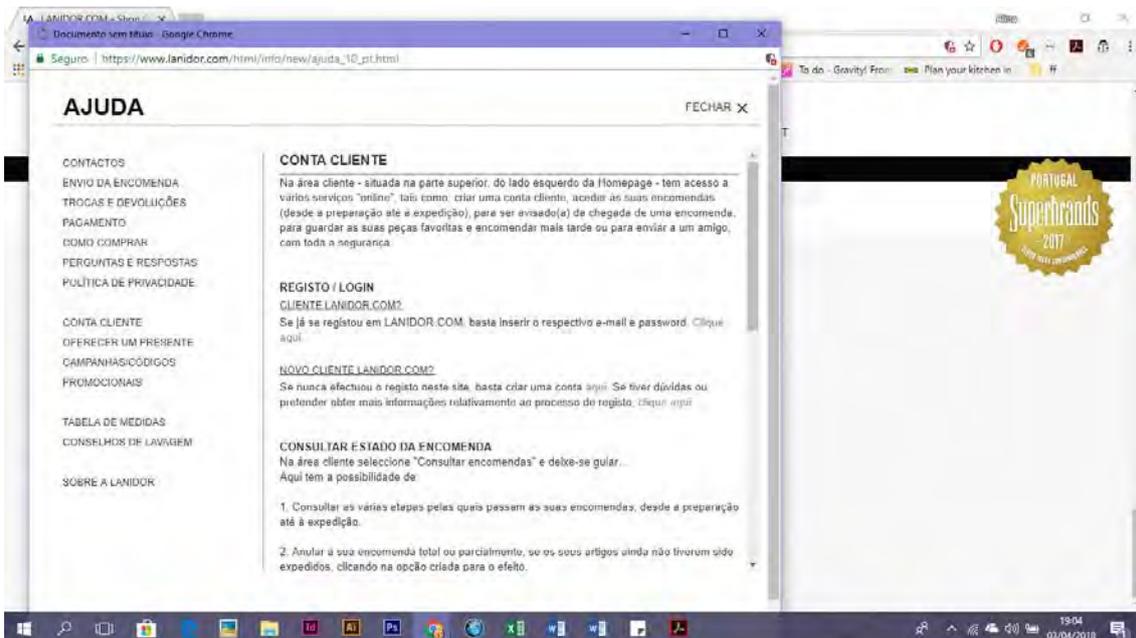
**ESTOU A TENTAR EFECTUAR UMA COMPRA MAS QUANDO CHEGO AO PASSO FINAL DE PAGAMENTO DIZ-ME QUE OS DADOS DO CARTÃO SÃO INVÁLIDOS, O QUE FAZER?**  
É necessário verificar se está a introduzir correctamente os dados do seu cartão de crédito ou seja:  
- 16 dígitos no número do cartão;

PORTUGAL Superbrands 2017

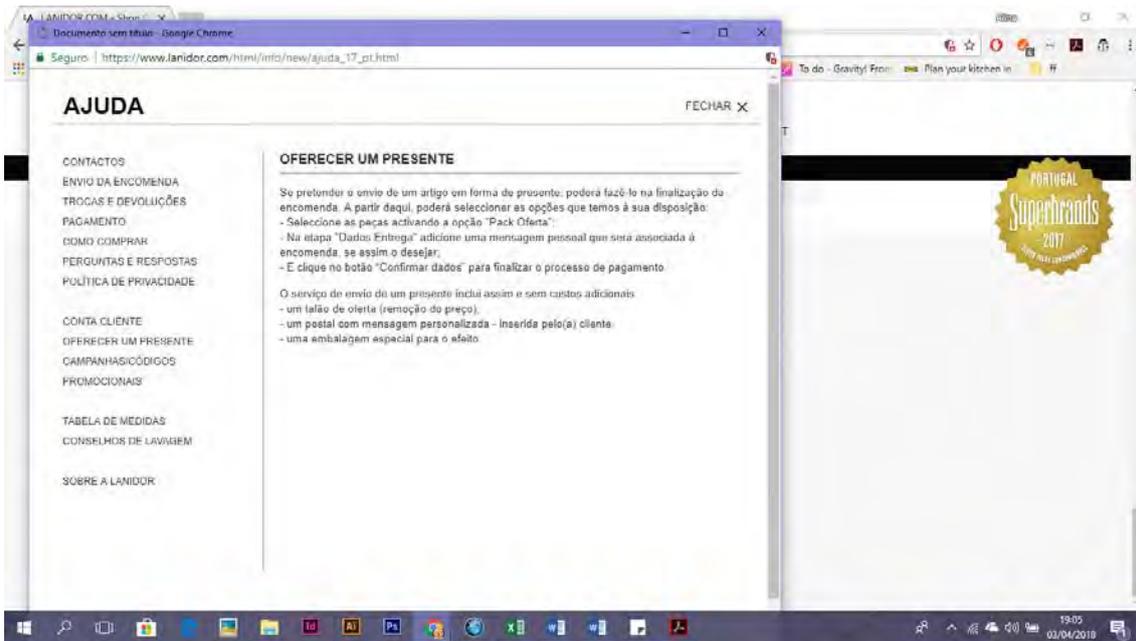
19:03 03/04/2018



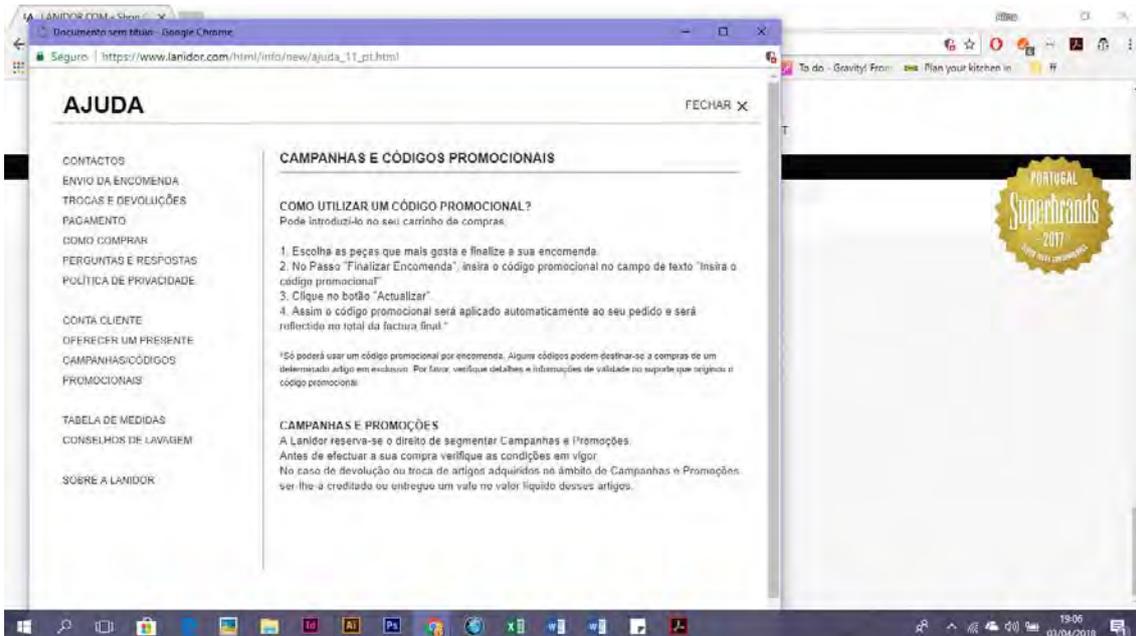
### 1.3.7- Conta Cliente



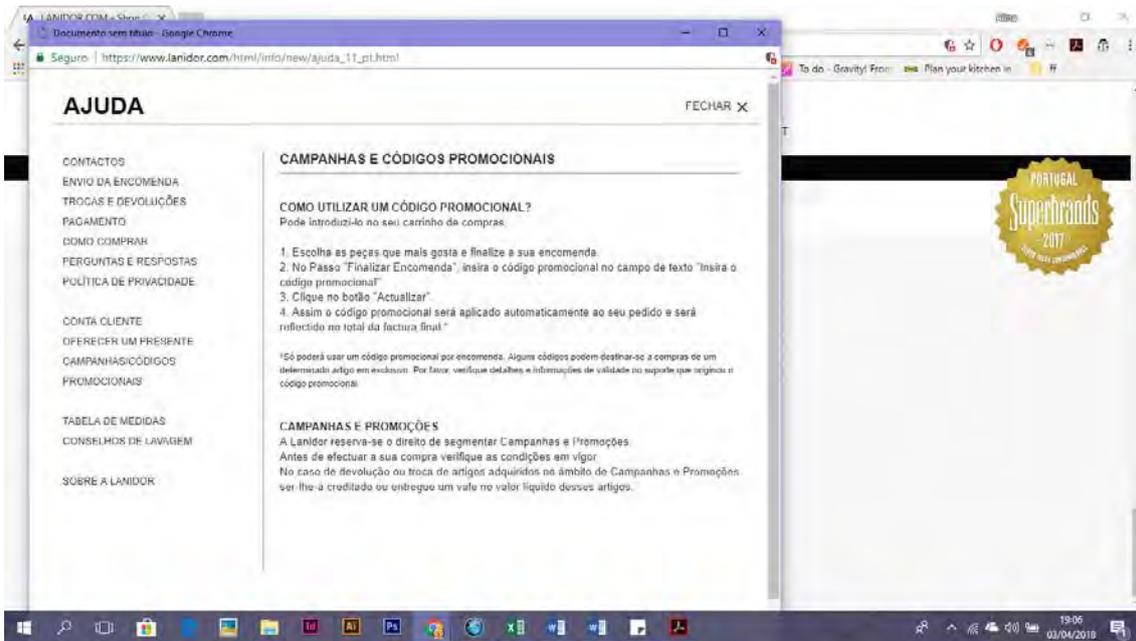
### 1.3.8- Oferecer um Presente



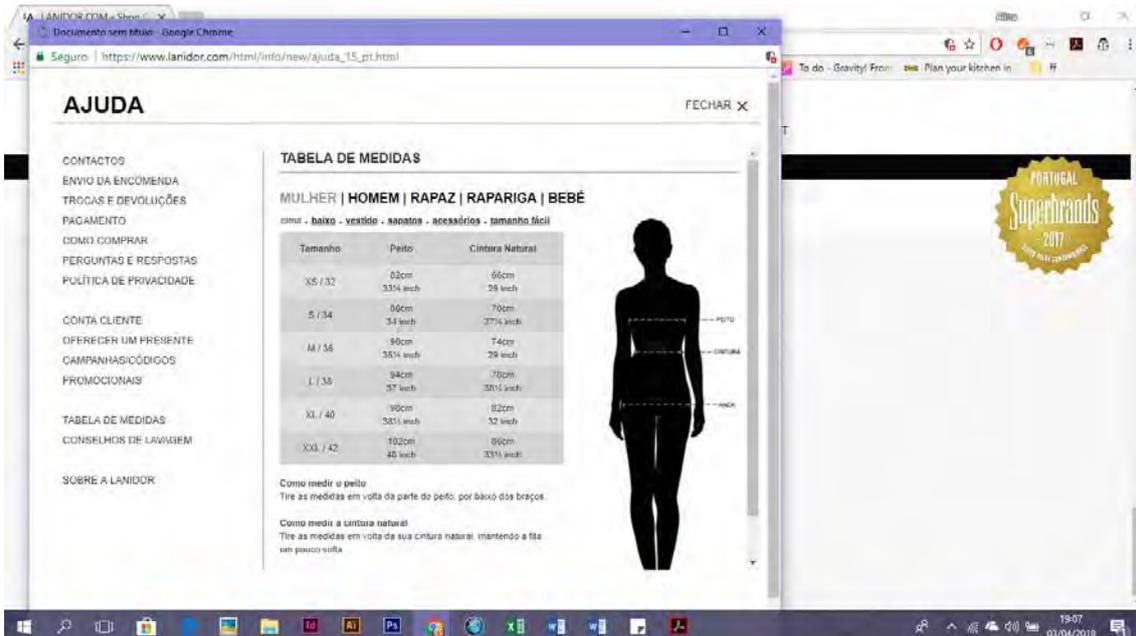
### 1.3.9- Campanhas/ códigos



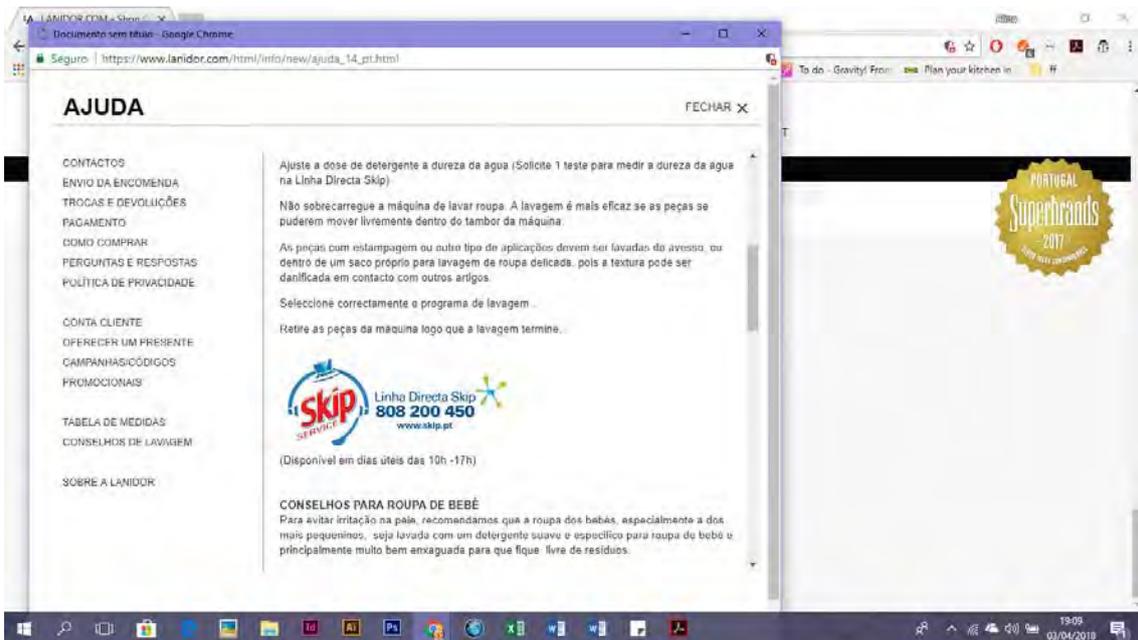
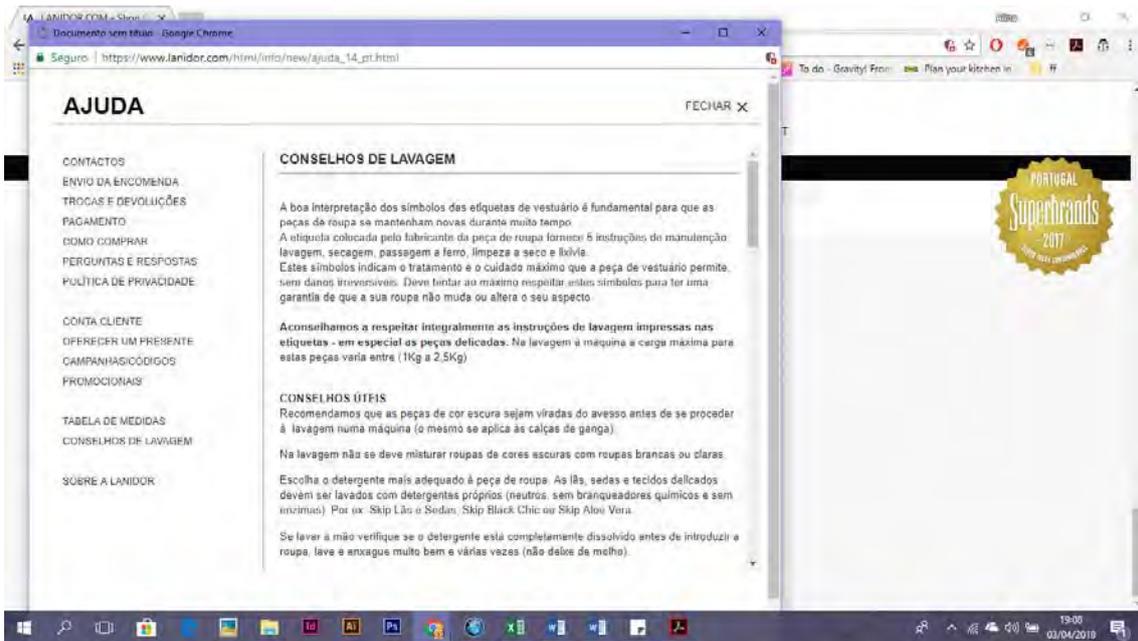
### 1.3.10- Promocionais



### 1.3.11- Tabela de Medidas



### 1.3.12- Concelhos de Lavagem



Documento sem título - Google Chrome  
 Seguro | https://www.lanidor.com/html/info/new/ajuda\_14\_pt.html

## AJUDA

FECHAR X

CONTACTOS  
 ENVIO DA ENCÓMENDA  
 TROÇAS E DEVOLUÇÕES  
 PAGAMENTO  
 COMO COMPRAR  
 PERGUNTAS E RESPOSTAS  
 POLÍTICA DE PRIVACIDADE

CONTA CLIENTE  
 OFERECER UM PRESENTE  
 CAMPANHAS/CÓDIGOS  
 PROMOCIONAIS

TABELA DE MEDIDAS  
 CONSELHOS DE LAVAGEM

SOBRE A LANIDOR

A Lanidor recomenda

 Skip Líquido Baby (especial bebé, sem enzimas, sem branqueadores, hipoalergénico)

 Comfort Pure - Proporciona um cuidado hipoalergénico (Um amaciador dermatologicamente testado)

Mais tarde, quando houver nódoas mais difíceis podem ser usados os mesmos produtos que são usados nas roupas dos adultos, mantendo a prática da roupa ser muito bem enxaguada

 Skip Líquido Alos Vera (Hipoalergénico)

PORTUGAL Superbrands 2017

19:05 03/04/2018

Documento sem título - Google Chrome  
 Seguro | https://www.lanidor.com/html/info/new/ajuda\_14\_pt.html

## AJUDA

FECHAR X

CONTACTOS  
 ENVIO DA ENCÓMENDA  
 TROÇAS E DEVOLUÇÕES  
 PAGAMENTO  
 COMO COMPRAR  
 PERGUNTAS E RESPOSTAS  
 POLÍTICA DE PRIVACIDADE

CONTA CLIENTE  
 OFERECER UM PRESENTE  
 CAMPANHAS/CÓDIGOS  
 PROMOCIONAIS

TABELA DE MEDIDAS  
 CONSELHOS DE LAVAGEM

SOBRE A LANIDOR

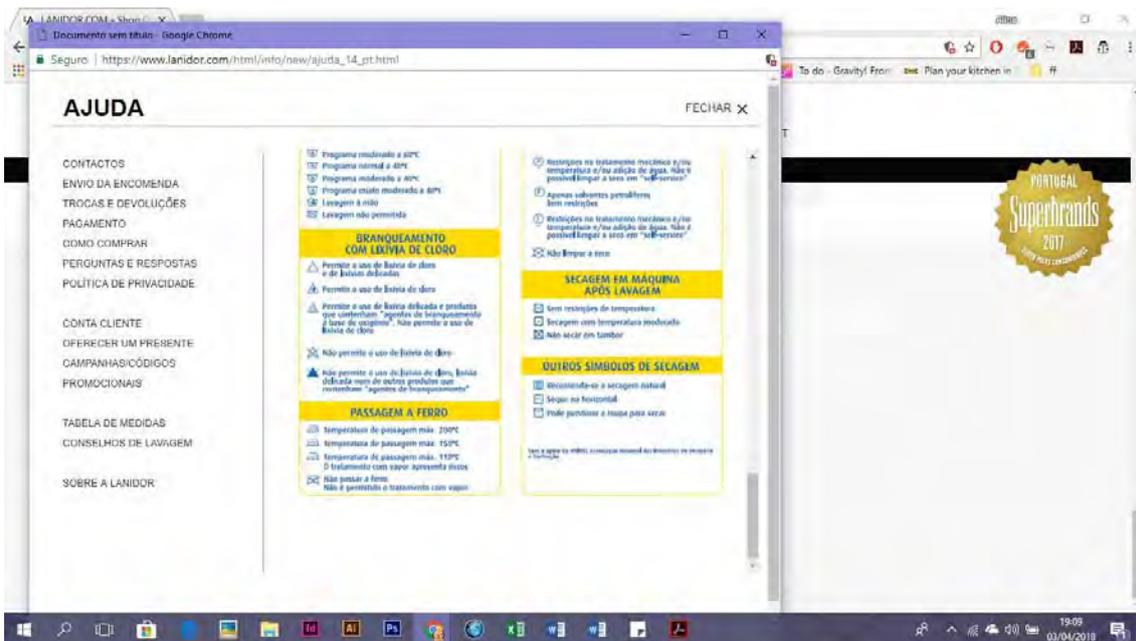
 Skip Líquido Active Clear (Imbatível nas nódoas)

**Skip aconselha a respeitar integralmente as instruções de lavagem das etiquetas.**

PROGRAMA	LIMPEZA A SECO
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Programa normal a 95°C</li> <li><input type="checkbox"/> Programa moderado a 95°C</li> <li><input type="checkbox"/> Programa normal a 90°C</li> <li><input type="checkbox"/> Programa moderado a 80°C</li> <li><input type="checkbox"/> Programa normal a 60°C</li> <li><input type="checkbox"/> Programa moderado a 40°C</li> <li><input type="checkbox"/> Programa mais moderado a 40°C</li> <li><input type="checkbox"/> Lavagem à mão</li> <li><input type="checkbox"/> Lavagem não permitida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Não se adibeitem ou não seixar roupas</li> <li><input type="checkbox"/> Todos os solventes excepto hidrocarbonetos sem aromas</li> <li><input type="checkbox"/> Respingos no sistema mecânico e/ou temperatura e/ou adição de água não é possível limpar a seco em "ultra-secos"</li> <li><input type="checkbox"/> Apenas solventes petrolíferos sem respingos</li> <li><input type="checkbox"/> Respingos no tratamento mecânico e/ou temperatura e/ou adição de água não é possível limpar a seco em "ultra-secos"</li> <li><input type="checkbox"/> Não limpar a seco</li> </ul>
<p><b>BRANQUEAMENTO COM LÍQUIDA DE CLORO</b></p> <p>Permitir o uso de banho de cloro e de banho de cloro</p> <p>Permitir o uso de banho de cloro</p>	<p><b>SECAGEM EM MÁQUINA APÓS LAVAGEM</b></p>

PORTUGAL Superbrands 2017

19:05 03/04/2018



## CONSELHOS DE LAVAGEM

A boa interpretação dos símbolos das etiquetas de vestuário é fundamental para que as peças de roupa se mantenham novas durante muito tempo.

A etiqueta colocada pelo fabricante da peça de roupa fornece 5 instruções de manutenção: lavagem, secagem, passagem a ferro, limpeza a seco e lixívia.

Estes símbolos indicam o tratamento e o cuidado máximo que a peça de vestuário permite, sem danos irreversíveis. Deve tentar ao máximo respeitar estes símbolos para ter uma garantia de que a sua roupa não muda ou altera o seu aspecto.

Aconselhamos a respeitar integralmente as instruções de lavagem impressas nas etiquetas - em especial as peças delicadas. Na lavagem à máquina a carga máxima para estas peças varia entre (1Kg a 2,5Kg)

## CONSELHOS ÚTEIS

Recomendamos que as peças de cor escura sejam viradas do avesso antes de se proceder à lavagem numa máquina (o mesmo se aplica às calças de ganga).

Na lavagem não se deve misturar roupas de cores escuras com roupas brancas ou claras.

Escolha o detergente mais adequado à peça de roupa. As lãs, sedas e tecidos delicados devem ser lavados com detergentes próprios (neutros, sem branqueadores químicos e sem enzimas) Por ex: Skip Lãs e Sedas, Skip Black Chic ou Skip Aloe Vera.

Se lavar à mão verifique se o detergente está completamente dissolvido antes de introduzir a roupa, lave e enxague muito bem e várias vezes (não deixe de molho).

Ajuste a dose de detergente à dureza da água (Solicite 1 teste para medir a dureza da água na Linha Directa Skip)

Não sobrecarregue a máquina de lavar roupa. A lavagem é mais eficaz se as peças se puderem mover livremente dentro do tambor da máquina.

As peças com estampagem ou outro tipo de aplicações devem ser lavadas do avesso, ou dentro de um saco próprio para lavagem de roupa delicada, pois a textura pode ser danificada em contacto com outros artigos.

Selecione correctamente o programa de lavagem .

Retire as peças da máquina logo que a lavagem termine.

(Disponível em dias úteis das 10h -17h)

## CONSELHOS PARA ROUPA DE BEBÉ

Para evitar irritação na pele, recomendamos que a roupa dos bebés, especialmente a dos mais pequeninos, seja lavada com um detergente suave e específico para roupa de bebé e principalmente muito bem enxaguada para que fique livre de resíduos.

A Lanidor recomenda:

Skip Líquido Baby (especial bebés, sem enzimas, sem branqueadores, hipoalergénico)

Comfort Pure – Proporciona um cuidado hipoalergénico (Um amaciador dermatologicamente testado)

Mais tarde, quando houver nódoas mais difíceis podem ser usados os mesmos produtos que são usados nas roupas dos adultos, mantendo a prática da roupa ser muito bem enxaguada.

Skip Líquido Aloe Vera (Hipoalergénico)

Skip Líquido Active Clean (imbatível nas nódoas)

### 1.3.13- Sobre a Lanidor

The image shows a screenshot of a web browser displaying the Lanidor website. The page is titled 'AJUDA' (Help) and features a sidebar with various links such as 'CONTACTOS', 'ENVIO DA ENCOMENDA', 'TROÇAS E DEVOLUÇÕES', 'PAGAMENTO', 'COMO COMPRAR', 'PERGUNTAS E RESPOSTAS', 'POLÍTICA DE PRIVACIDADE', 'CONTA CLIENTE', 'OPORTUNIDADES DE EMPREGO', 'CAMPANHAS/CÓDIGOS PROMOCIONAIS', 'TABELA DE MEDIDAS', 'CONSELHOS DE LAVAGEM', and 'SOBRE A LANIDOR'. The main content area is titled 'SOBRE A LANIDOR' and contains the following text:

A Lanidor é a maior marca portuguesa de pronto-a-vestir feminino. Neste momento tem uma rede de 98 lojas, espalhadas pelos nove países onde se encontra: Portugal, Espanha, Chipre, Qatar, Equador, Angola, Líbano, Moçambique e Cazaquistão.

Fundada em 1966, é hoje muito mais do que uma marca de roupa de senhora. Criou o LA LIFE STYLE, tendo sempre como inspiração a sua VISÃO "making people happier". Lançou novos segmentos de mercado, contando actualmente com sete conceitos inovadores, todos relacionados com o mundo da moda: LA Woman, a primeira marca Lanidor; LA Kids & Junior, que inclui a linha LA Baby (roupa para criança dos 5 meses aos 17 anos); LA Accessories (acessórios de moda); LA Café (café & restaurant); LA Outlet (outlet); LA Shop Online e LA Eyewear.

A marca integra o Grupo com o mesmo nome e que além da Lanidor detém as marcas Globe, Quebramar, Casa Batalha e Companhia do Campo. A continuada confiança e preferência das Clientes Lanidor, faz com que a sua equipa de profissionais continue a trabalhar na construção de uma empresa de referência em Portugal, cuja insignia conseguiu alcançar uma elevada notoriedade junto do mercado e apresenta uma multidisciplinaridade dos seus recursos, permitindo um serviço integrado e completo em todas as variantes a que se propõe. Assumir os Clientes como razão do seu sucesso, é um dos princípios base da Lanidor, assim como a garantia de um serviço de excelência. Encorajar a criatividade e inovação e agir com transparência, são alguns dos valores que fazem da Lanidor uma marca de referência no mercado nacional.

Optimizar o futuro assegurando o retorno dos acionistas, assegurar o bem-estar dos Colaboradores, contribuindo para o seu desenvolvimento pessoal e profissional, fomentar um bom ambiente de trabalho, promover a Responsabilidade Social e respeitar a Diversidade Cultural são os valores que norteiam a Lanidor, com o propósito de criar valor.

A Lanidor é a maior marca portuguesa de pronto-a-vestir feminino. Neste momento tem uma rede de 98 lojas, espalhadas pelos nove países onde se encontra: Portugal, Espanha, Chipre, Qatar, Equador, Angola, Líbano, Moçambique e Cazaquistão.

Fundada em 1966, é hoje muito mais do que uma marca de roupa de senhora. Criou o LA LIFE STYLE, tendo sempre como inspiração a sua VISÃO "making people happier". Lançou novos segmentos de mercado, contando actualmente com sete conceitos inovadores, todos relacionados com o mundo da moda: LA Woman, a primeira marca Lanidor; LA Kids & Júnior, que inclui a linha LA Baby (roupa para criança dos 6 meses aos 12 anos); LA Accessories (acessórios de moda); LA Caffé (caffé & restaurant); LA Outlet (outlet); LA Shop Online e LA Eyewear.

A marca integra o Grupo com o mesmo nome e que além da Lanidor detém as marcas Globe, Quebramar, Casa Batalha e Companhia do Campo. A continuada confiança e preferência das Clientes Lanidor, faz com que a sua equipa de profissionais continue a trabalhar na construção de uma empresa de referência em Portugal, cuja insígnia conseguiu alcançar uma elevada notoriedade junto do mercado e apresenta uma multidisciplinaridade dos seus recursos, permitindo um serviço integrado e completo em todas as vertentes a que se propõe. Assumir os Clientes como razão do seu sucesso, é um dos princípios base da Lanidor, assim como a garantia de um serviço de excelência. Encorajar a criatividade e inovação e agir com transparência, são alguns dos valores que fazem da Lanidor uma marca de referência no mercado nacional.

Optimizar o futuro assegurando o retorno dos accionistas; assegurar o bem-estar dos Colaboradores, contribuindo para o seu desenvolvimento pessoal e profissional; fomentar um bom ambiente de trabalho; promover a Responsabilidade Social e respeitar a Diversidade Cultural, são os valores presentes na outra face da moeda, que contribuem para o sucesso da marca Lanidor junto de todos aqueles que a têm acompanhado ao longo de todos estes anos.

## INOVAÇÃO E COMUNICAÇÃO

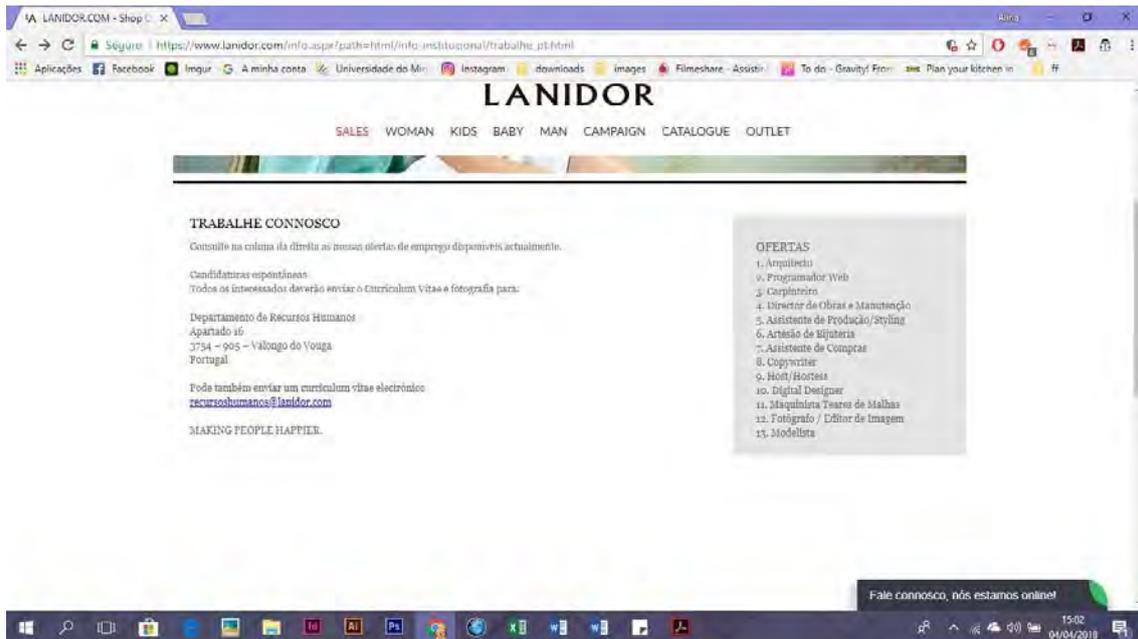
Desde a sua criação em 1966, que a marca Lanidor tem vindo a dinamizar o mercado Português de pronto-a-vestir, nomeadamente através do lançamento de conceitos inovadores. A Lanidor tem vindo a apostar na actualização da sua rede de lojas: novos espaços, inovadores projectos de arquitectura e inúmeras remodelações com significativa ampliação da área de loja. Exemplo disso é a abertura de uma Lanidor Flagship Store na rua Braamcamp, em Lisboa.

Lanidor é a marca da única cadeia portuguesa de pronto-a-vestir feminino que oferece a Portugal uma rede de lojas com experiência e capacidade para comunicar directamente com um target feminino, através das suas cerca de 80 lojas, espalhadas pelo país.

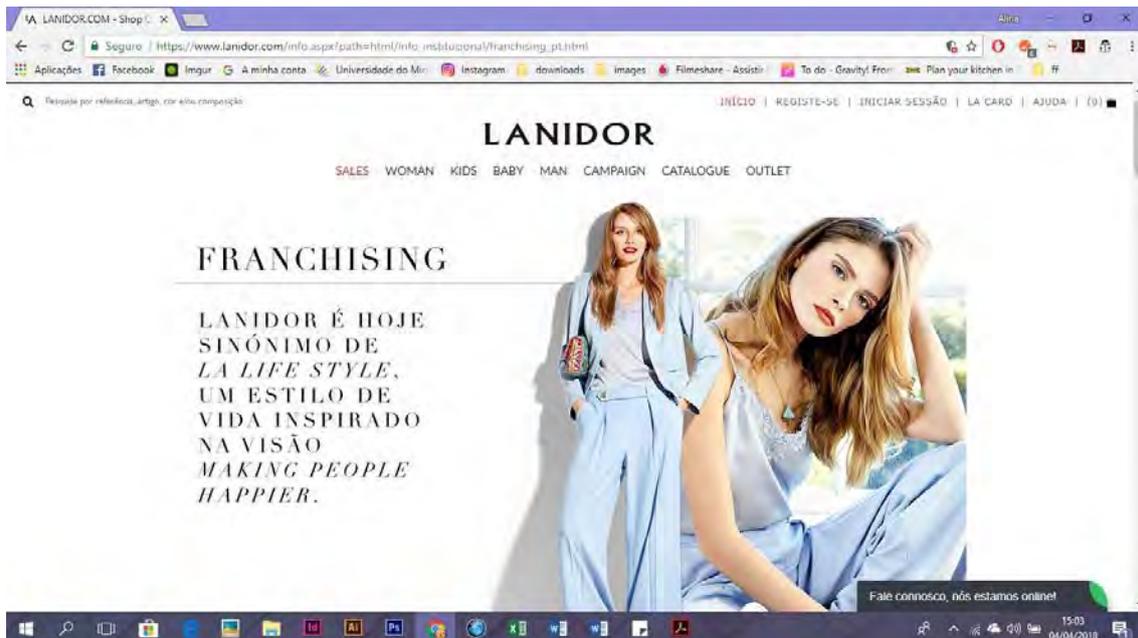
## VANTAGENS COMPETITIVAS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

A Lanidor pretende ser mais do que uma simples loja de roupa. Actualmente Lanidor é sinónimo de "LA Life Style", conceito representativo da Visão da marca que assenta na vontade de tornar as pessoas mais felizes. Este conceito está presente em todas as vertentes da marca. Paralelamente à forte aposta no desenvolvimento de novos conceitos, a Lanidor continua a ter como objectivo tornar-se uma marca global de referência internacional, mantendo Espanha como um mercado prioritário e levando mais longe o seu processo de internacionalização.

### 1.3.14- Trabalhe Connosco



### 1.3.15- Franchising



LANIDOR.COM - Shop

Seguro | [https://www.lanidor.com/info.aspx?path=html/info\\_instituiconal/franchising\\_pt.html](https://www.lanidor.com/info.aspx?path=html/info_instituiconal/franchising_pt.html)

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #

# LANIDOR

SALES WOMAN KIDS BABY MAN CAMPAIGN CATALOGUE OUTLET

Saiba aqui como pode fazer parte do nosso mundo...



A Lanidor oferece o seu sistema de franquia das marcas LA Woman e LA Kids & Junior para a União Europeia e para as principais capitais e cidades do mundo. O modelo de franquia da Lanidor proporciona um sistema abrangente que cobre todos os aspectos relativos ao marketing do produto e à gestão do mesmo. A Lanidor propõe um negócio completo em todas as suas vertentes de forma a que o parceiro franquiado se possa concentrar exclusivamente na maximização das vendas.

Fale connosco, nós estamos online!

15:03 04/04/2018

LANIDOR.COM - Shop

Seguro | [https://www.lanidor.com/info.aspx?path=html/info\\_instituiconal/franchising\\_pt.html](https://www.lanidor.com/info.aspx?path=html/info_instituiconal/franchising_pt.html)

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #

# LANIDOR

SALES WOMAN KIDS BABY MAN CAMPAIGN CATALOGUE OUTLET




PONDERAMOS ALARGAR O MERCADO LA WOMAN EM SISTEMA DE FRANQUIA PARA AS SEGUINTE CIDADES:

Amadora, Amarante, Barreiro, Cascais, Fafe, Guarda, Lagos, Mafra, Montegordo, Ovar, Ponte de Lima, Santa Maria da Feira e Vila Franca de Xira

♦NOVAS CIDADES♦  
Monção, Valença e Trofa

Fale connosco, nós estamos online!

15:03 04/04/2018

LANIDOR.COM - Shop

Seguro | https://www.lanidor.com/info.aspx?path=html/info\_md/luccoral/franchising\_pt.html

Aplicações Facebook Imagem A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads Images Filmeshare - Assistir To do - Gravity From Plan your kitchen in

# LANIDOR

SALES WOMAN KIDS BABY MAN CAMPAIGN CATALOGUE OUTLET



PONDERAMOS ALARGAR O MERCADO LA KIDS EM SISTEMA DE FRANQUIA PARA AS SEGUINTE CIDADES.

## Vilamoura

Fale connosco, nós estamos online!

15:04 04/04/2019

LANIDOR.COM - Shop

Seguro | https://www.lanidor.com/info.aspx?path=html/info\_md/luccoral/franchising\_pt.html

Aplicações Facebook Imagem A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads Images Filmeshare - Assistir To do - Gravity From Plan your kitchen in

# LANIDOR

SALES WOMAN KIDS BABY MAN CAMPAIGN CATALOGUE OUTLET

**ALANDOR OPERAÇÃO**

1. Uma marca reconhecida pelas crianças e seus pais.
2. Uma base de mais de 500.000 clientes.
3. Uma coleção completa e atualizada, baseada em tendências de moda e design.
4. Uma boa relação preço/qualidade.
5. Colocação e consagração, ajudando constantemente o nível de conhecimento das necessidades do mercado.
6. Formação das equipas comerciais.

**CONDIÇÕES DE FRANCHISING**

Vamos. Esta informação não constitui uma oferta de qualquer das marcas do Grupo Lanidor, mas sim apenas a informação de fundo adequada para permitir uma análise inicial do investimento e desenvolvimento de uma loja de um dos seus conceitos. Cada potencial parceiro de franquia deve avaliar de forma independente a oportunidade que se lhe oferece, considerando os aspetos legais, económicos, jurídicos, de marketing, de gestão e de outros aspetos relevantes.

A informação fornecida também poderá estar sujeita a alterações de acordo com diversos fatores, tais como condições locais, sociais, legais, em qualquer caso deverá ser considerada como uma oferta preliminar de Lanidor. SA ou de qualquer das suas empresas subsidiárias ou associadas.

**Localização do loja**

- Situada em áreas comerciais atrativas, em ruas ou centros comerciais;
- Com uma área 20 de vendas;
- Lanidor Woman - 70m2 e Lanidor Kids 40m2 mais espaço de armazém, preferencialmente num só piso;

**Contratuação territorial**

- Não se ocorre mais a cidade, de acordo com a previsão dos planos de expansão e implementação;

**Período de formação**

- A duração inicial é de seis meses, renovável por períodos sucessivos;

**Capital necessário**

- Direito de matrícula - Lanidor Kids 10.000 euros e Lanidor Woman 20.000 euros. Pagamento efetuado num único ato, devendo posteriormente ser feitas de crédito mas previstas 24 faturações de mercadorias;

**Ativos necessários para Lanidor**

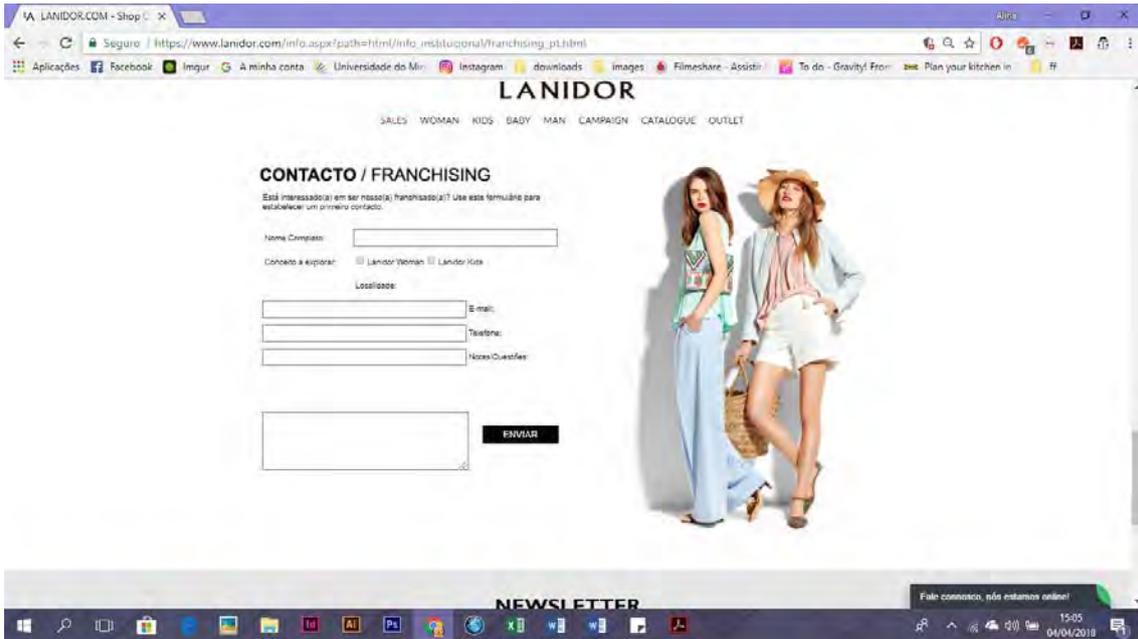
- Apoio na abertura da loja, sobretudo as áreas de merchandising, informática e organização de loja / armazém;
- Acesso permanente ao site ECR;
- Formação básica das equipas comerciais;
- Formação na utilização das ferramentas informáticas;
- Supervisão contínua;

**Sistema de "Vendor ou Desenvolvido"**

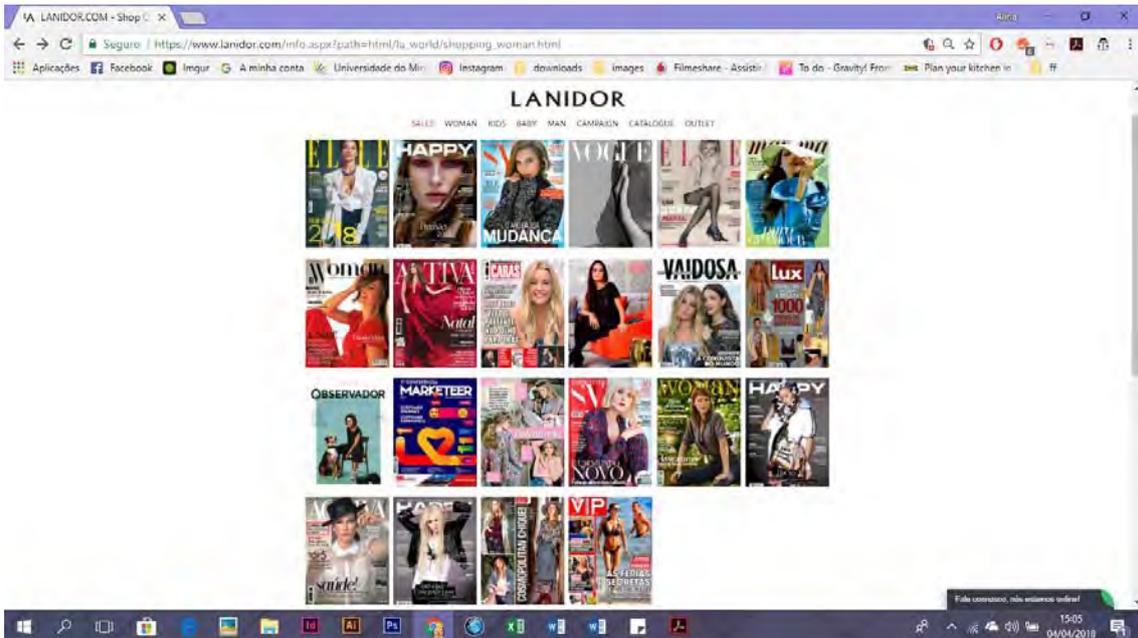
- Em Portugal a Lanidor oferece a marca para a consagração, o que significa que apenas uma paragem em que foi vendido deve ser paga. No final de cada estação, tudo o que não é vendido deverá ser devolvido à marca, sendo este custo suportado pela mesma. Ao longo da estação, os custos de transporte do envio da mercadoria para a loja são suportados pelo franqueado;
- As lojas não devem ser abertas iguais à Lanidor através de um sistema informático que permita que a marca exerça uma intervenção em tempo real sobre as vendas e os stocks;
- A marcação é realizada automaticamente mediante disponibilização de stock;
- As atividades de marcação de toda Lanidor em sistema de "Vendor ou Desenvolvido" incluem regularmente artigos novos, oferecendo assim uma maior variedade de produtos;
- Os pagamentos da marcação são efetuados semanalmente e abrangem todas as artigos vendidos na semana anterior;
- Design
- O projeto de decoração (móveis e sistema de decoração) da loja é feito em exclusivo pela Lanidor através de uma empresa subsidiária, sendo o custo do mesmo suportado pelo franqueado. A empresa fornecerá um orçamento para todos os sistemas de decoração para a loja, não sendo obrigatória a aquisição à marca;
- Caso a loja seja realizada por outra empresa, deverá ser feita de acordo com as especificações estabelecidas no projeto. Os artigos e acessórios luminosos são propriedade da marca;

Fale connosco, nós estamos online!

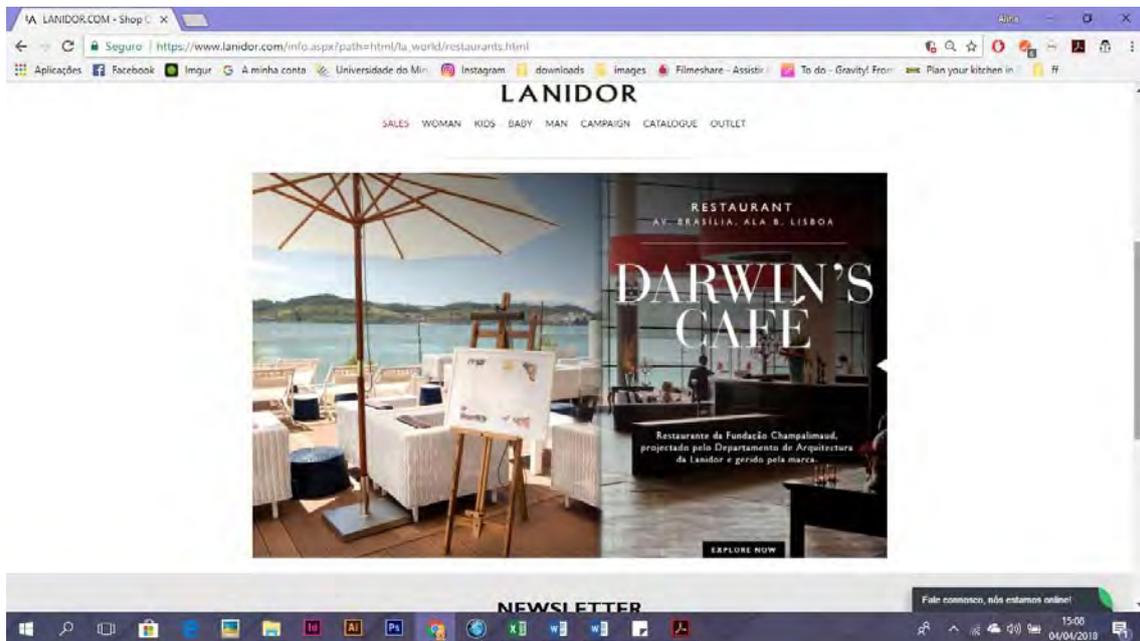
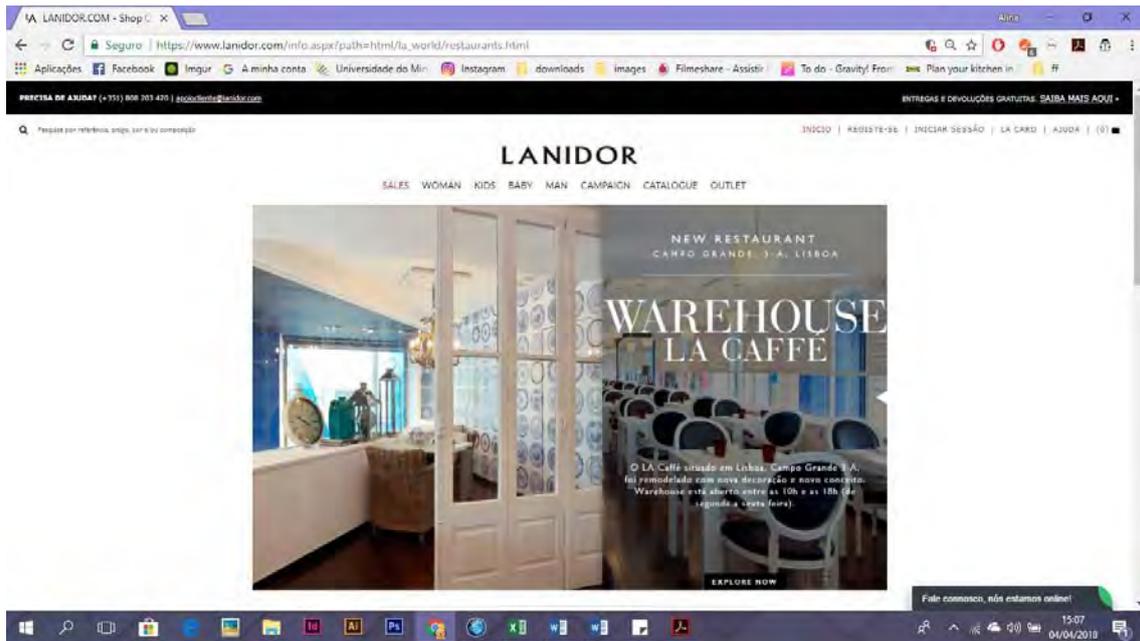
15:04 04/04/2019



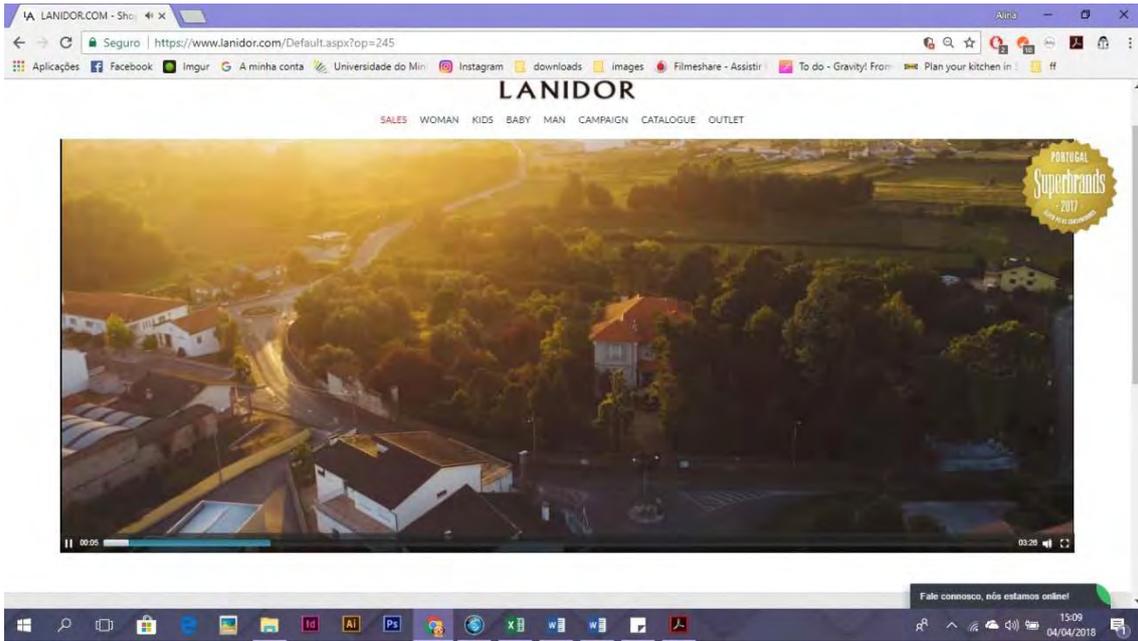
### 1.3.16-Imprensa



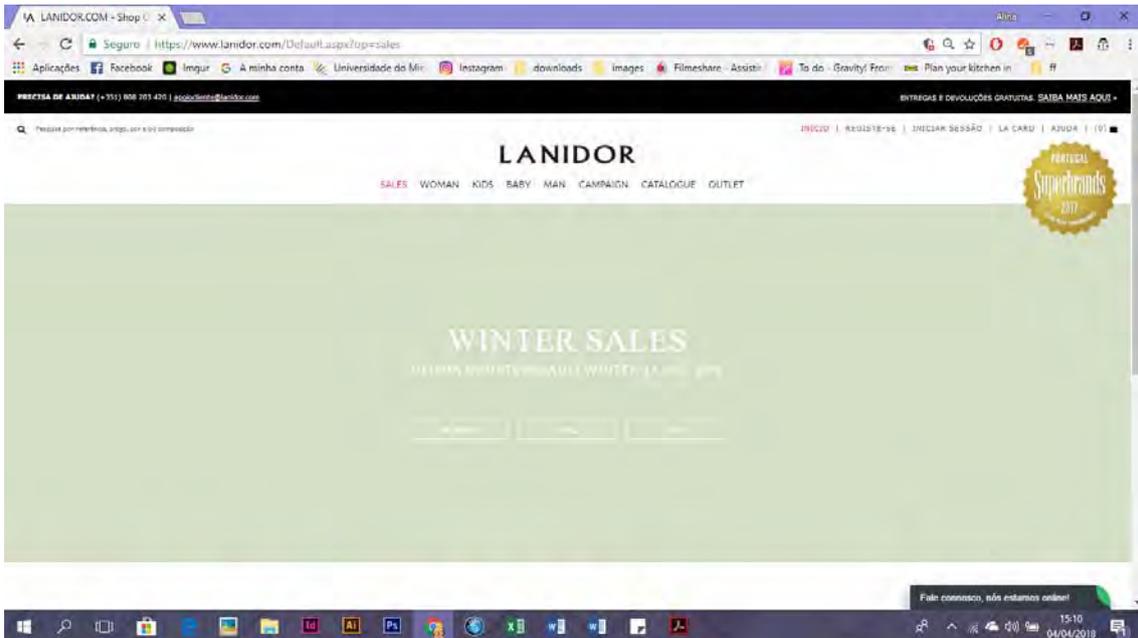
### 1.3.17- LA Restaurantes

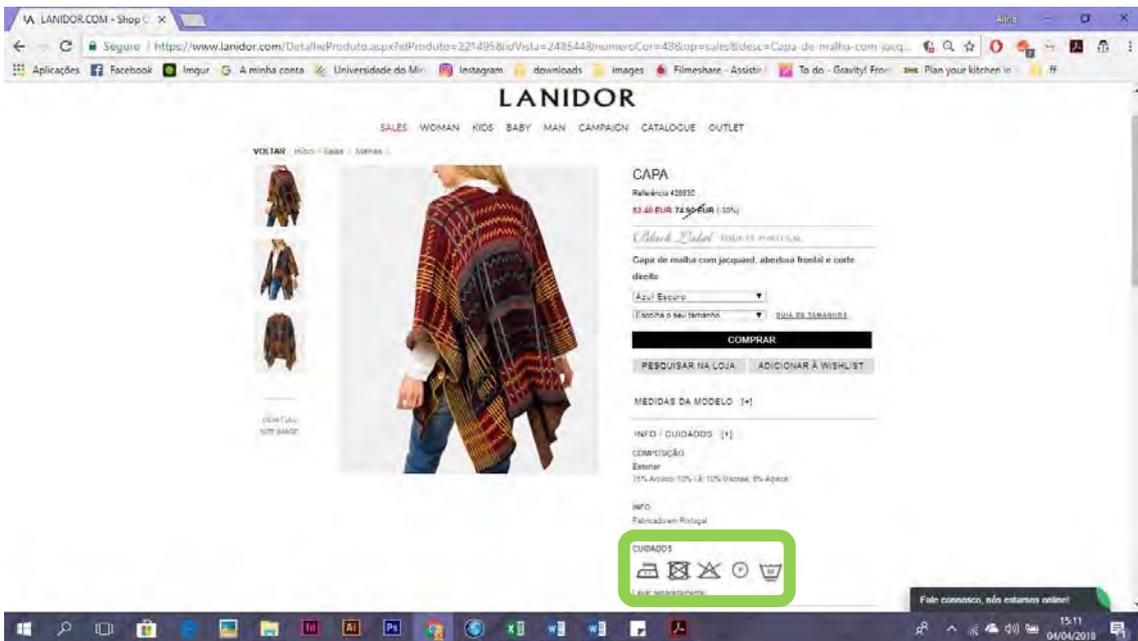
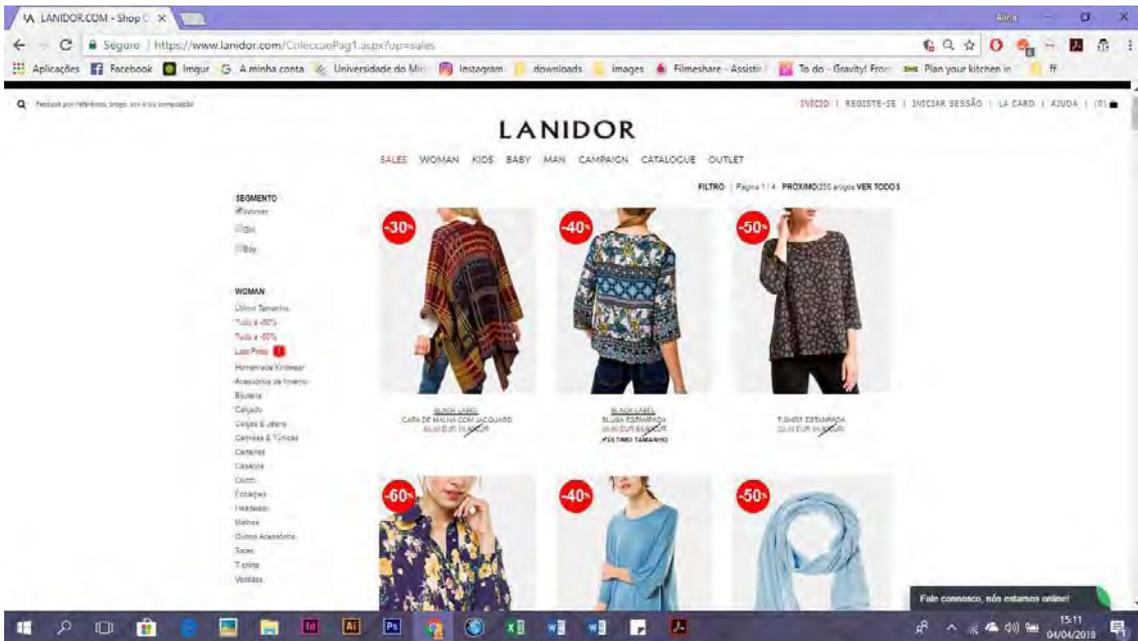


## 1.2.18- Responsabilidade Social

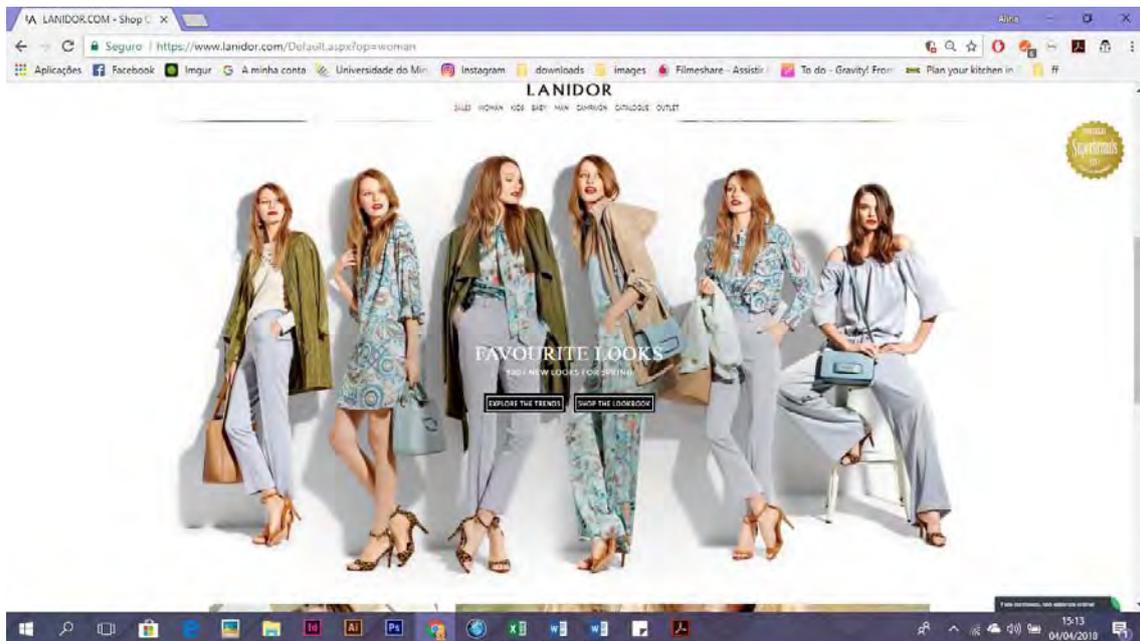
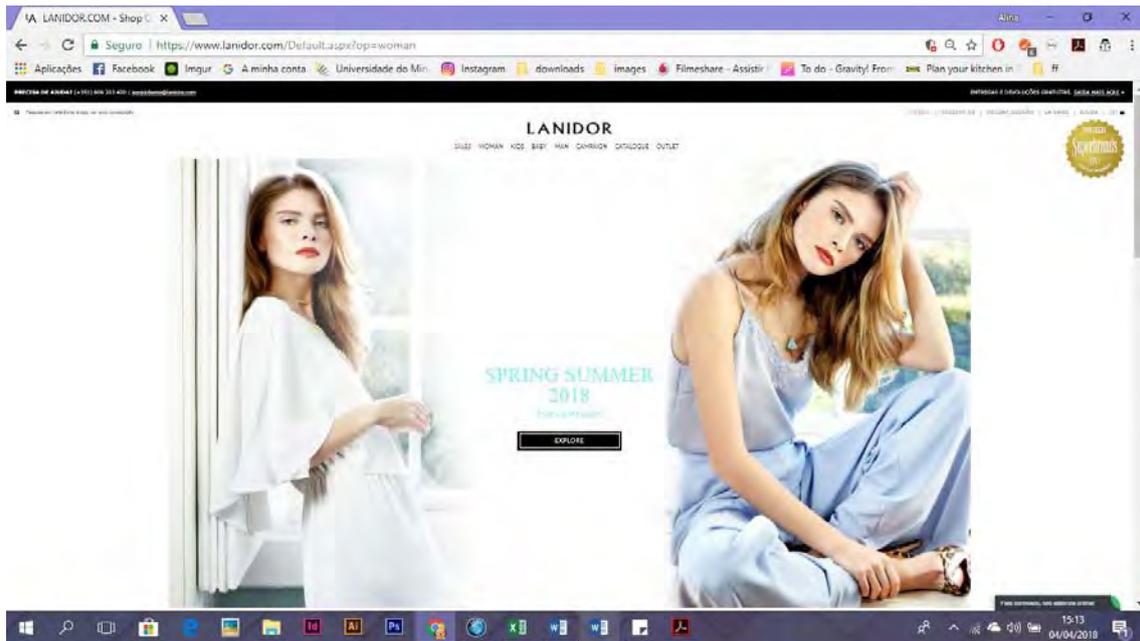


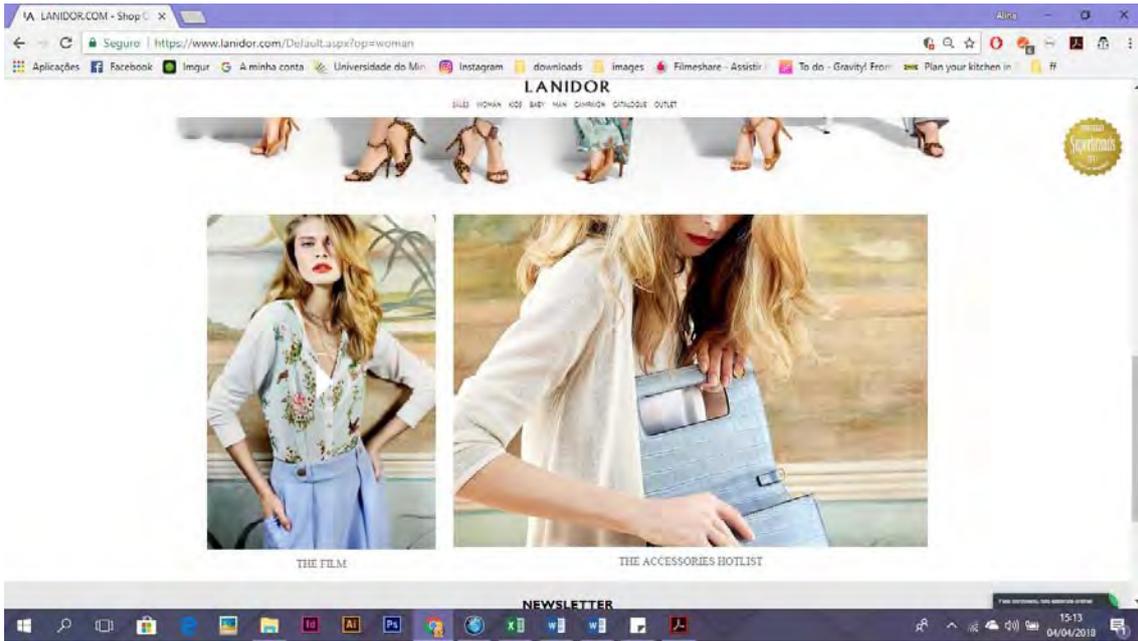
## 2- Sep. Sales



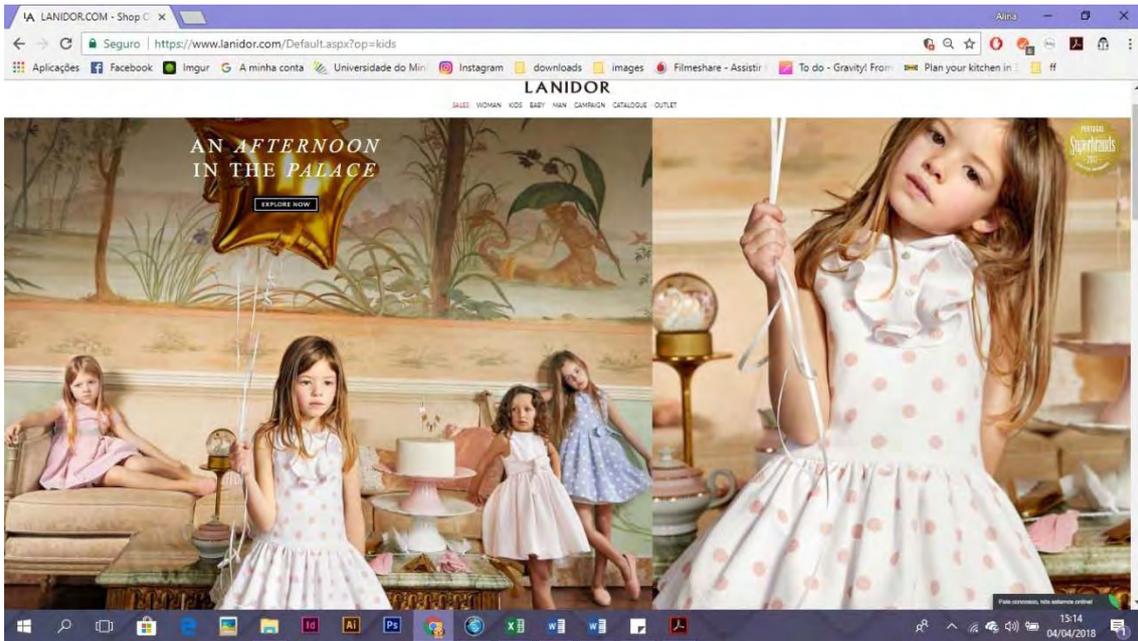


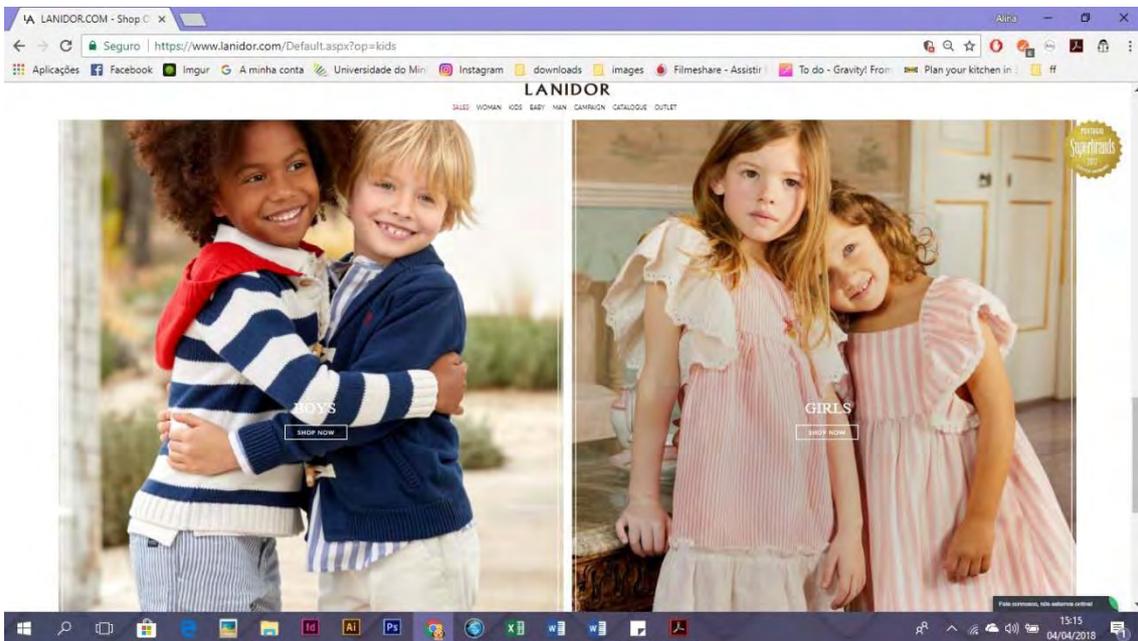
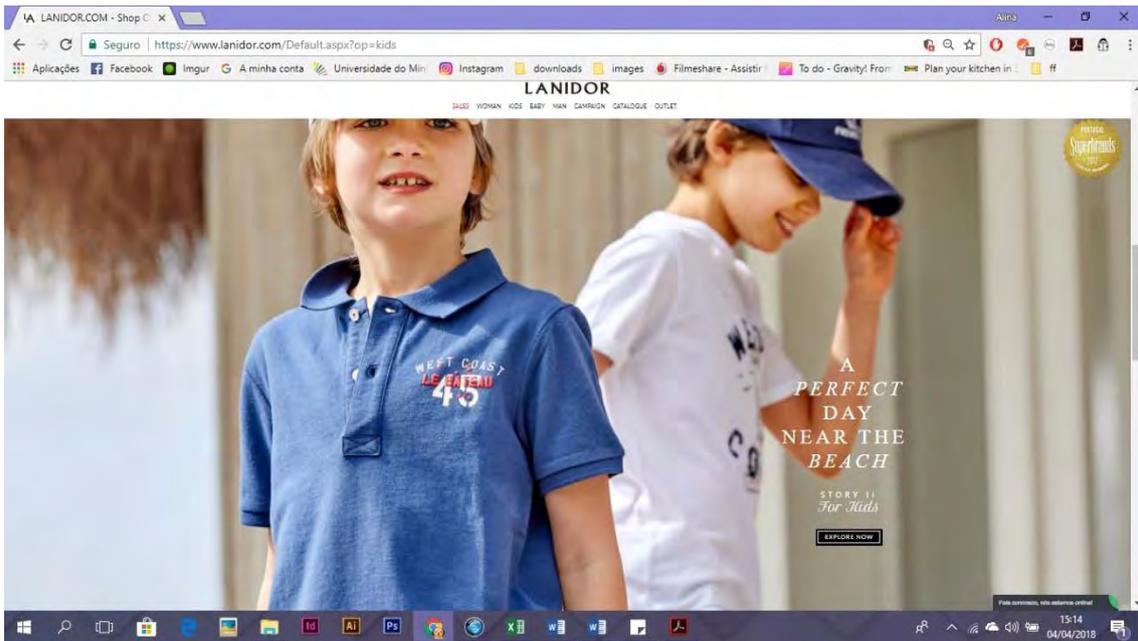
3- Sep. Woman



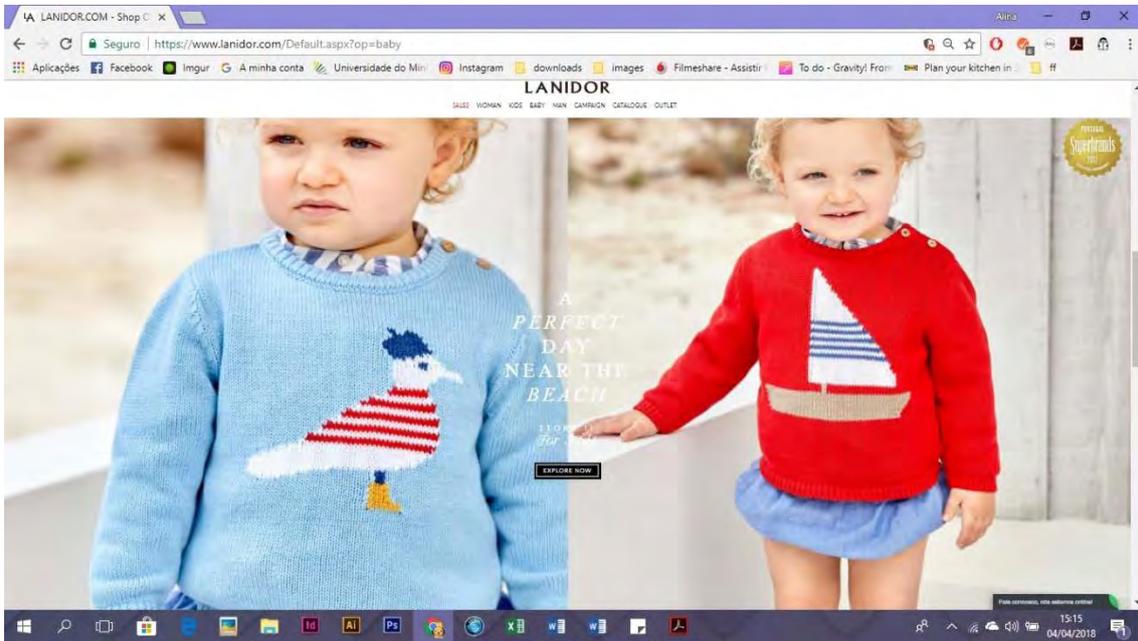
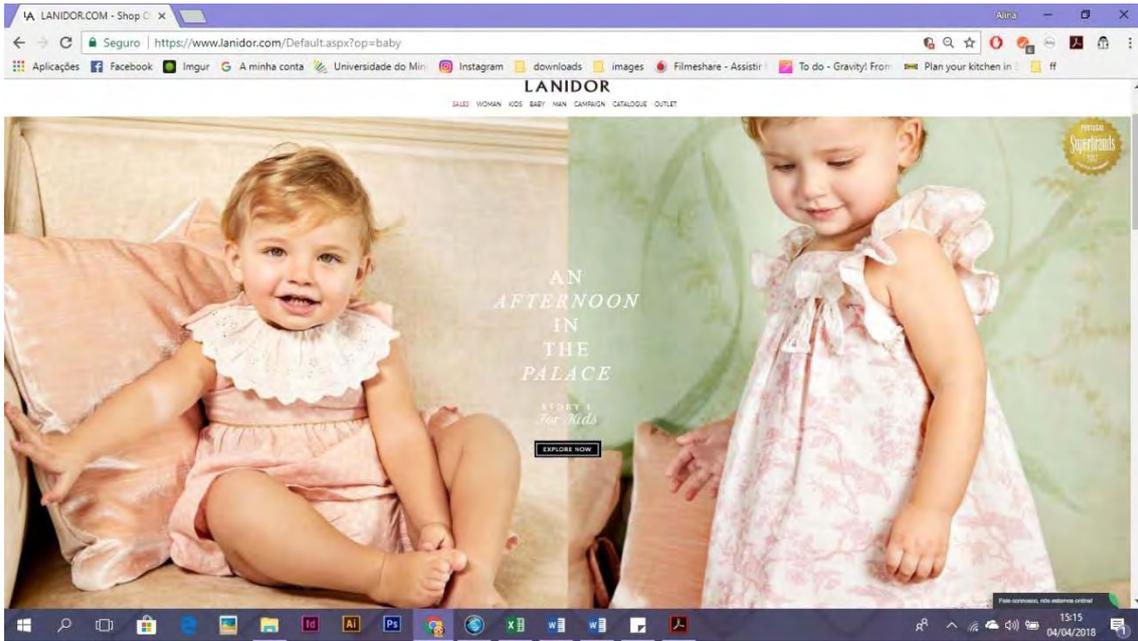


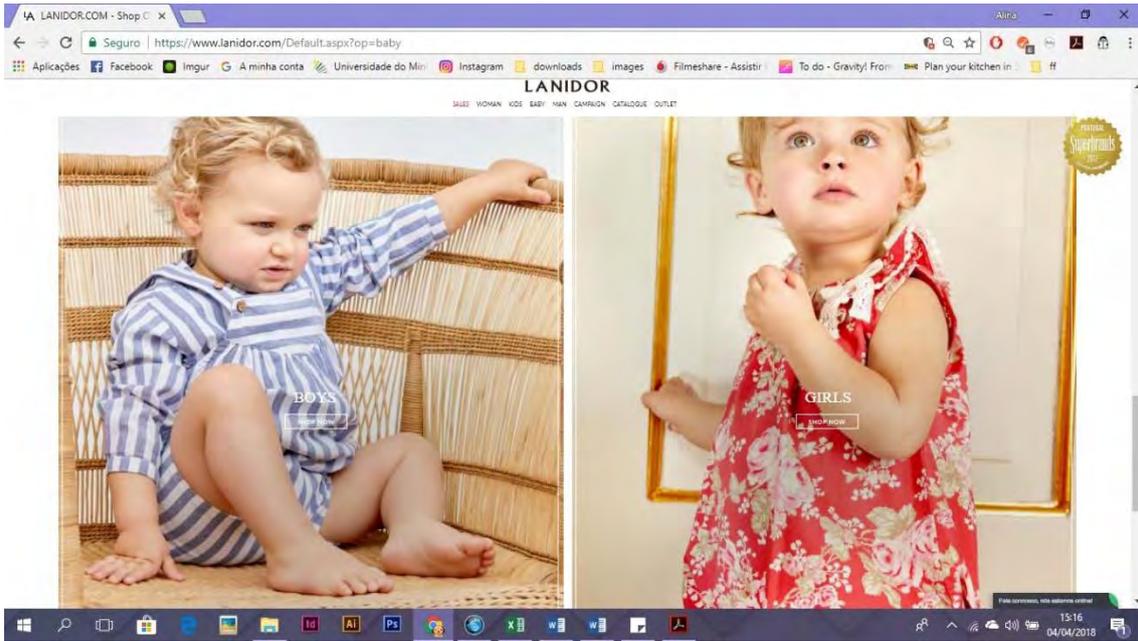
#### 4- Sep. Kids



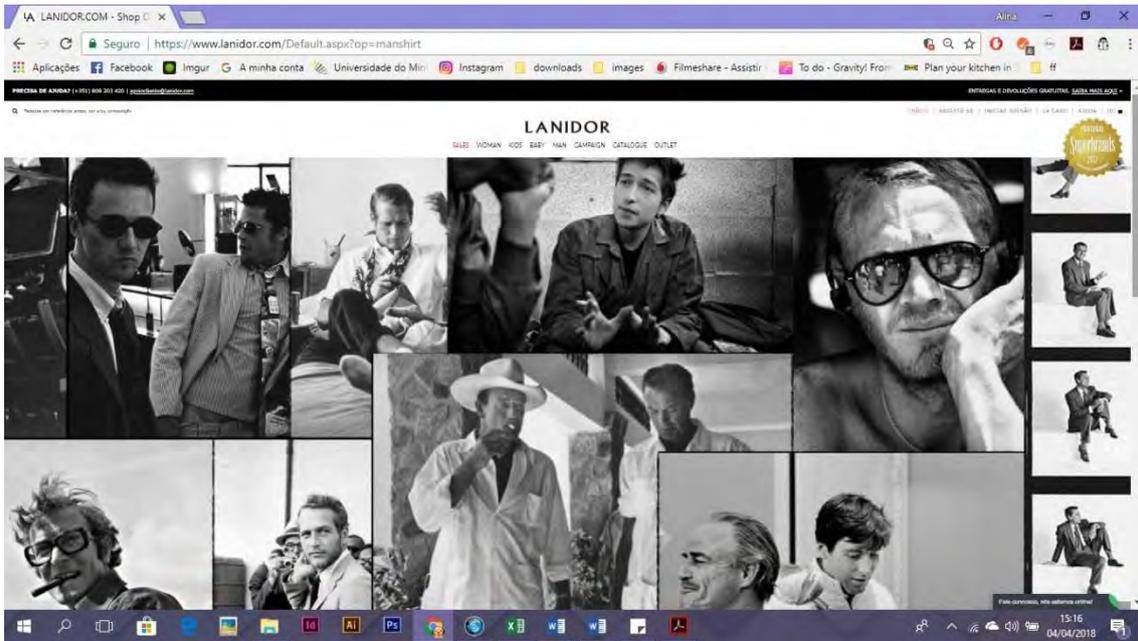


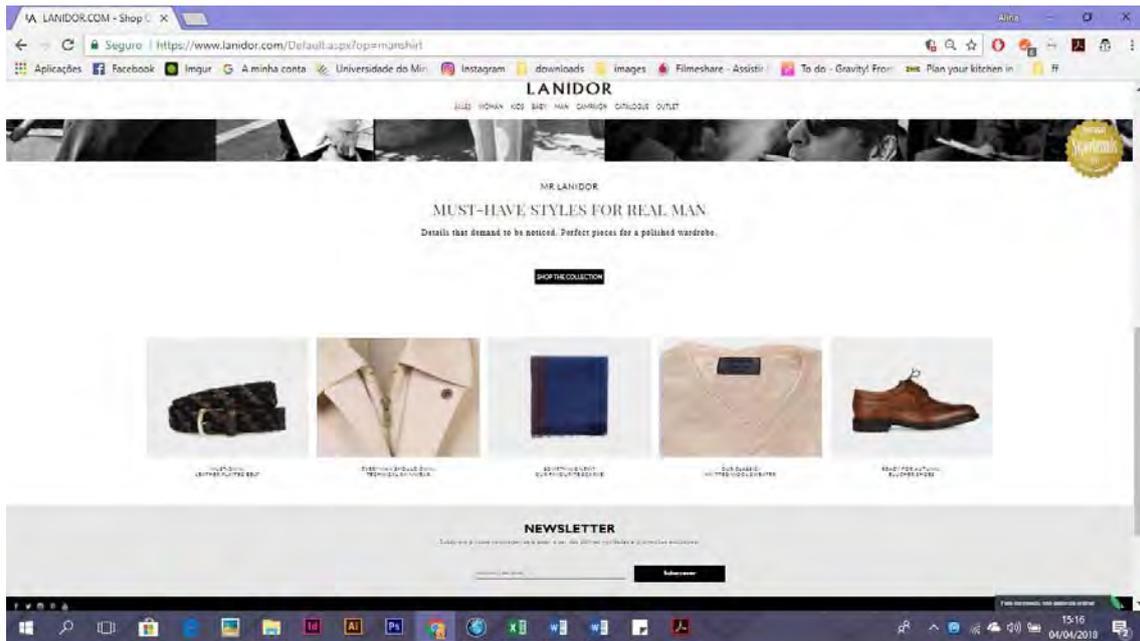
5- Sep. Baby





## 6-Sep. Man

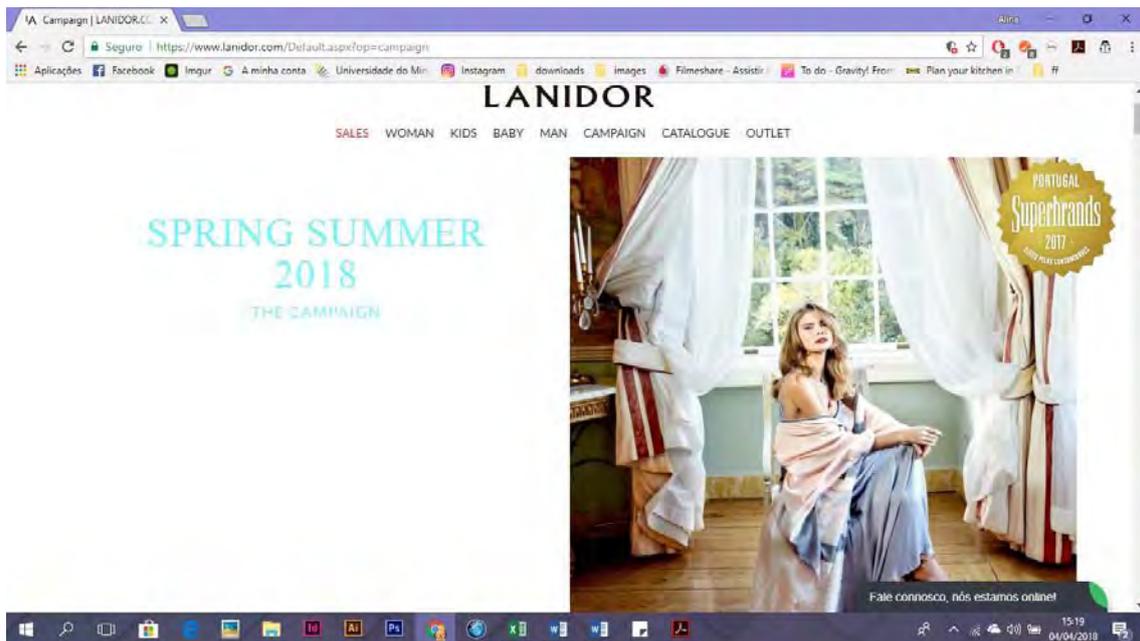


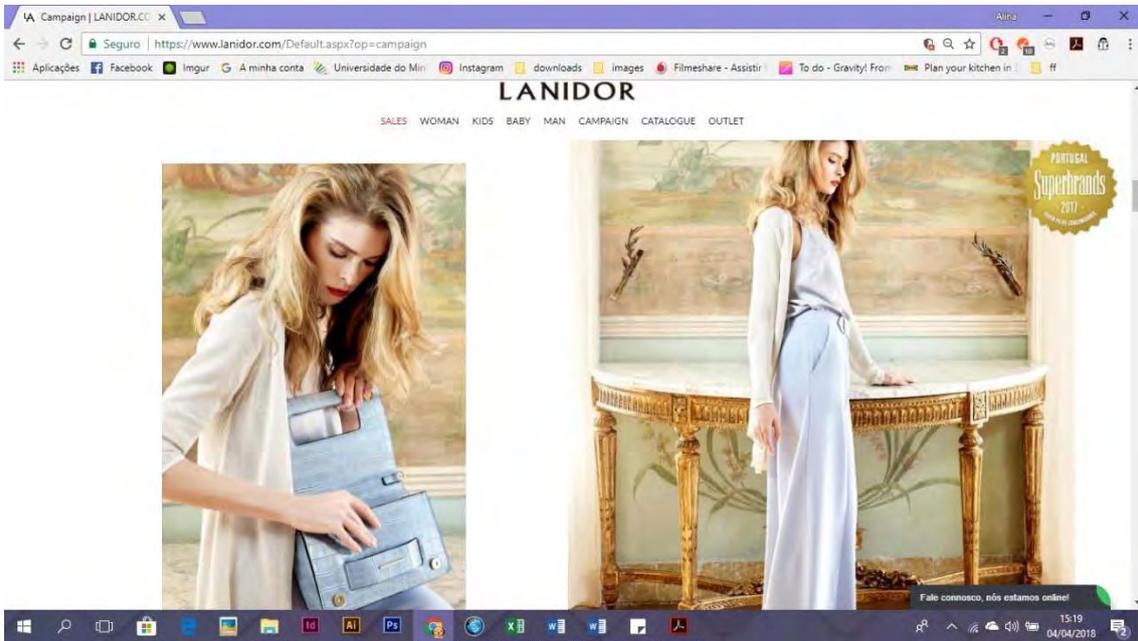
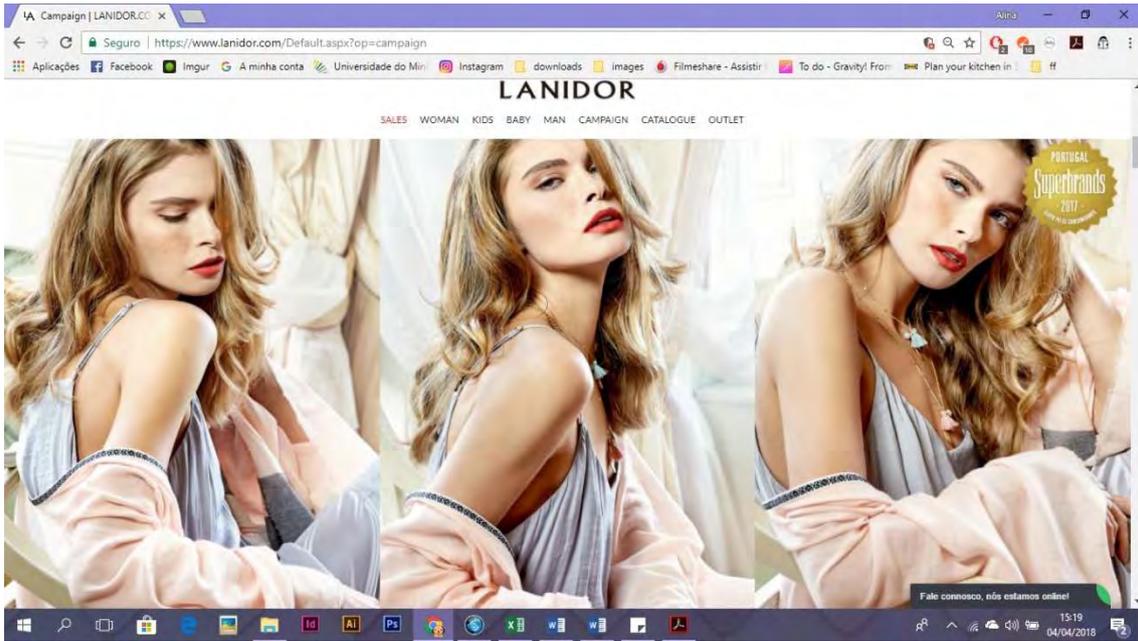


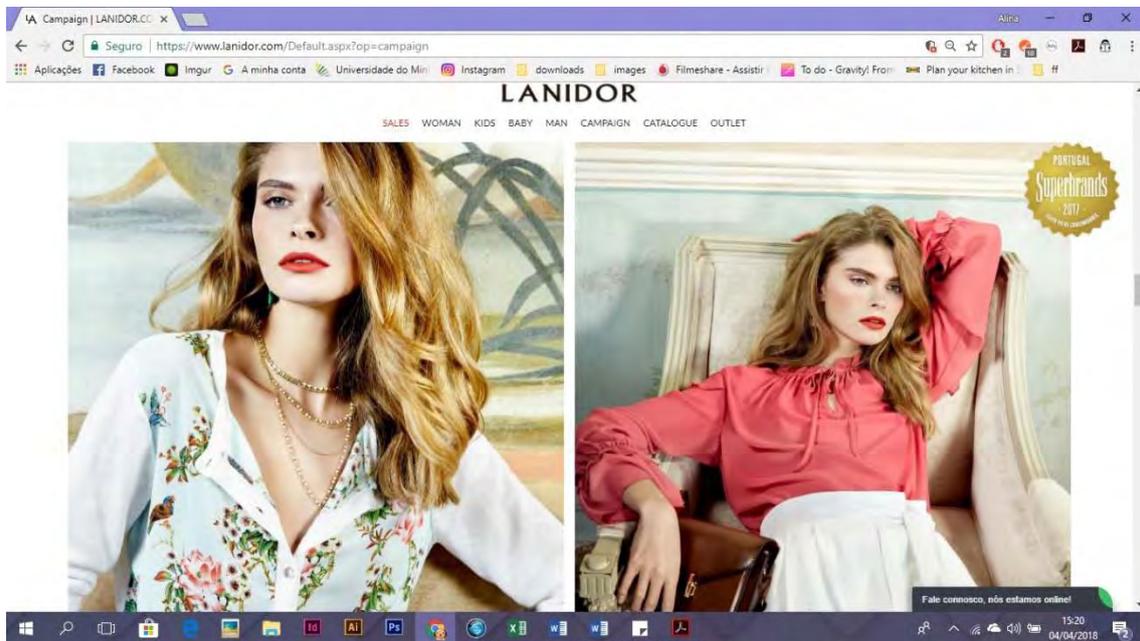
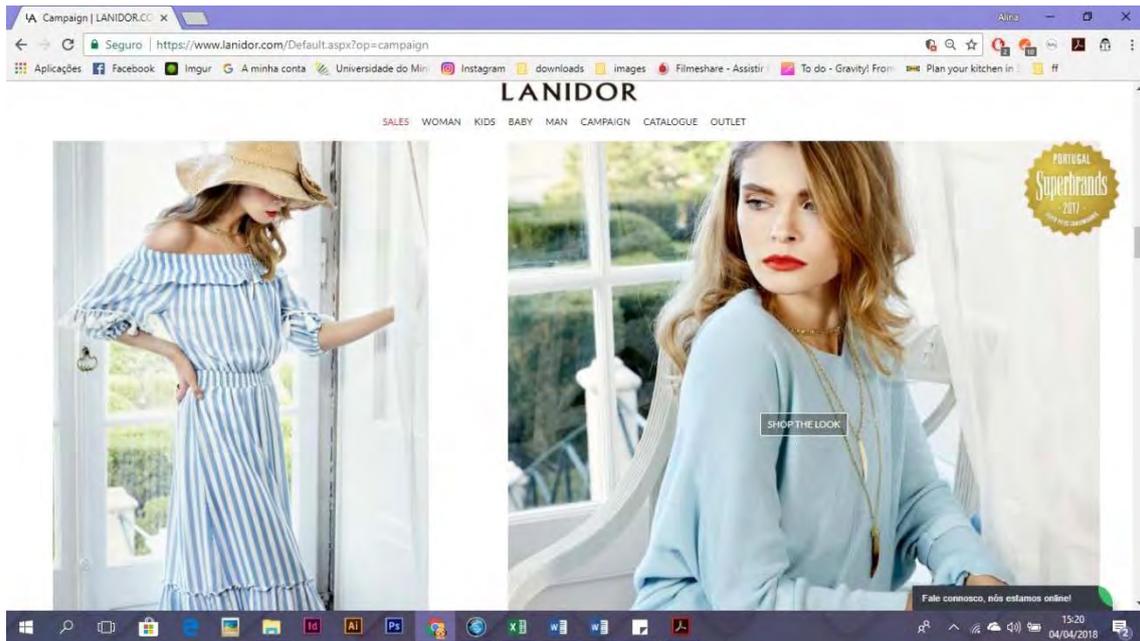
7- Sep. Campaign

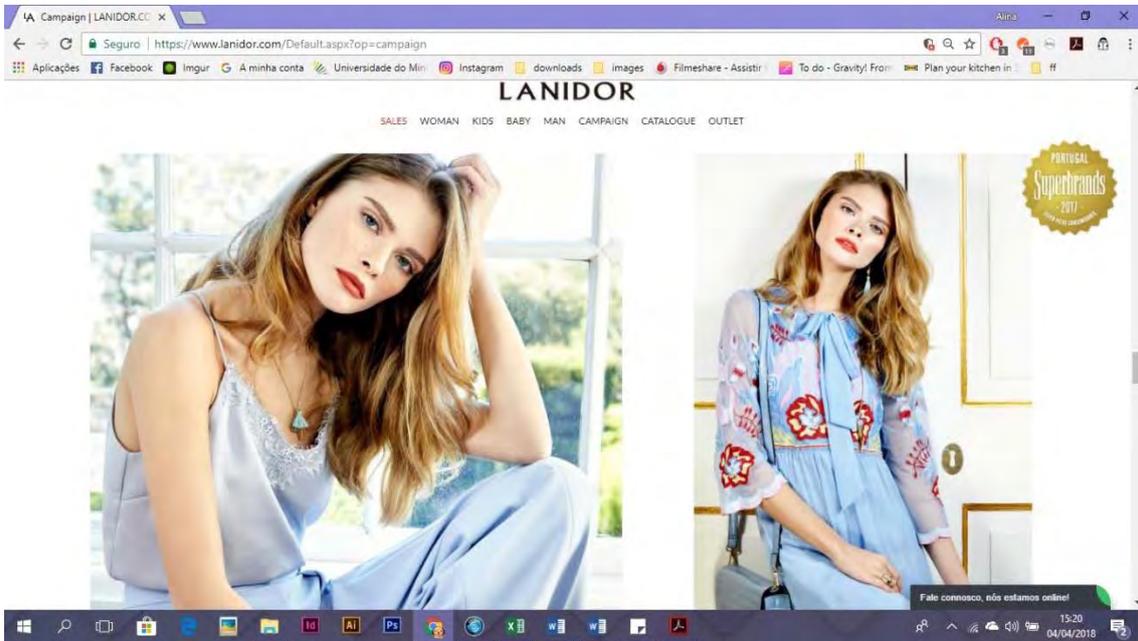
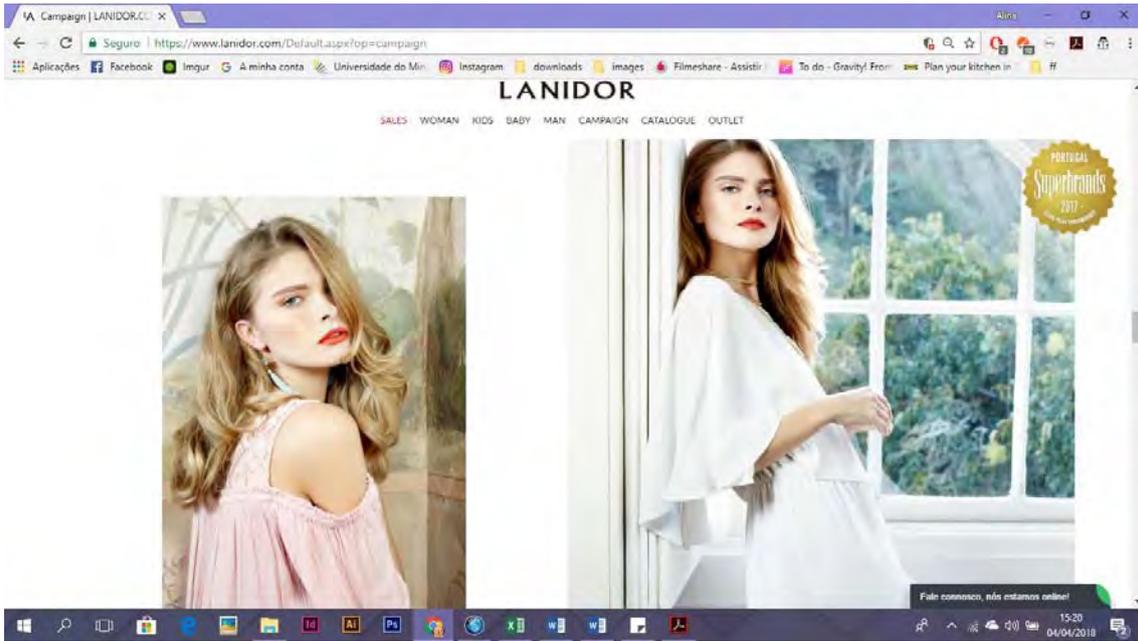
7.1- Woman

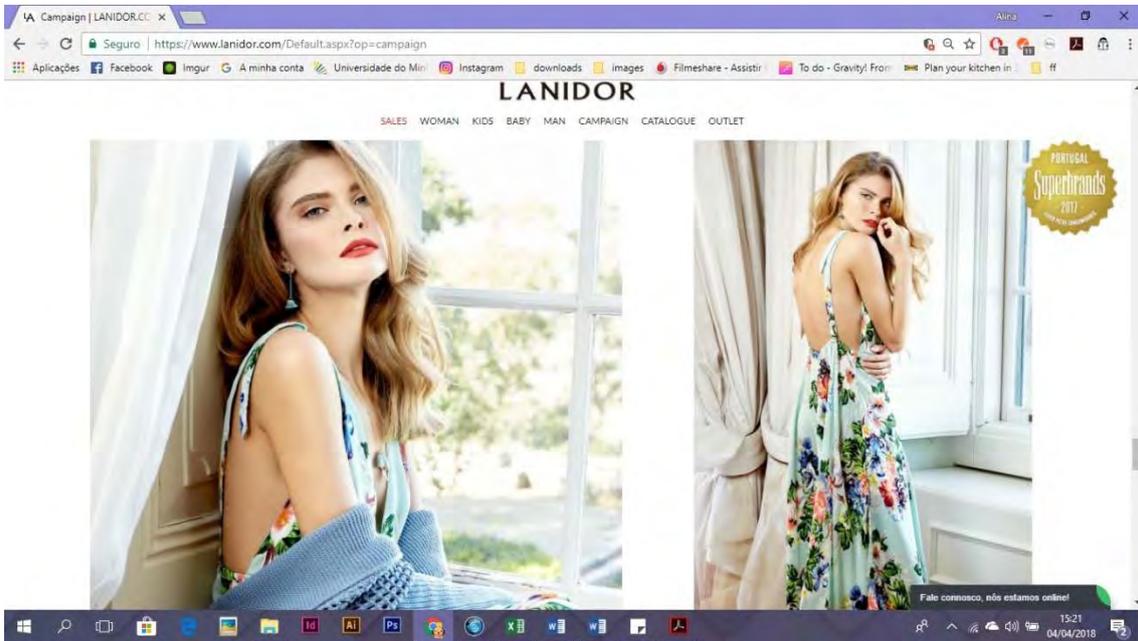
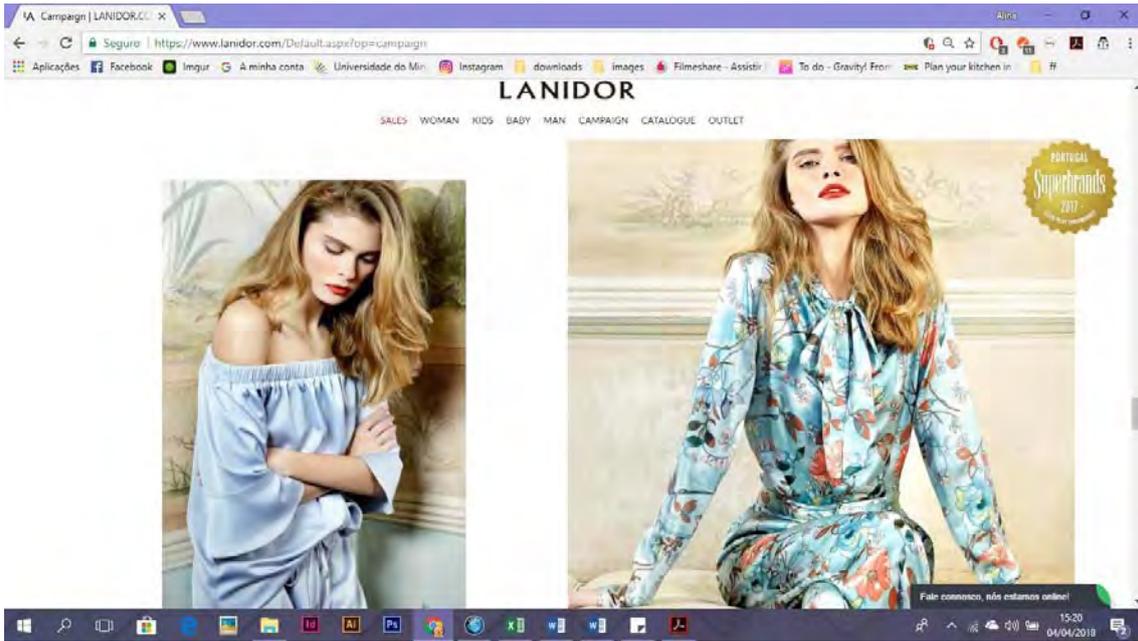
7.1.1- Campaign

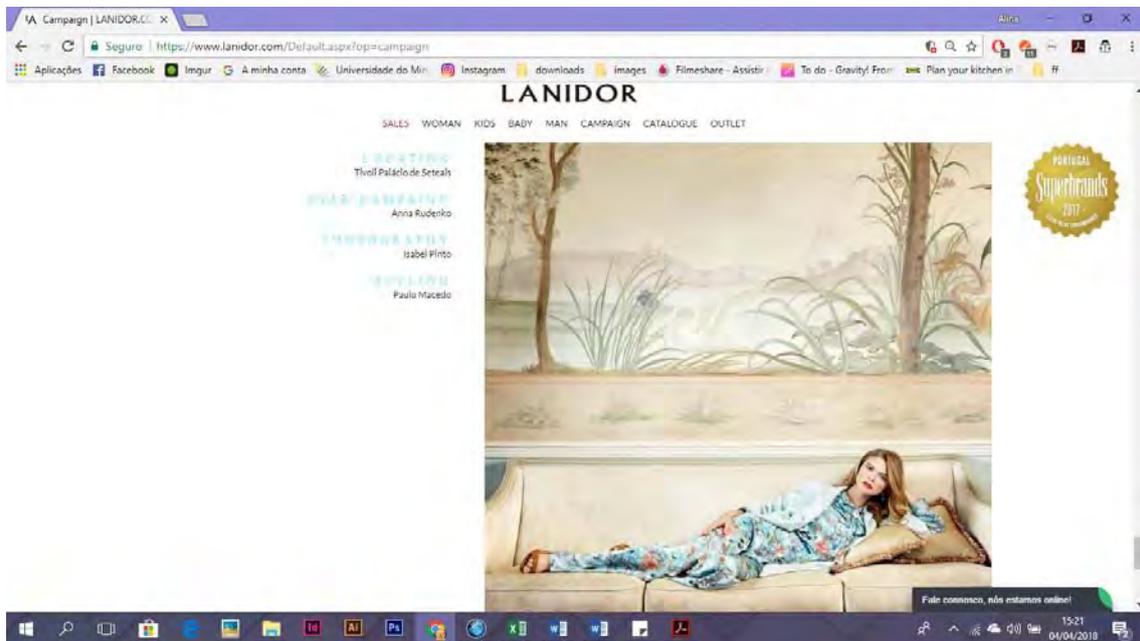
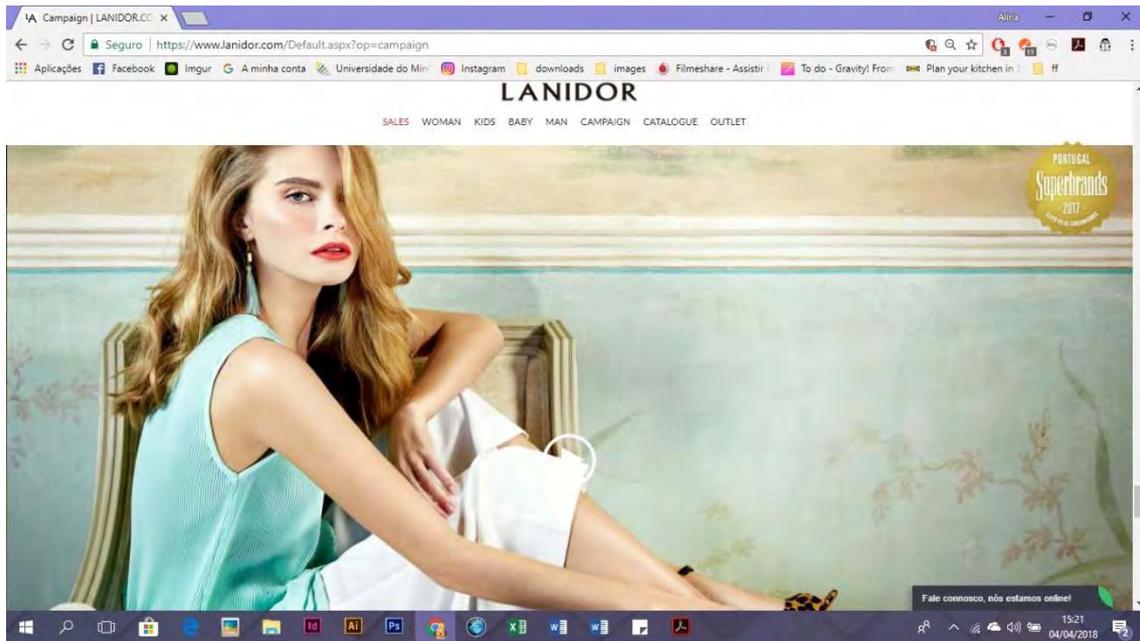




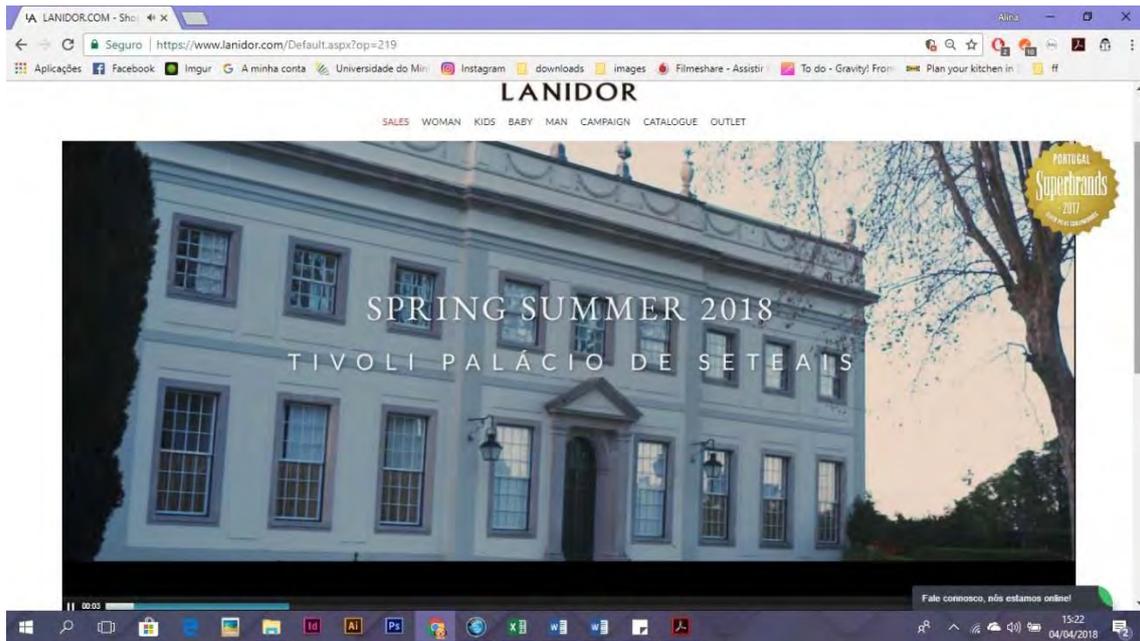






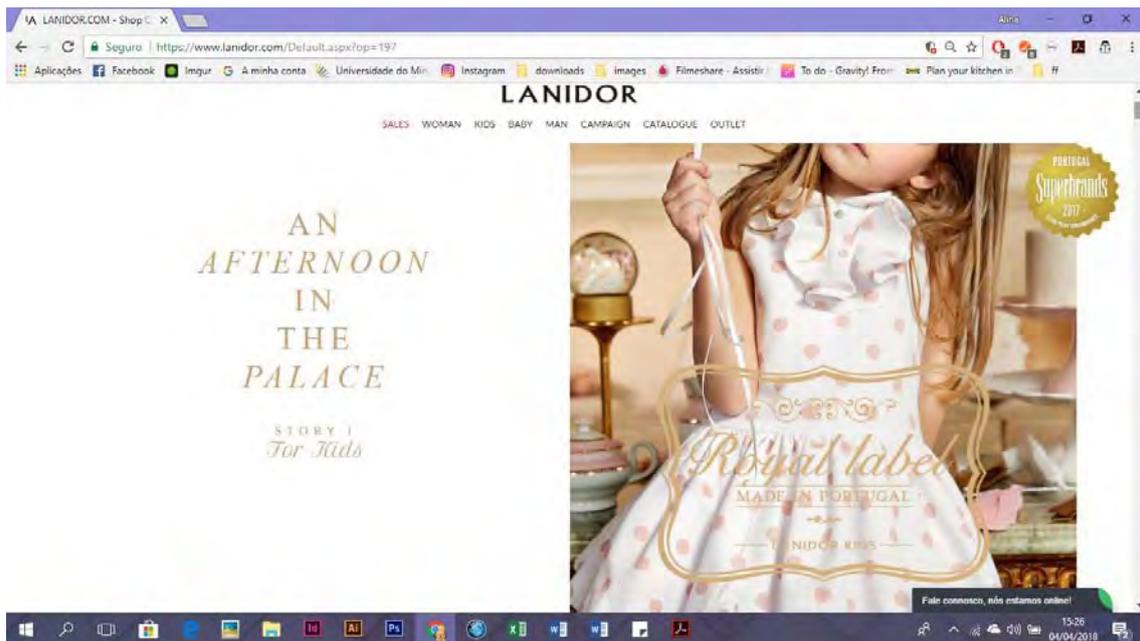


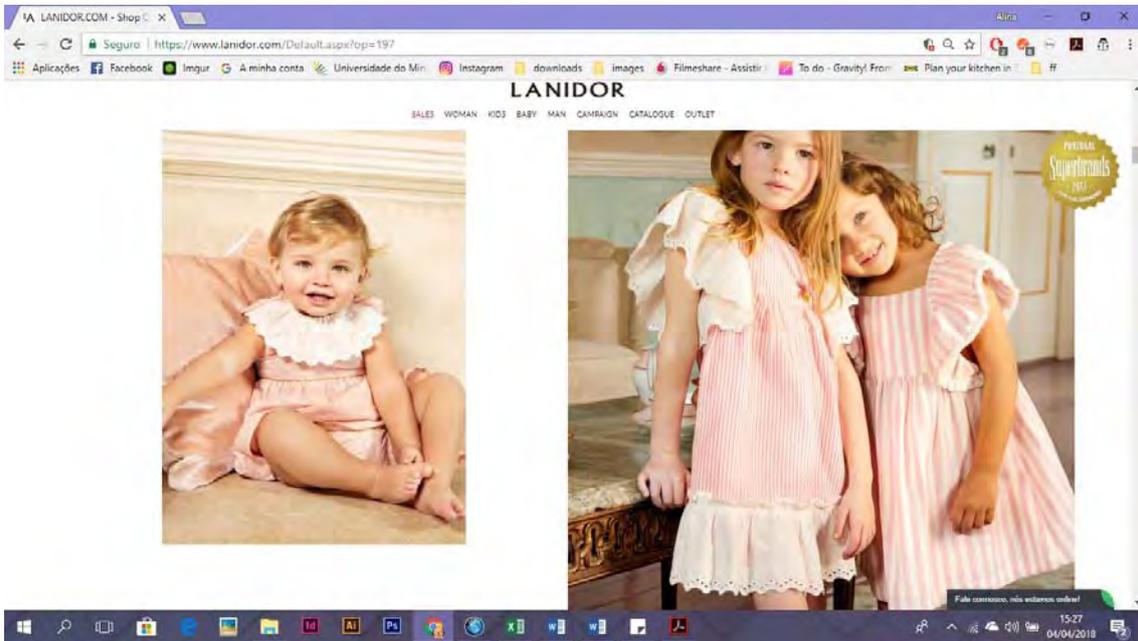
## 7.1.2- The Film

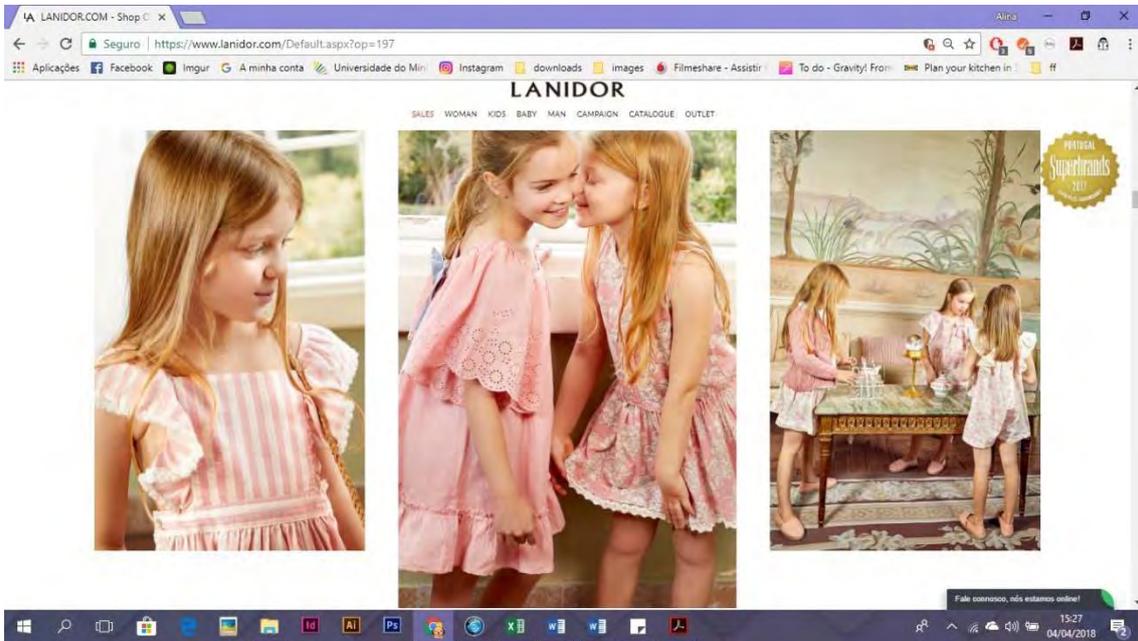
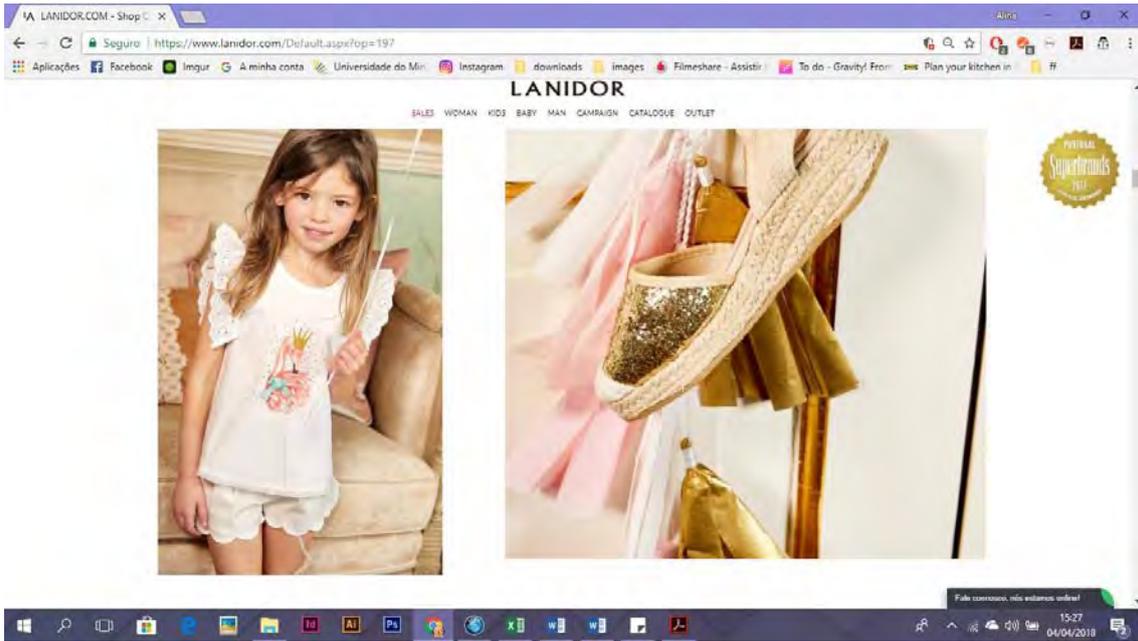


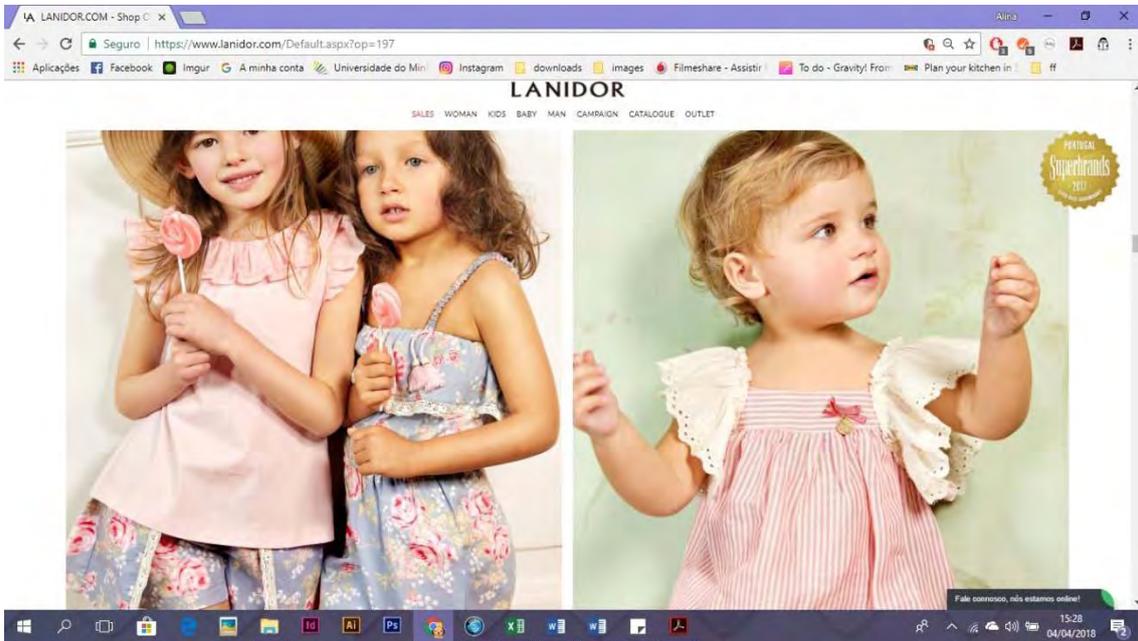
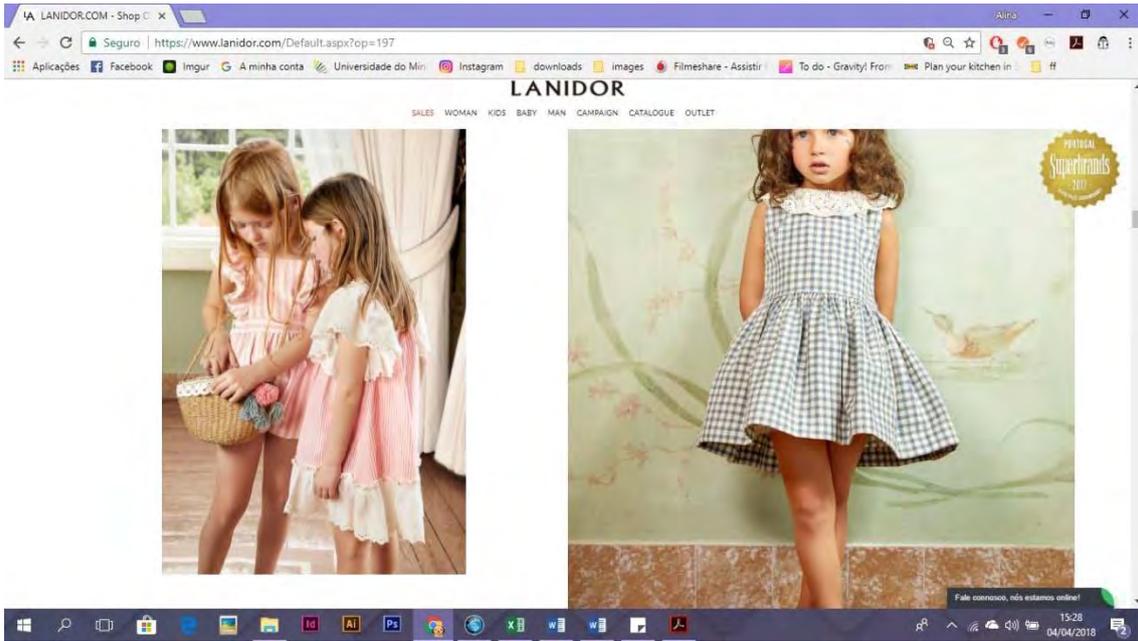
## 7.2-Kids

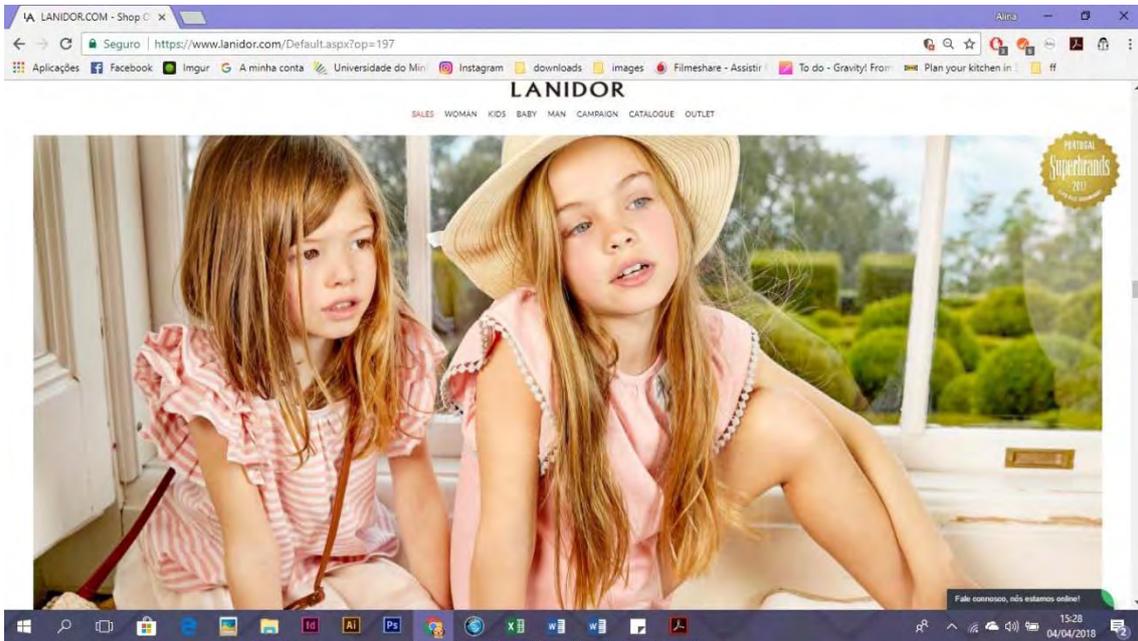
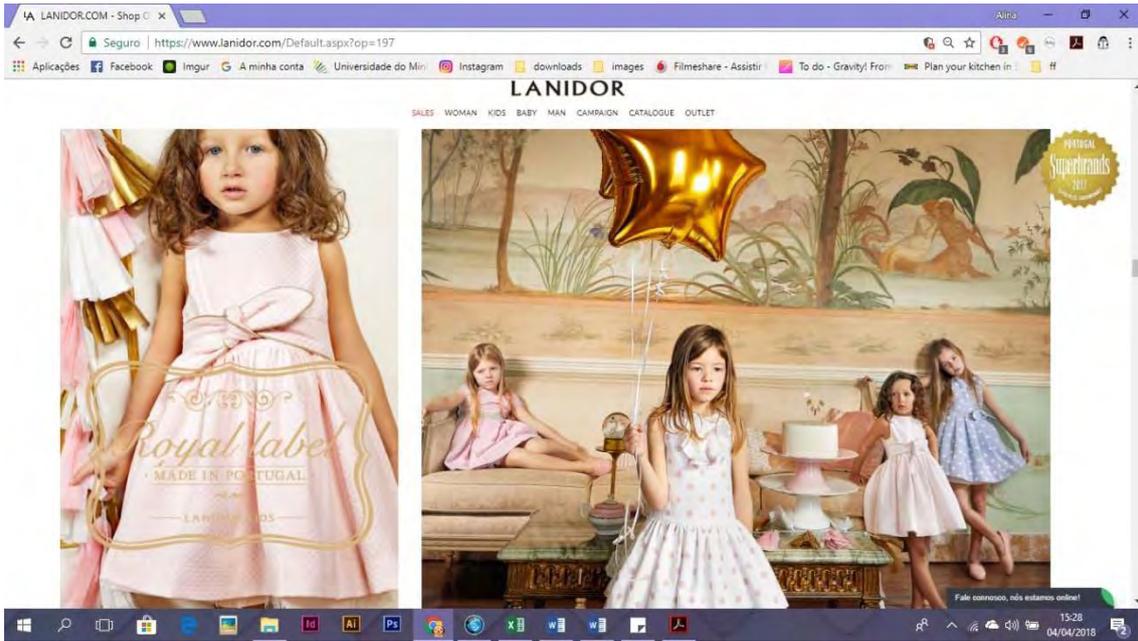
### 7.2.1- An Afternoon in The Palace

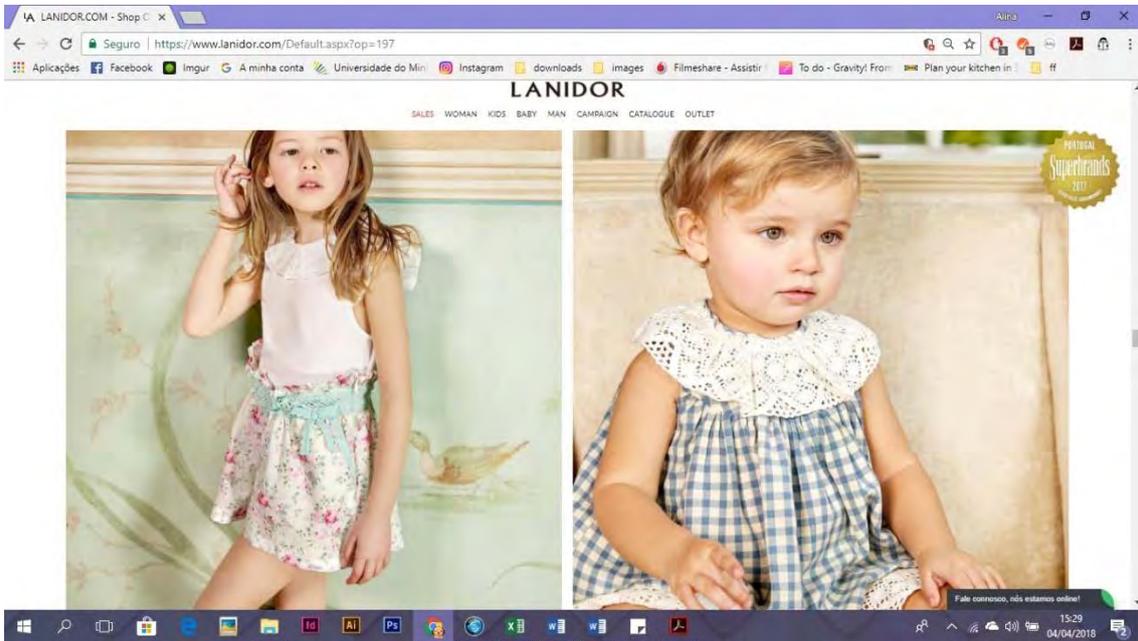
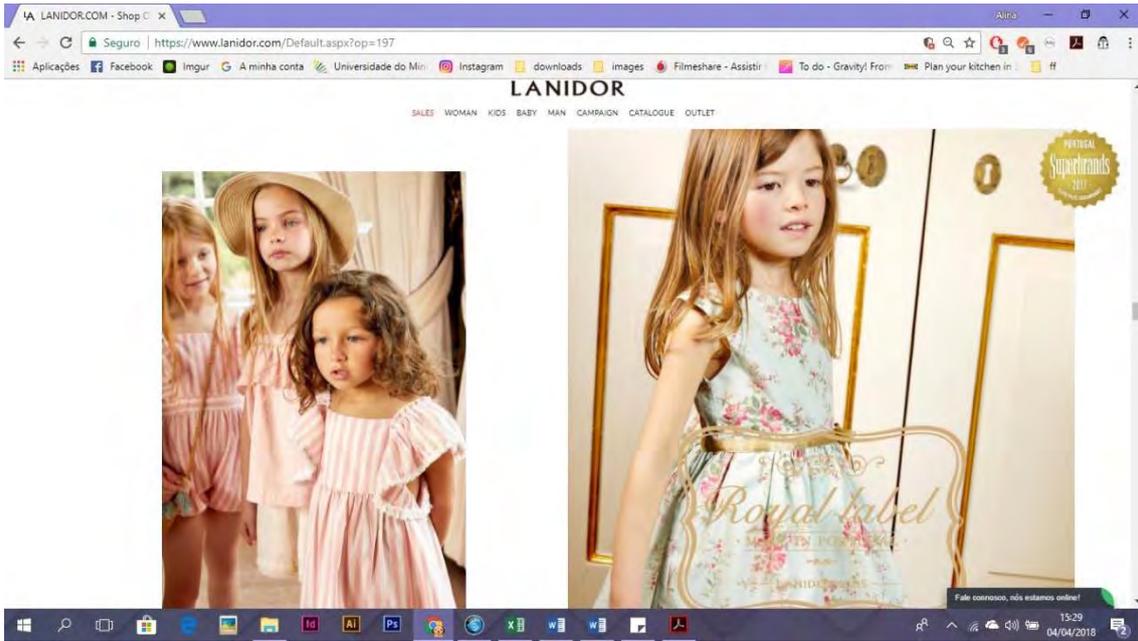


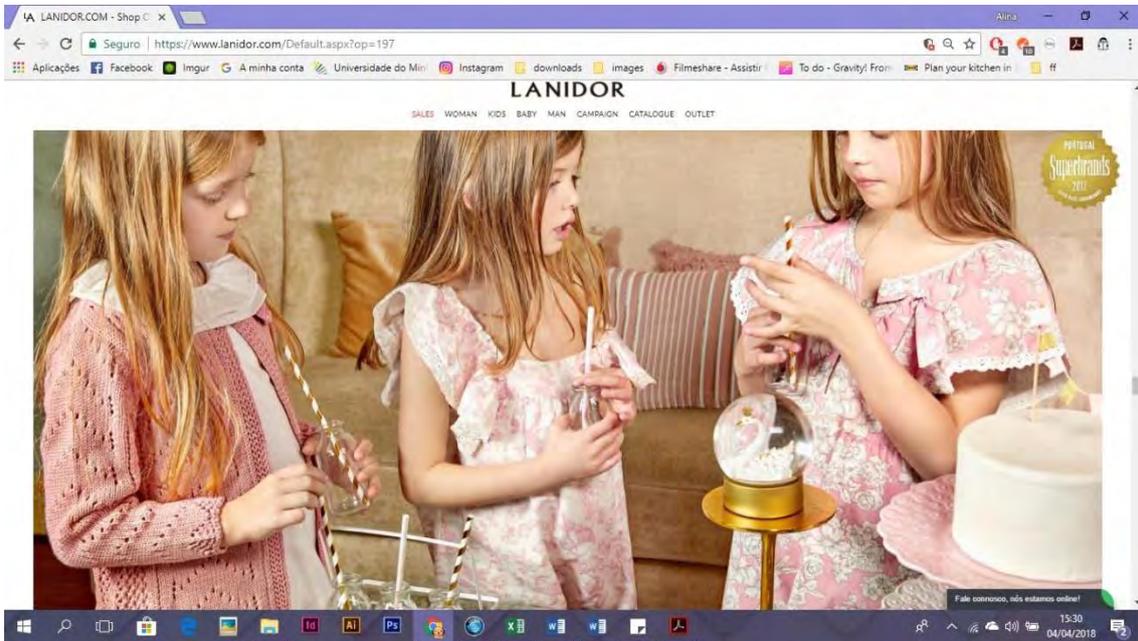
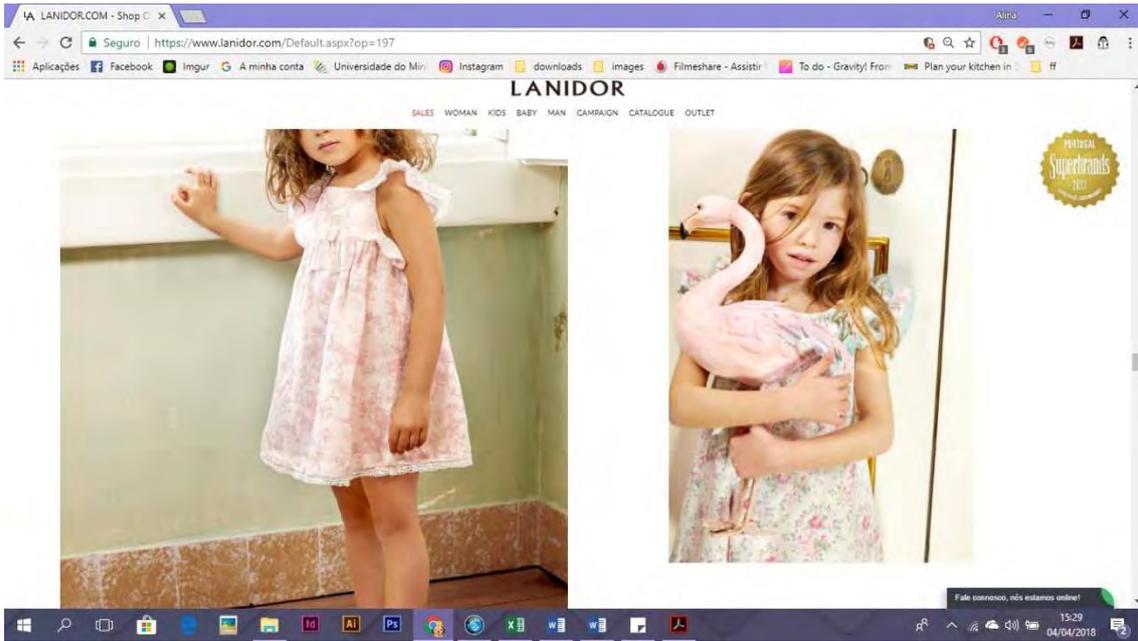


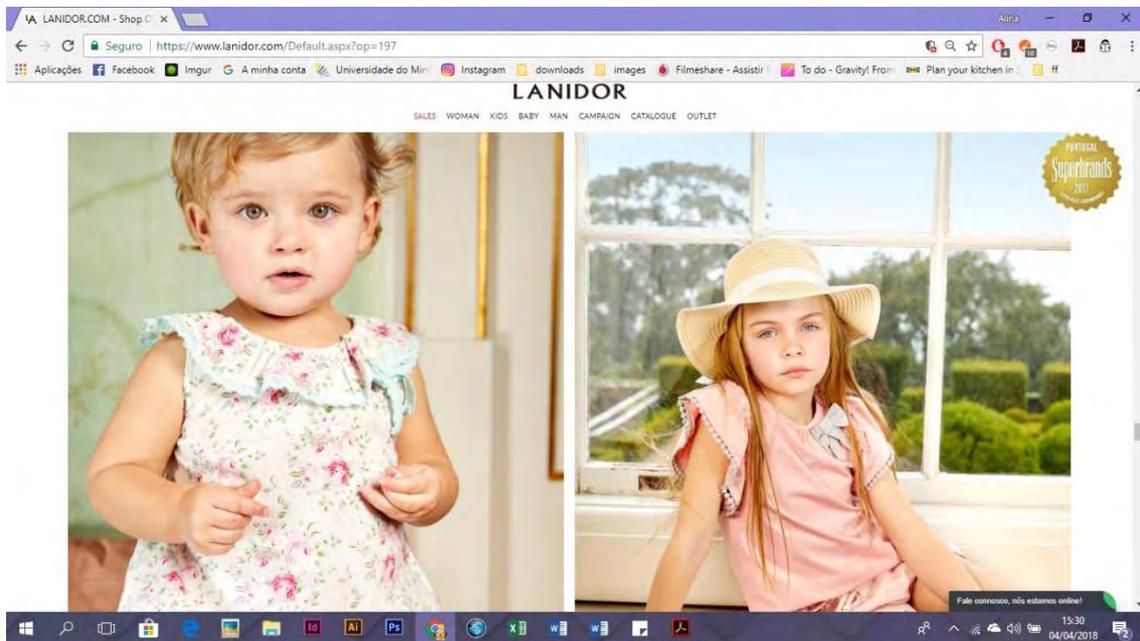
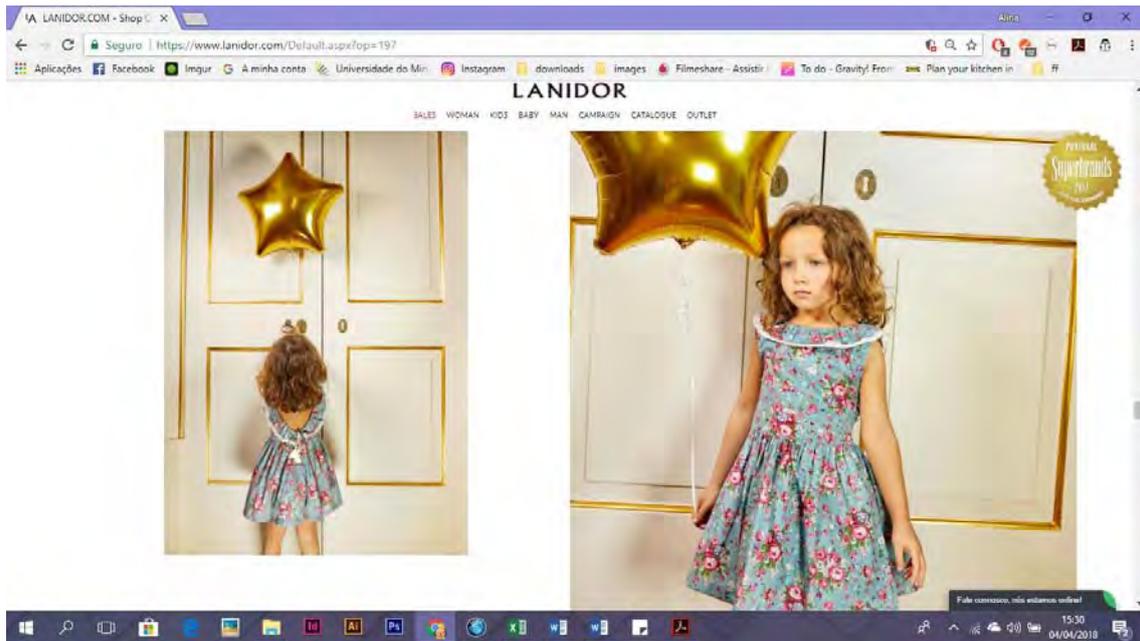


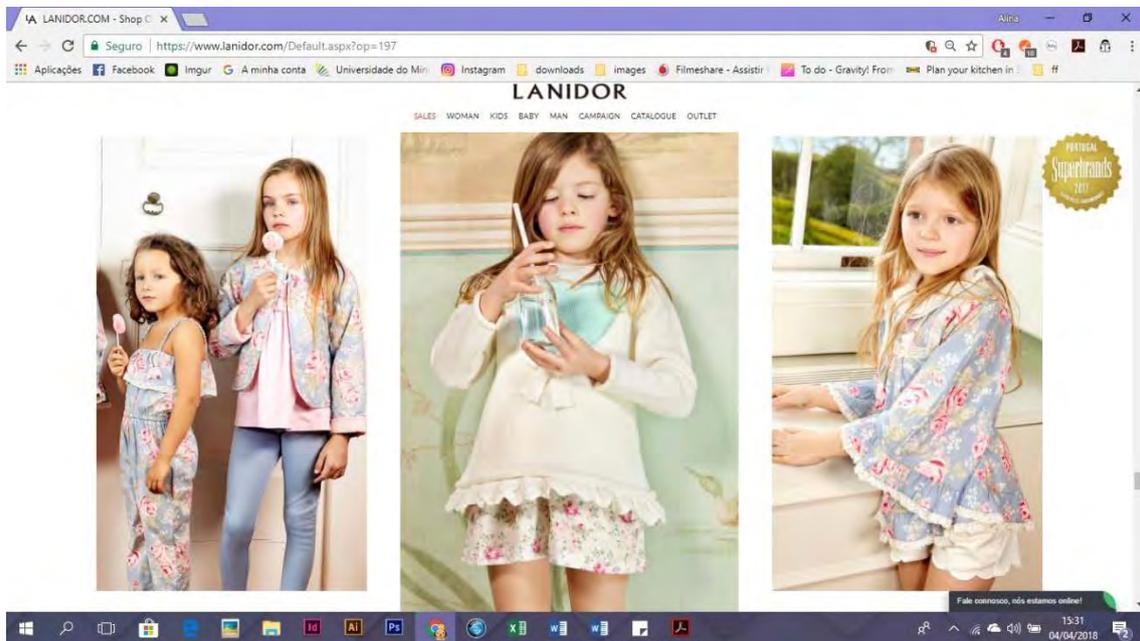
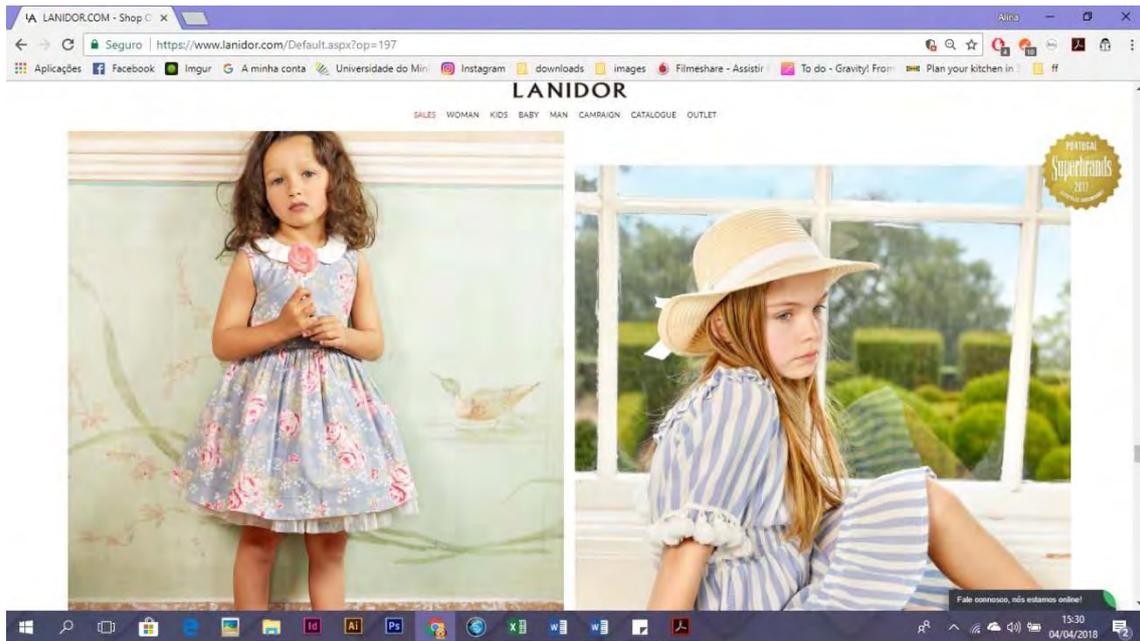


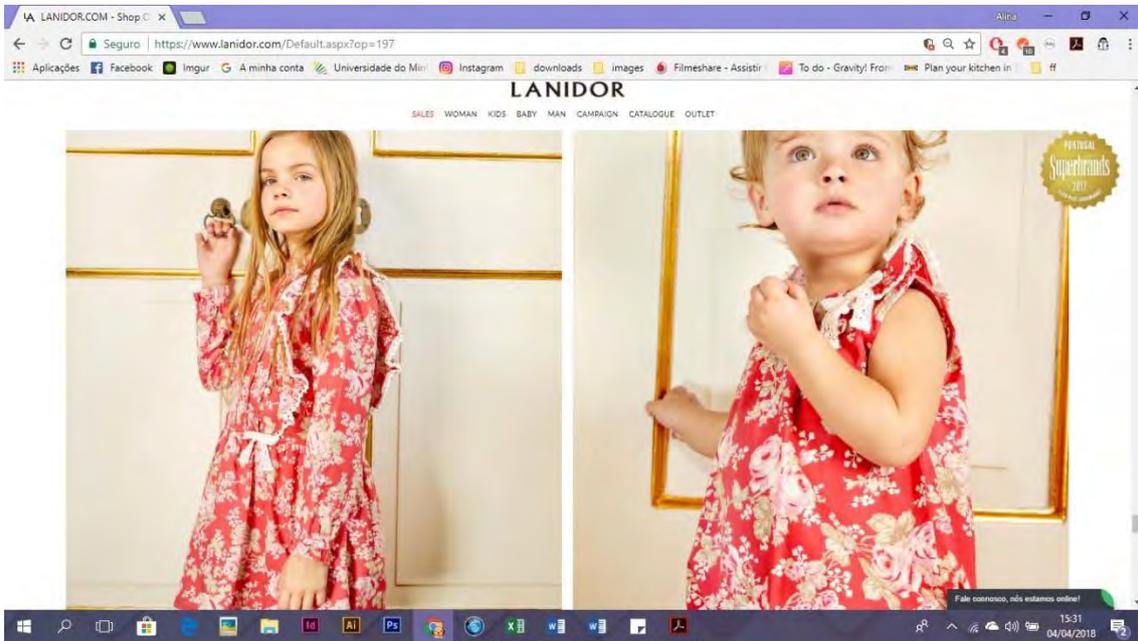
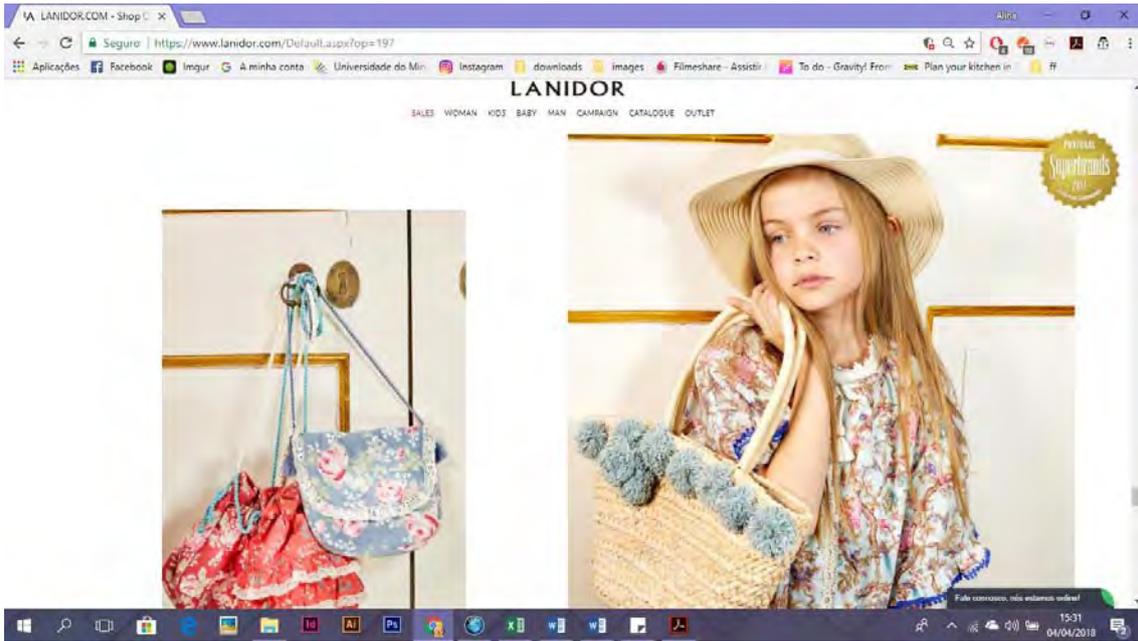


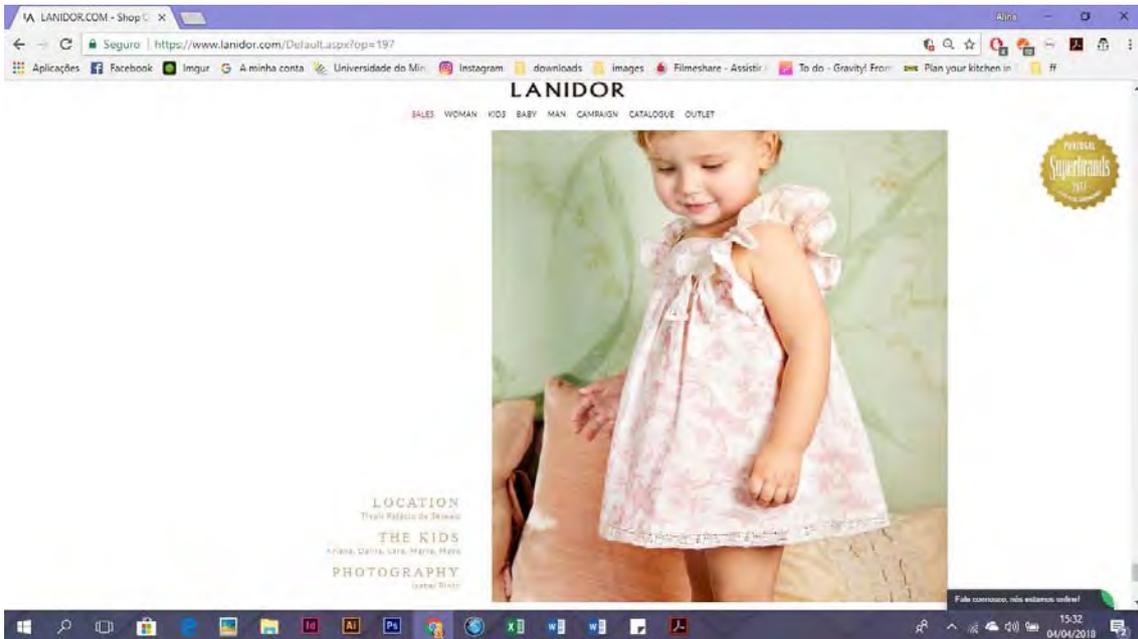
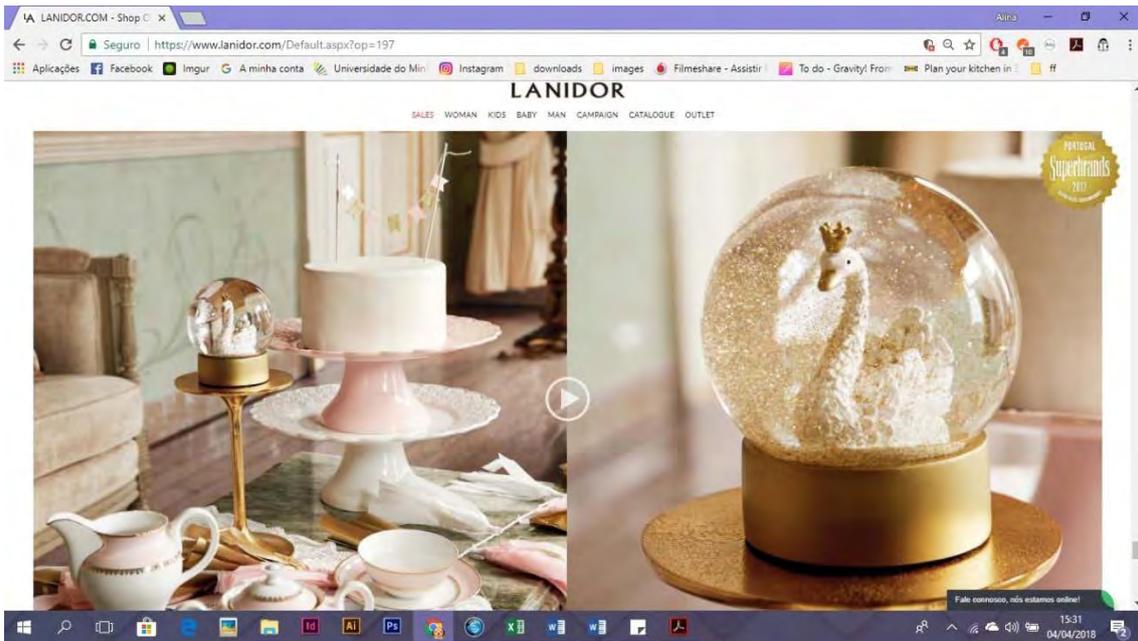




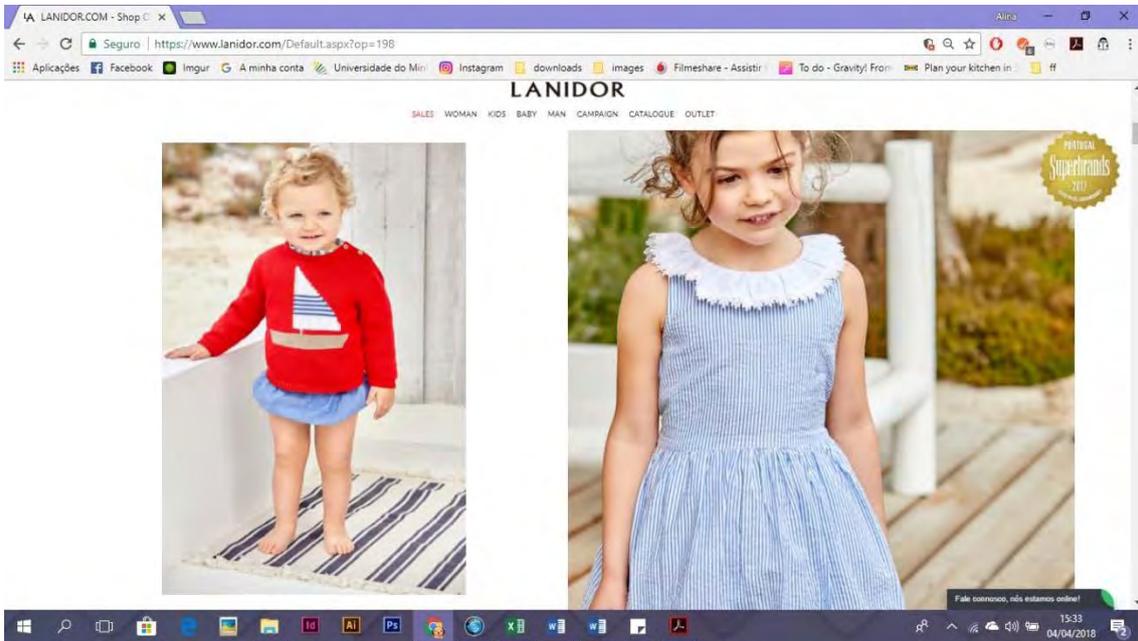
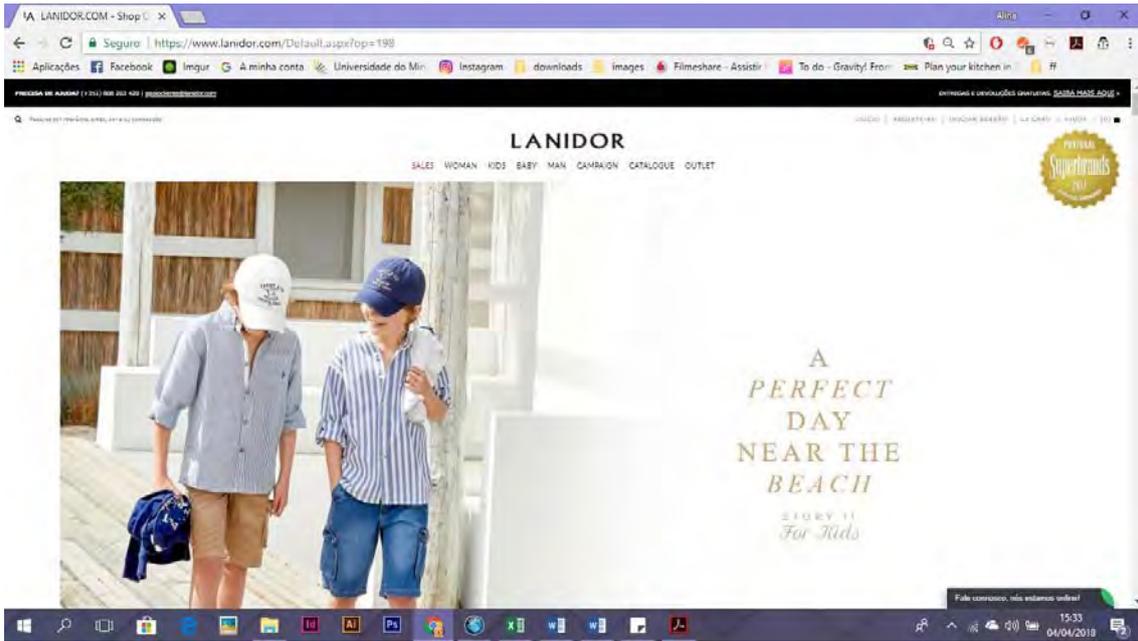


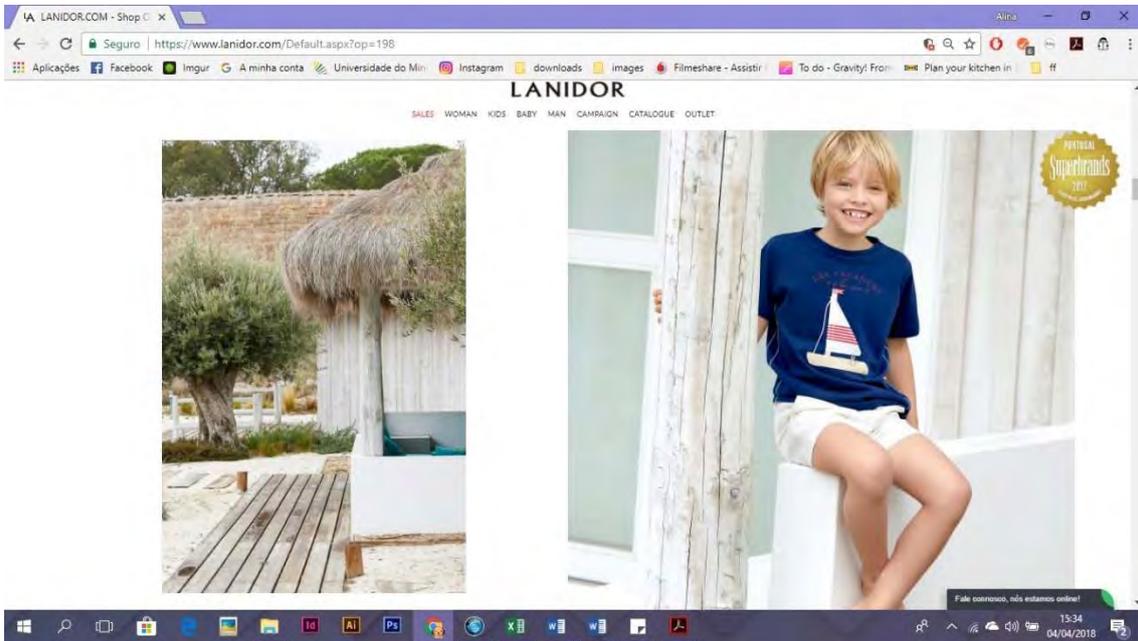
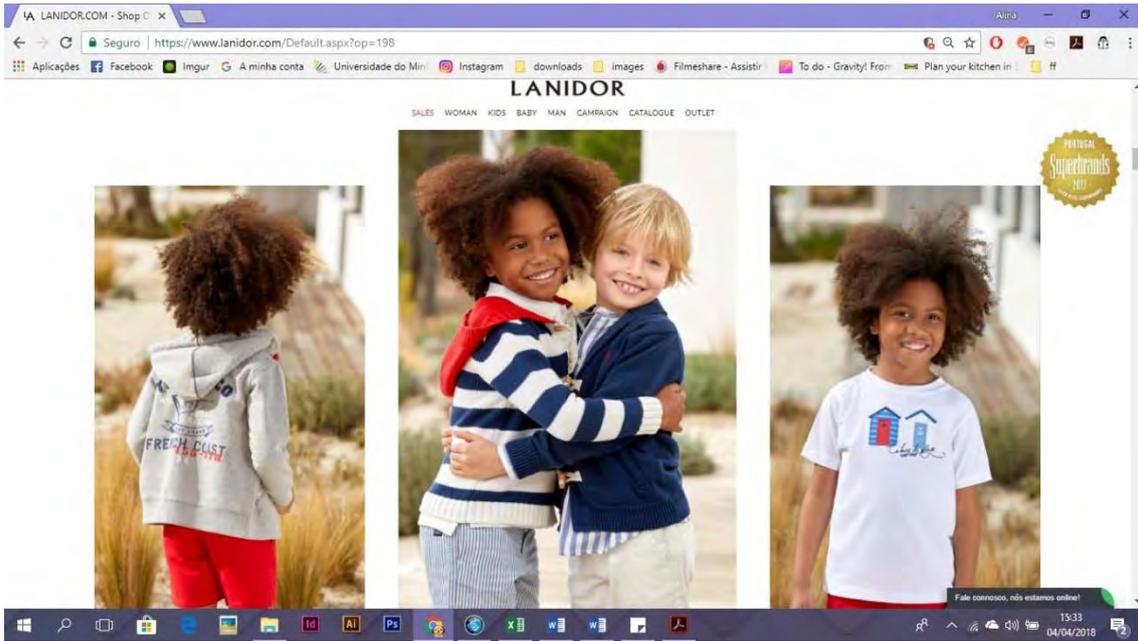


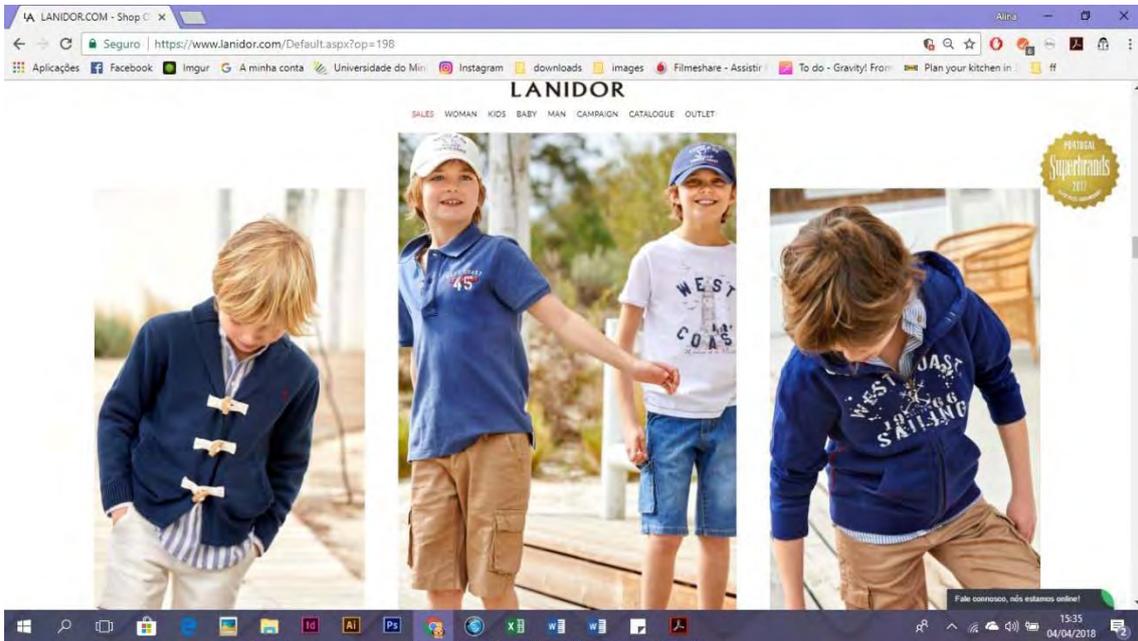


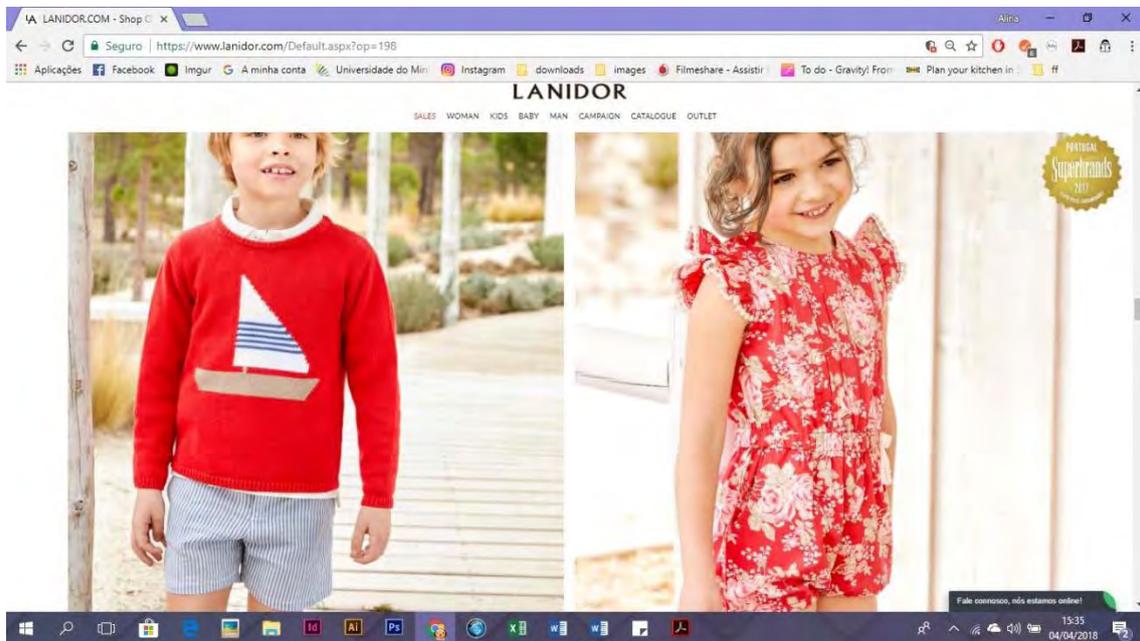
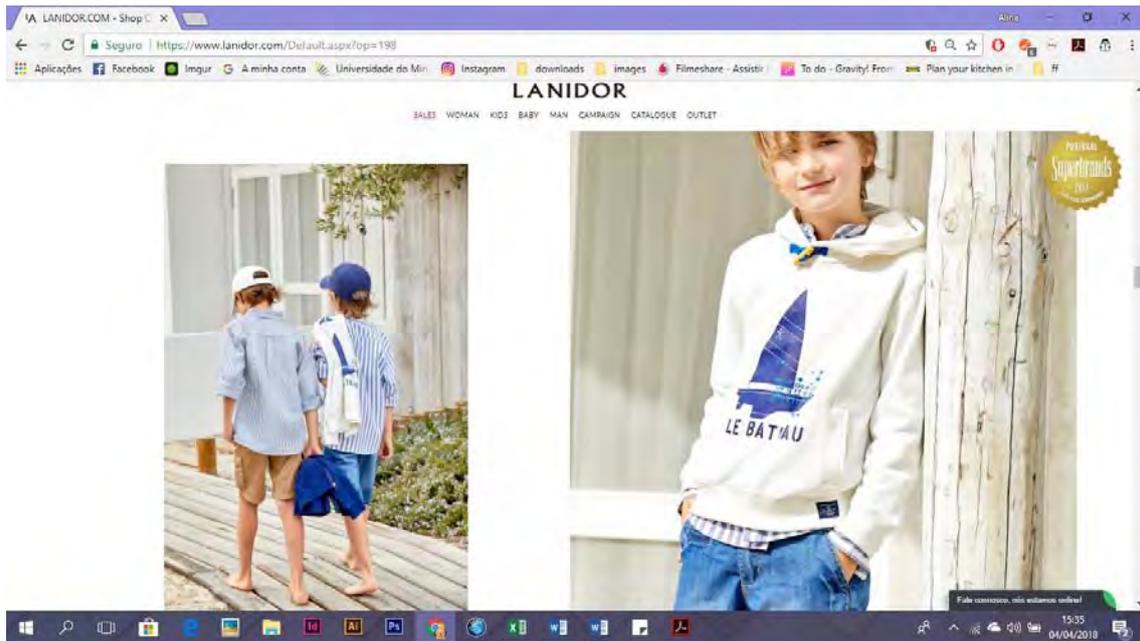


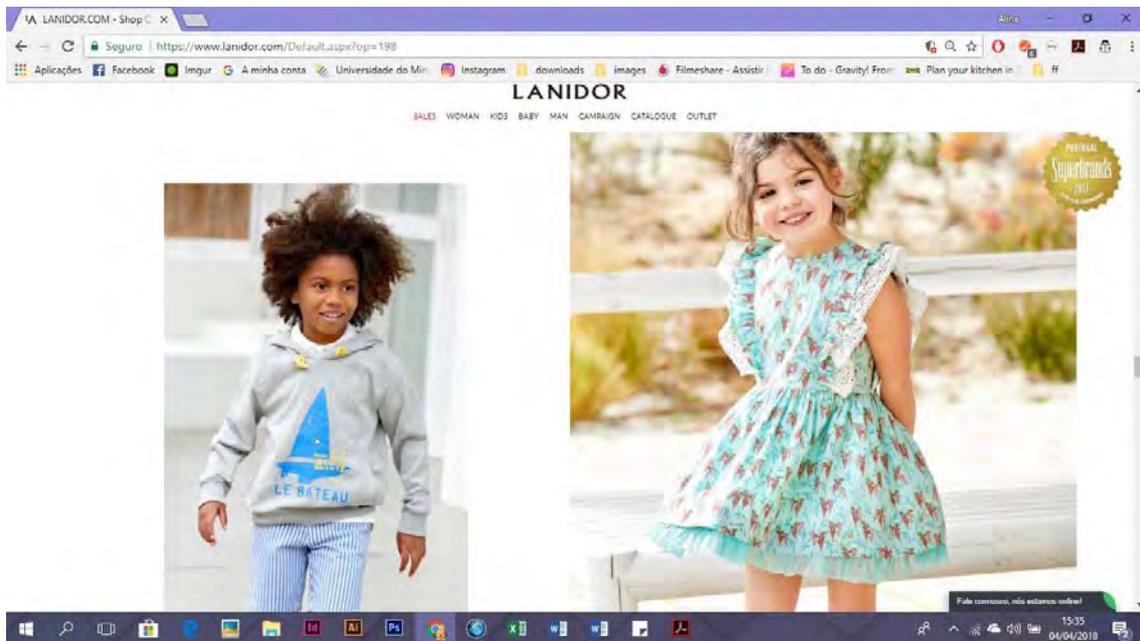
7.2.2- A Perfect Day Near The Beach

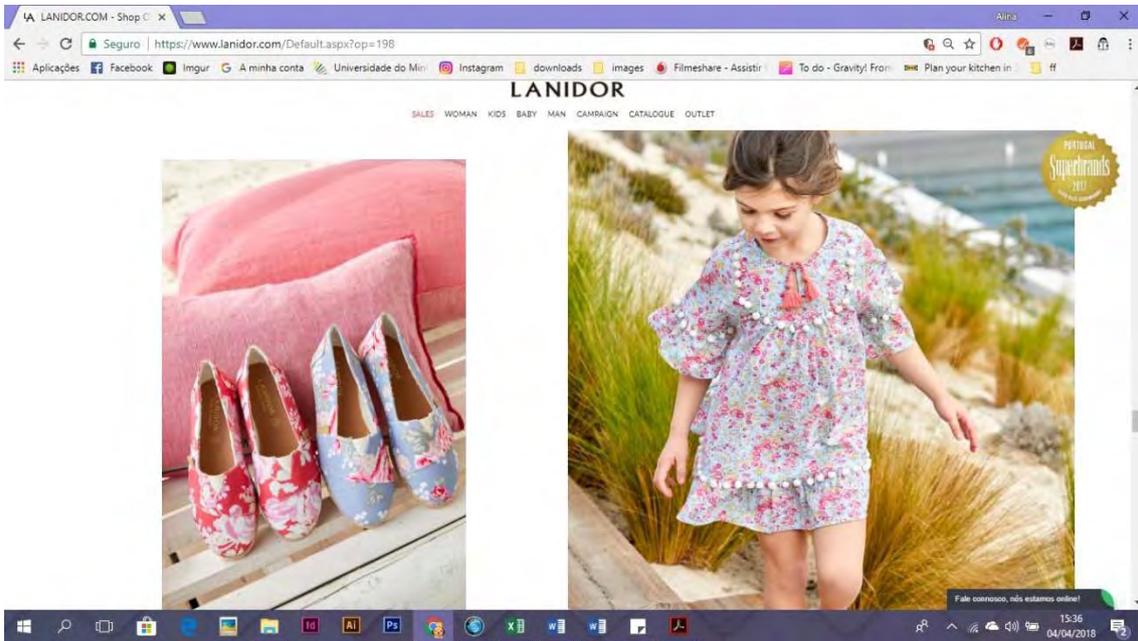
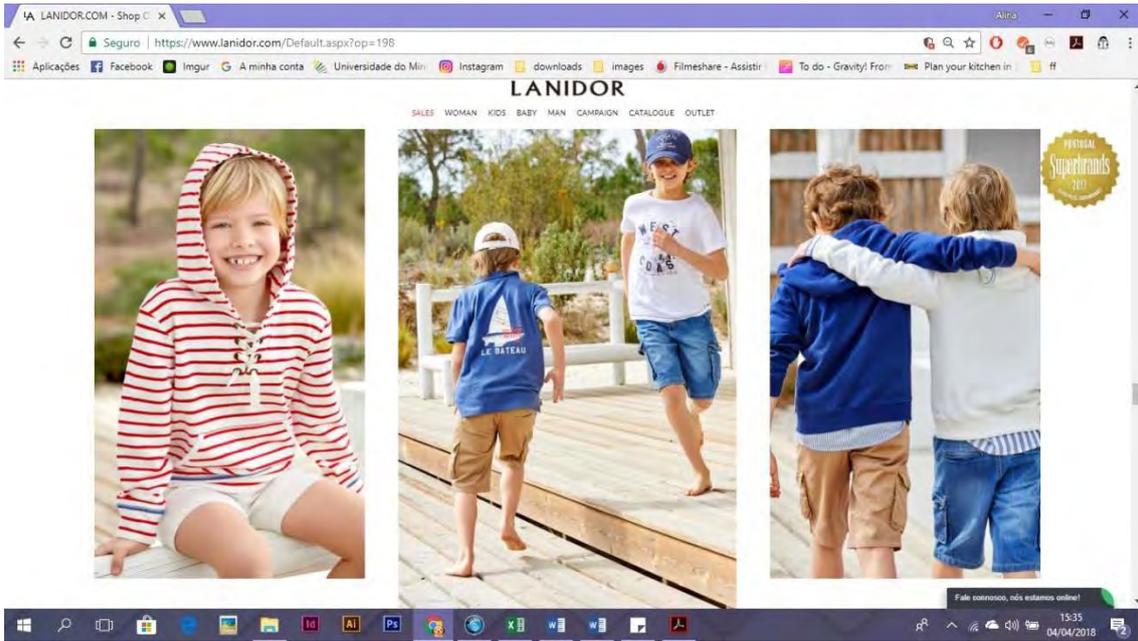


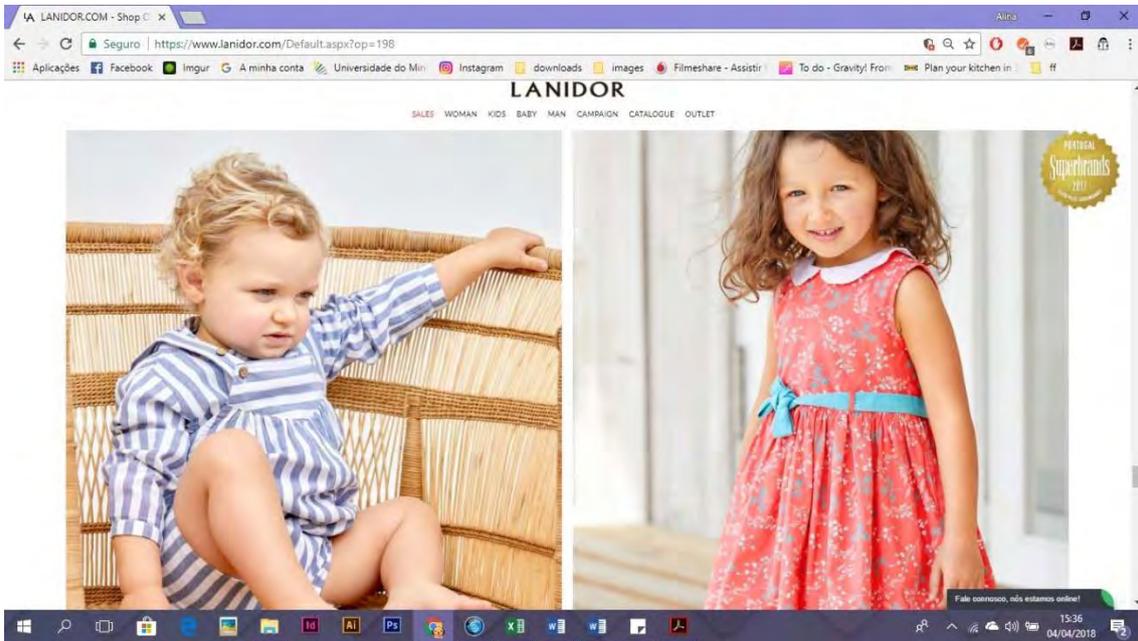
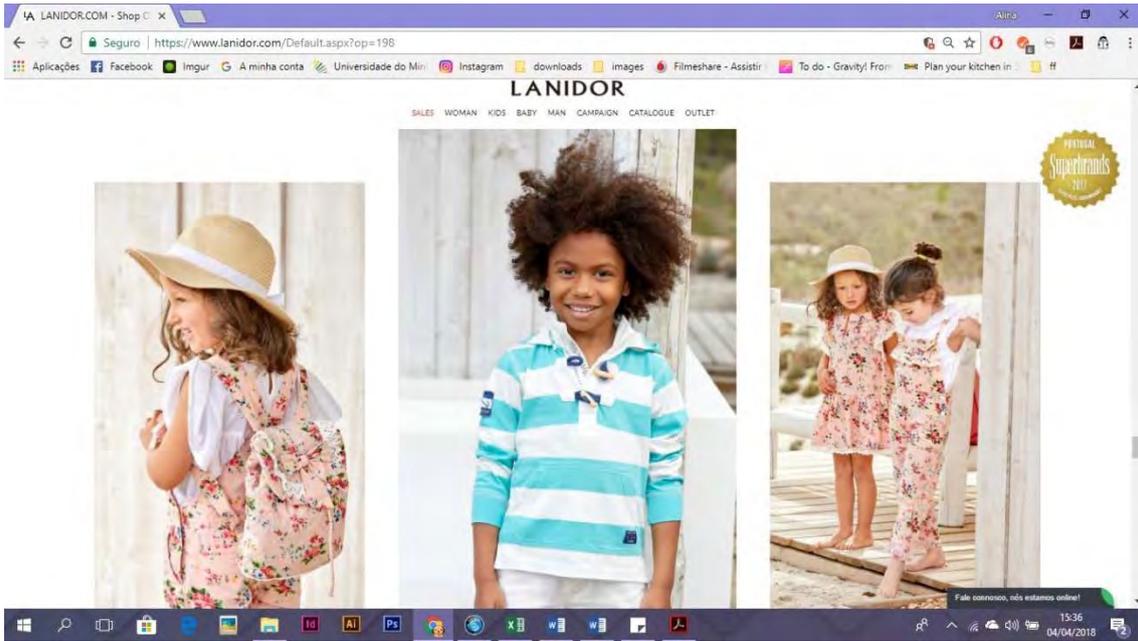


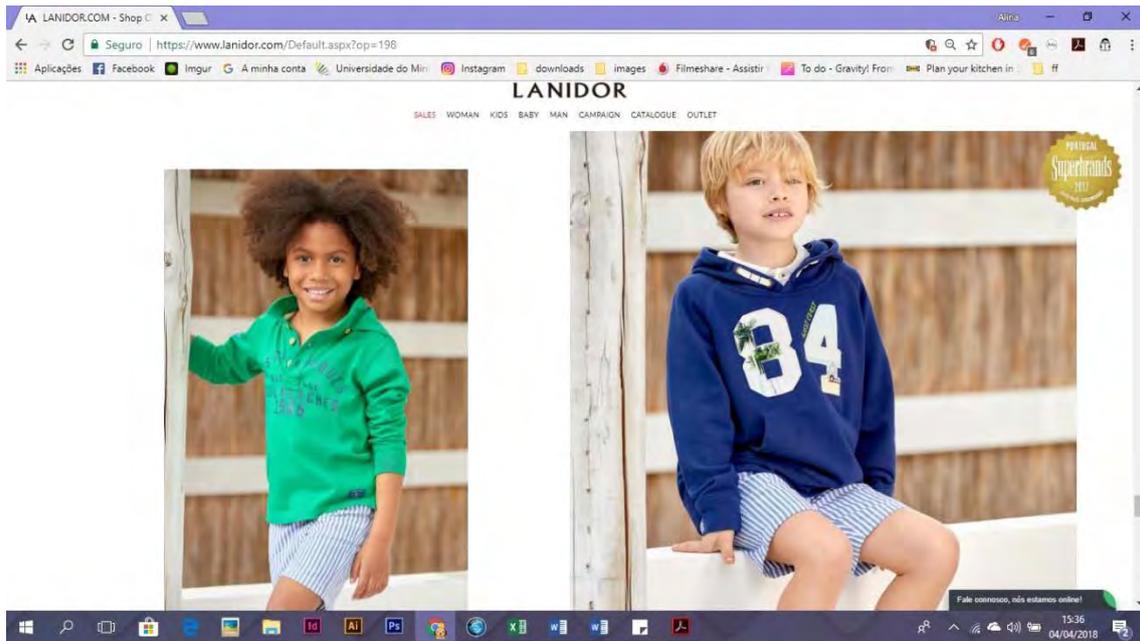


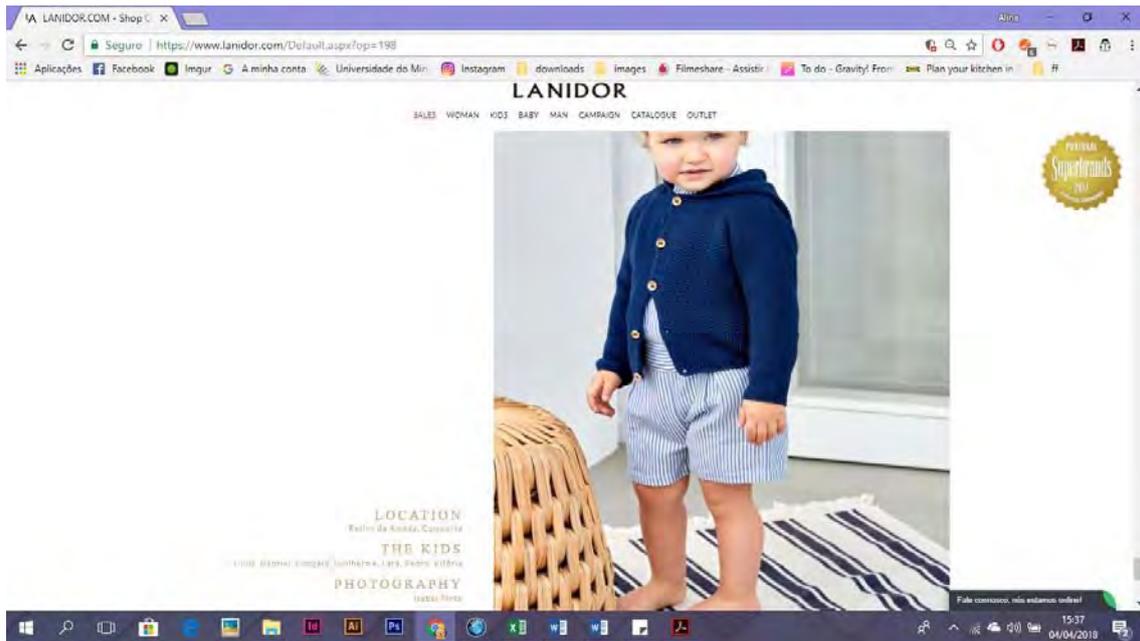




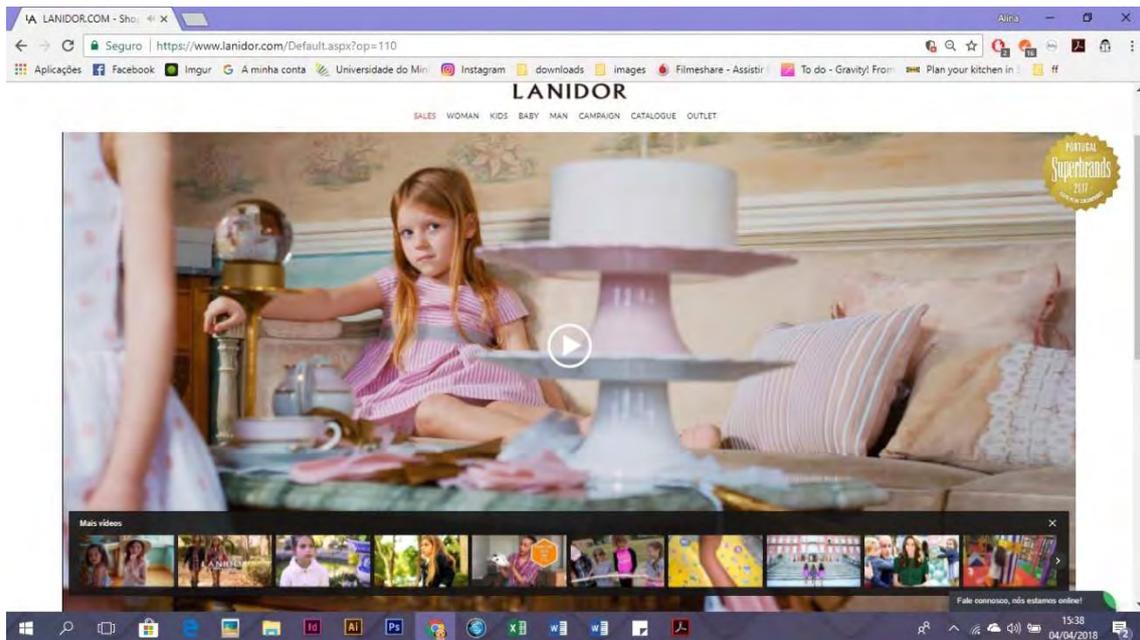




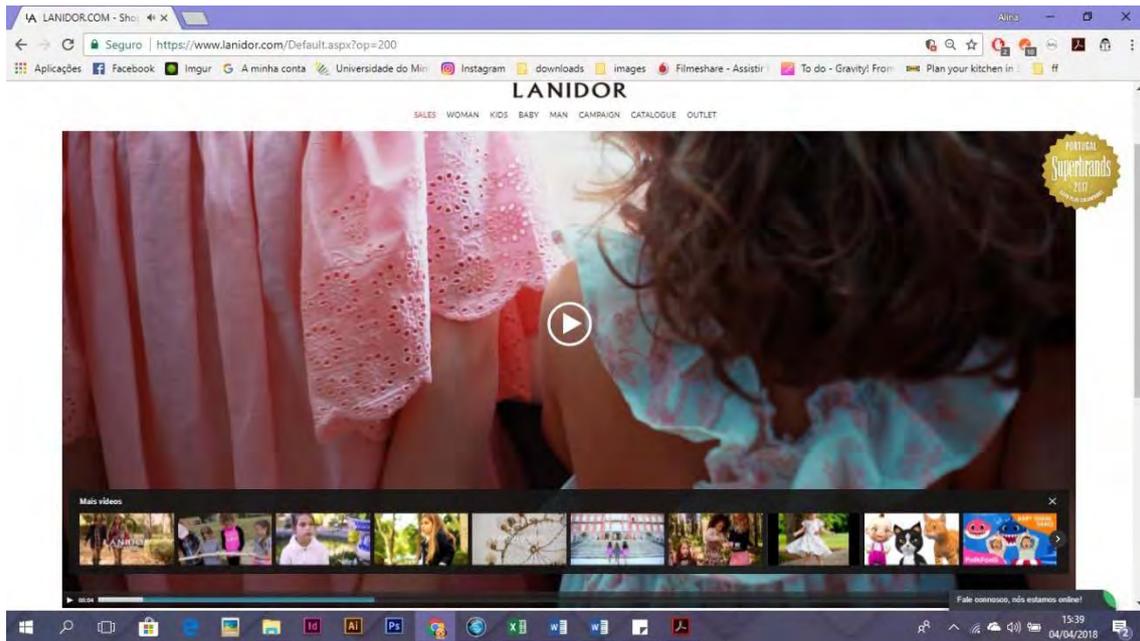




### 7.2.3- Royal Label Film

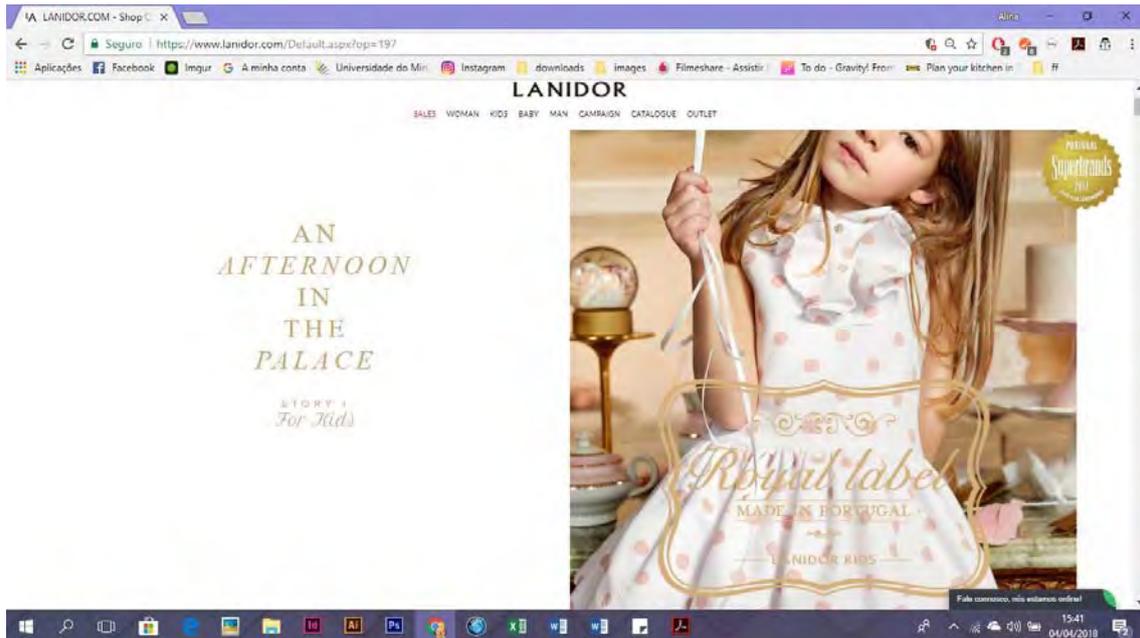


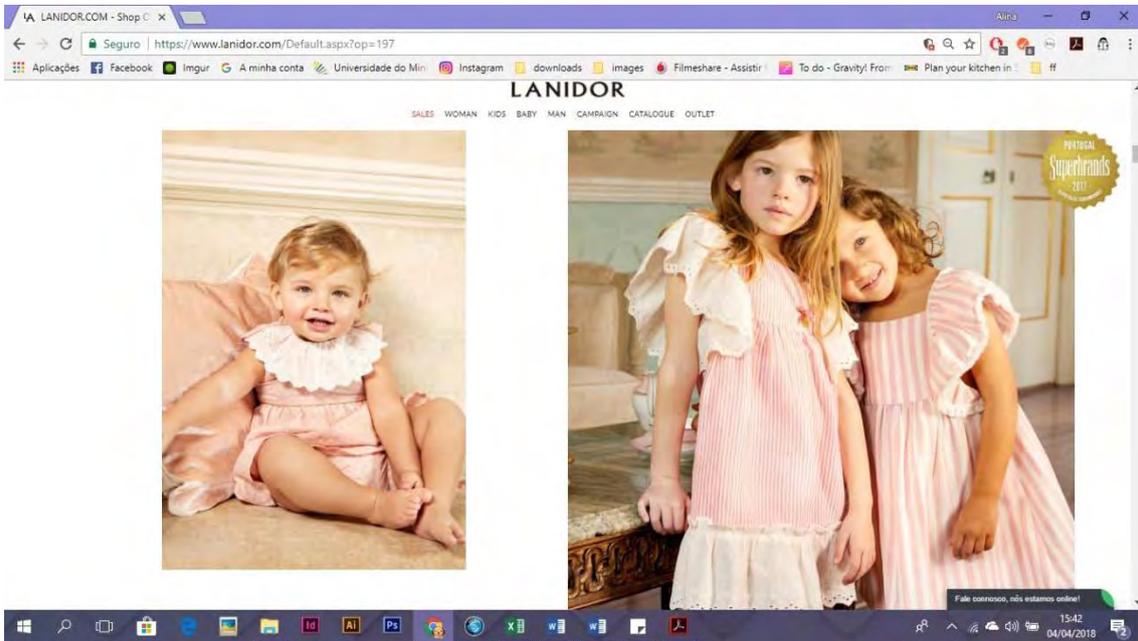
### 7.2.4- The Film

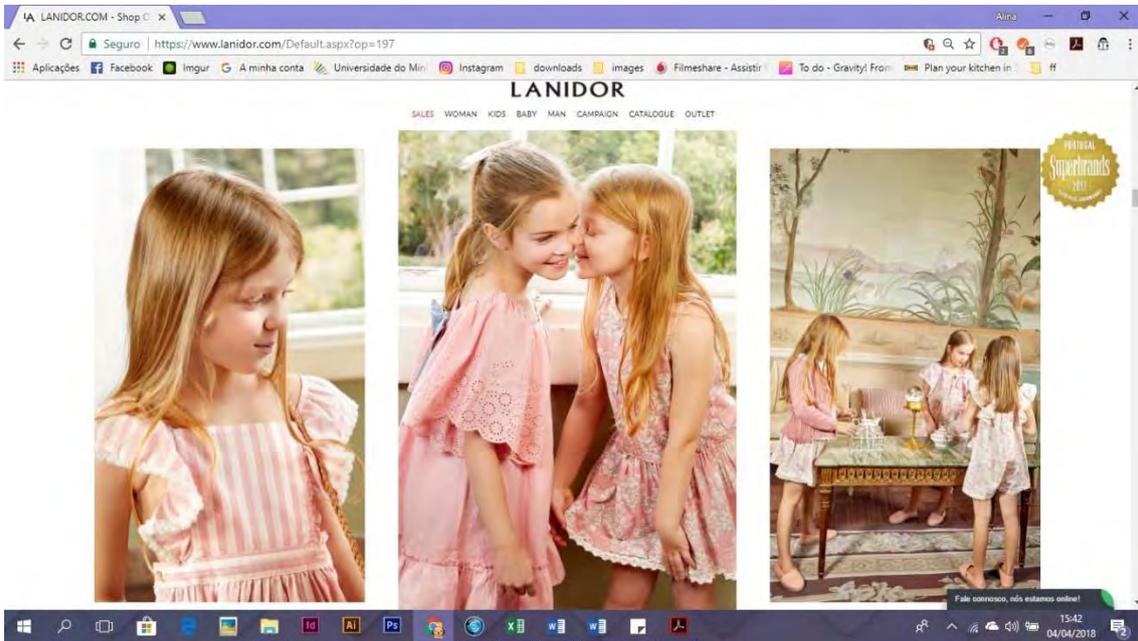
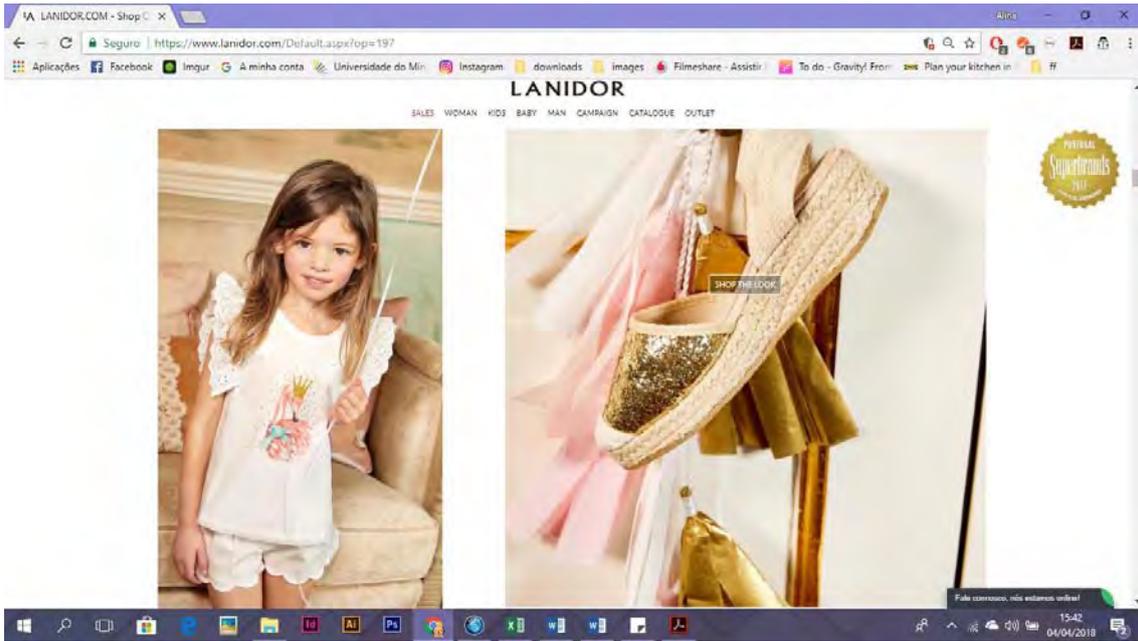


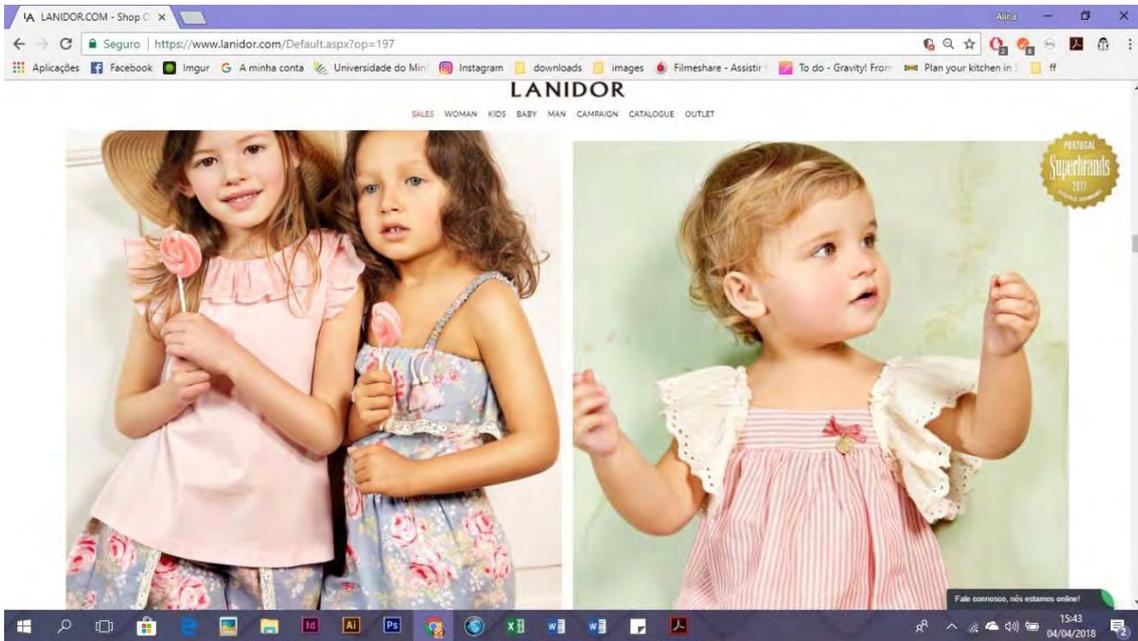
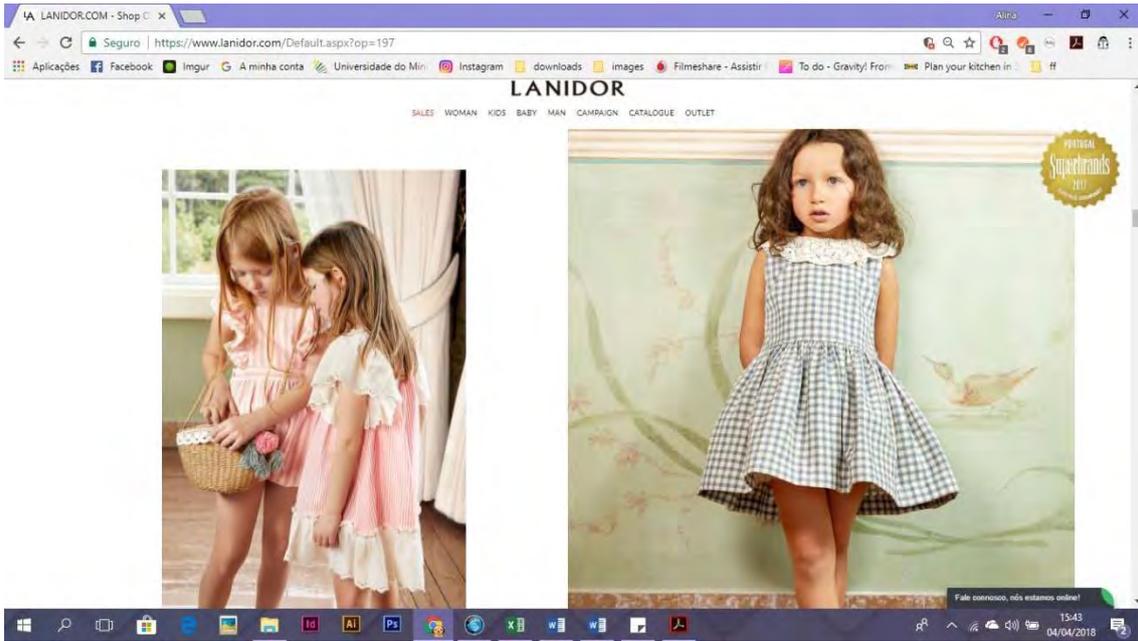
### 7.3- Baby

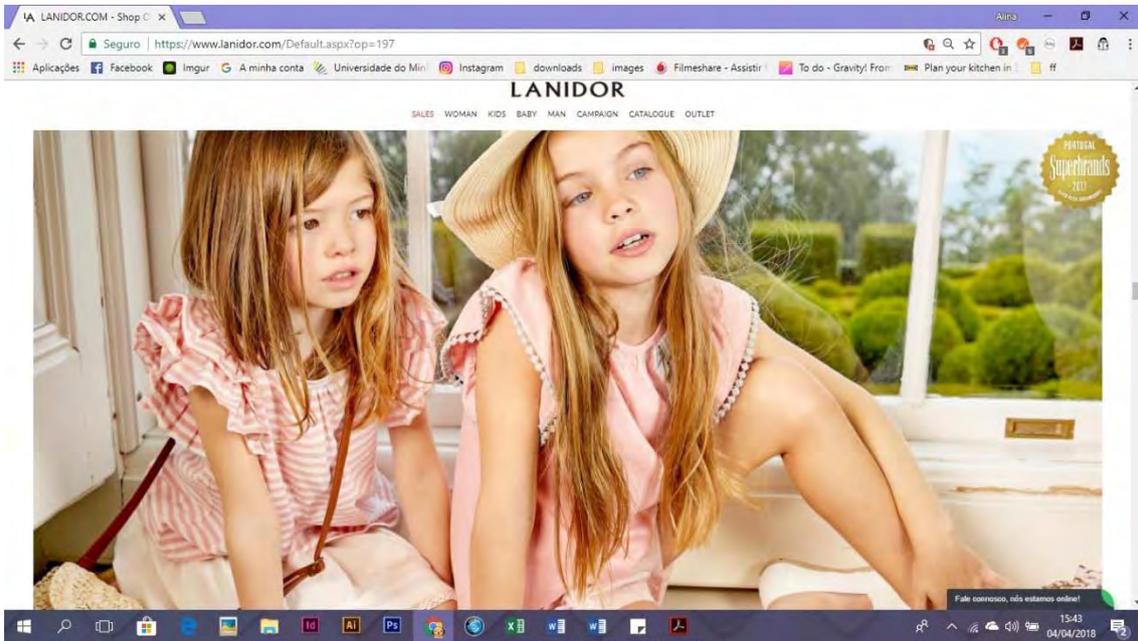
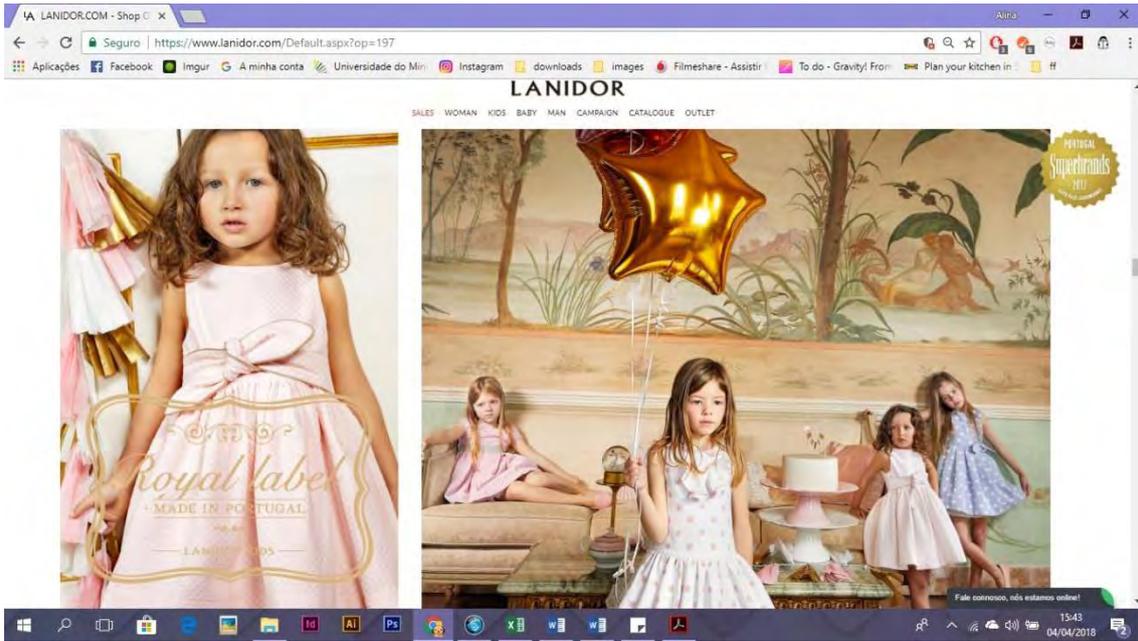
#### 7.3.1- An Afternoon in The Palace

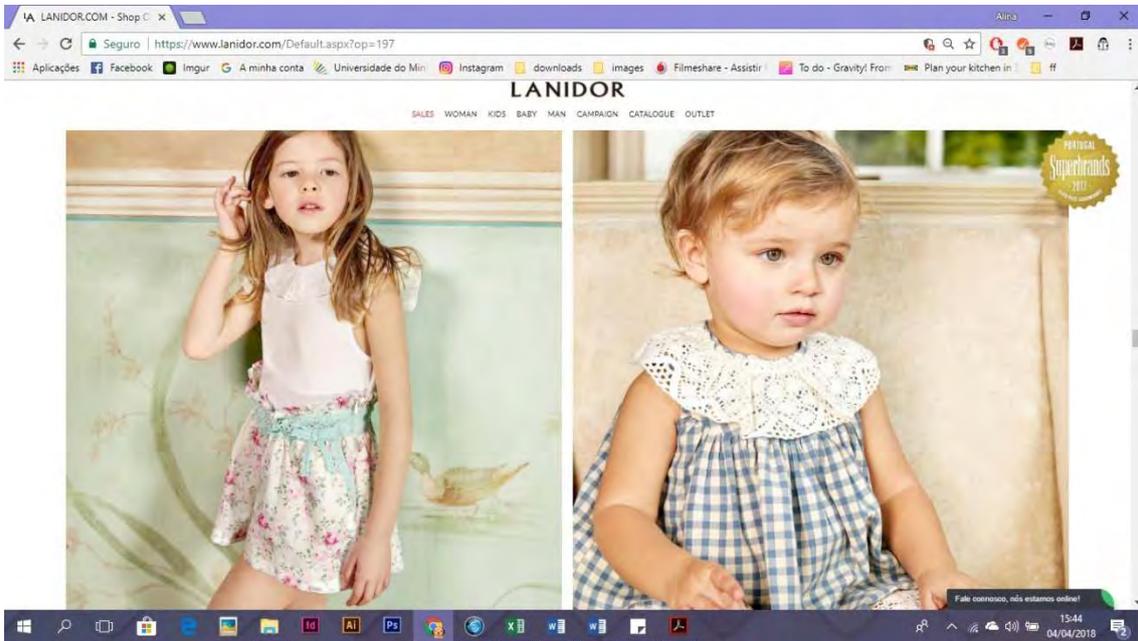
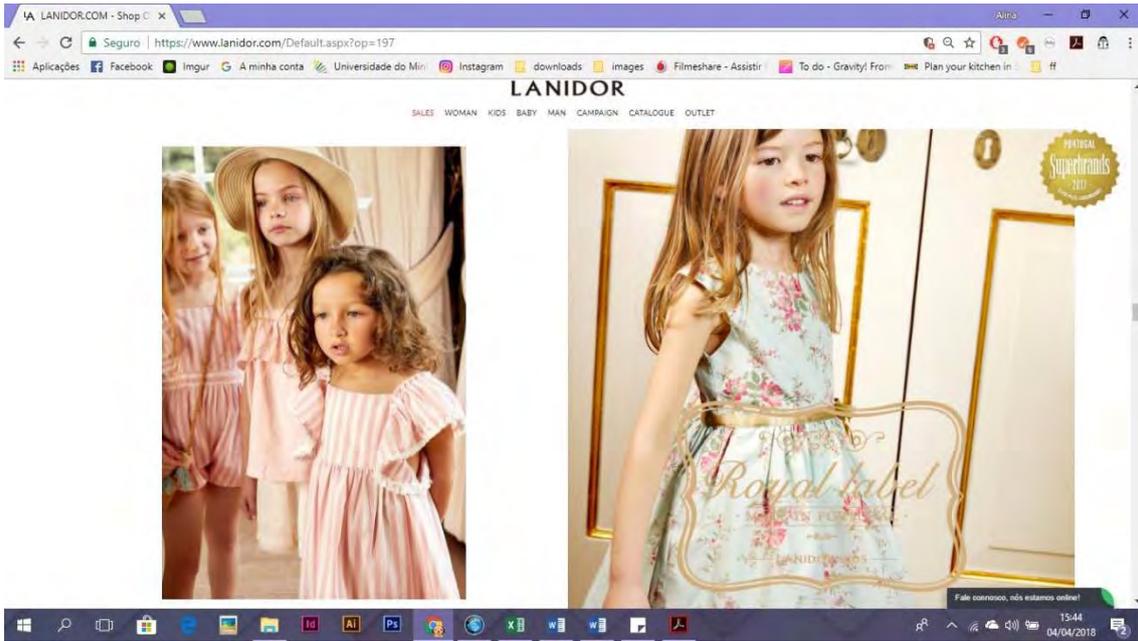


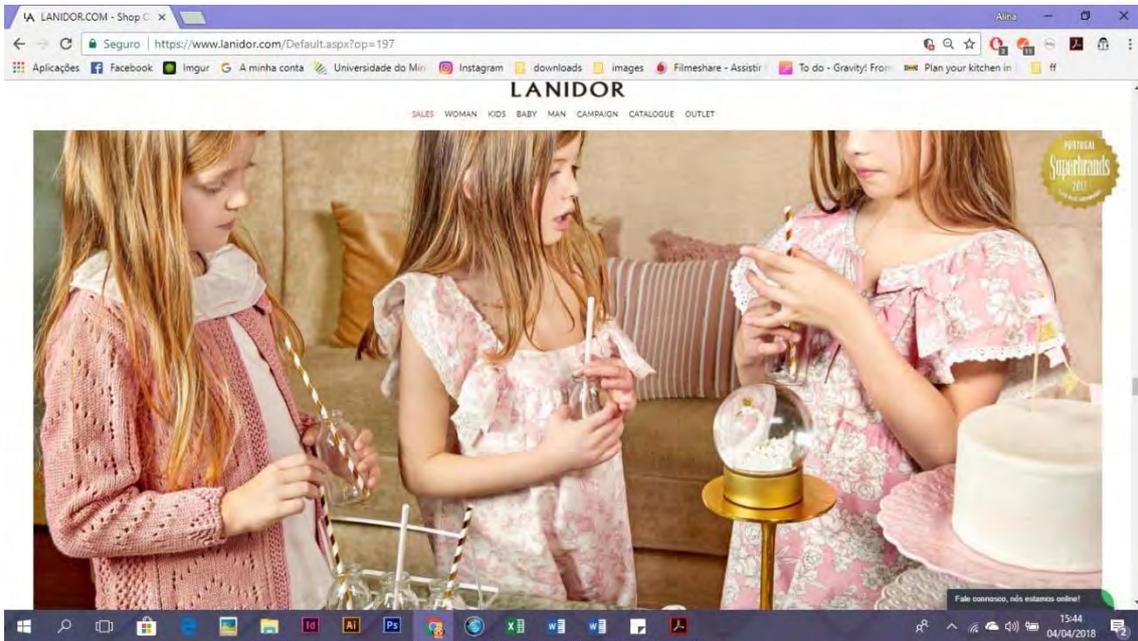
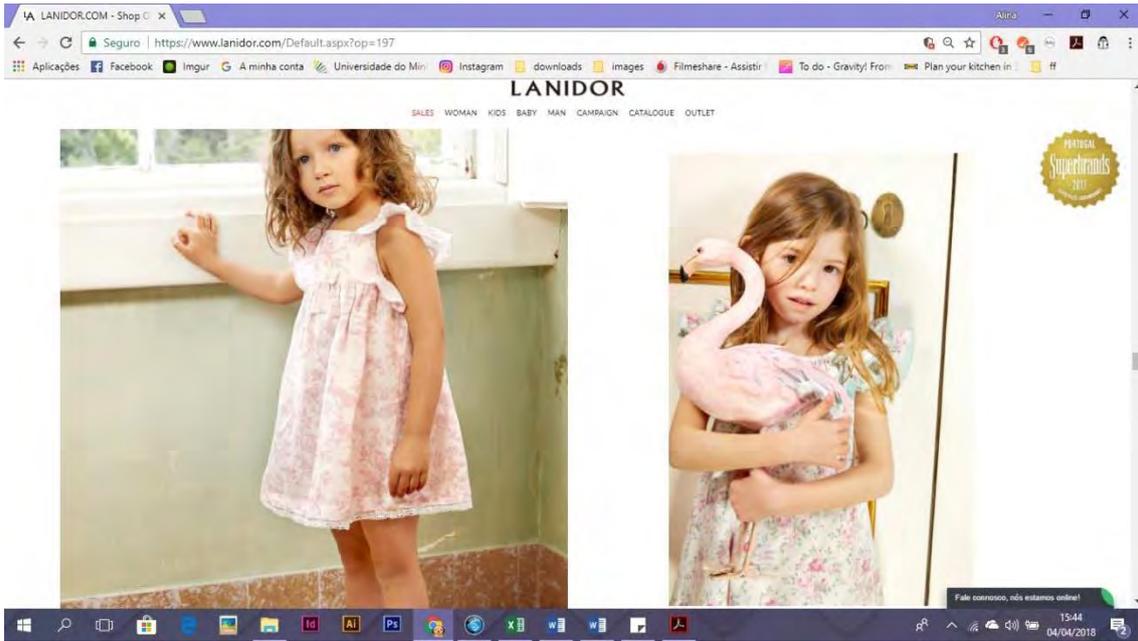


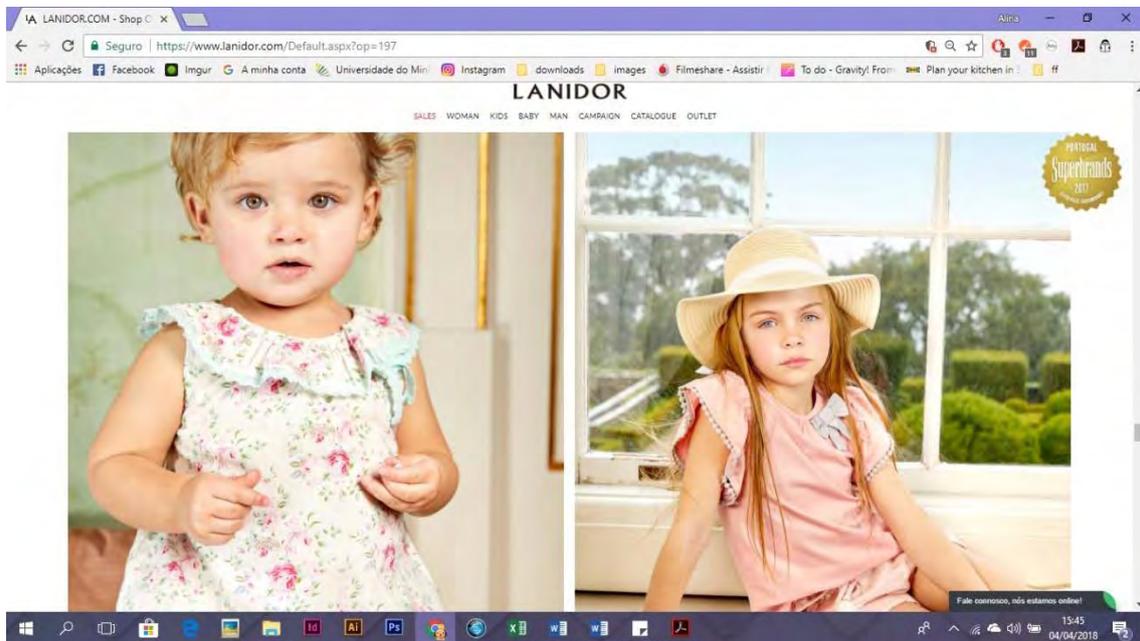
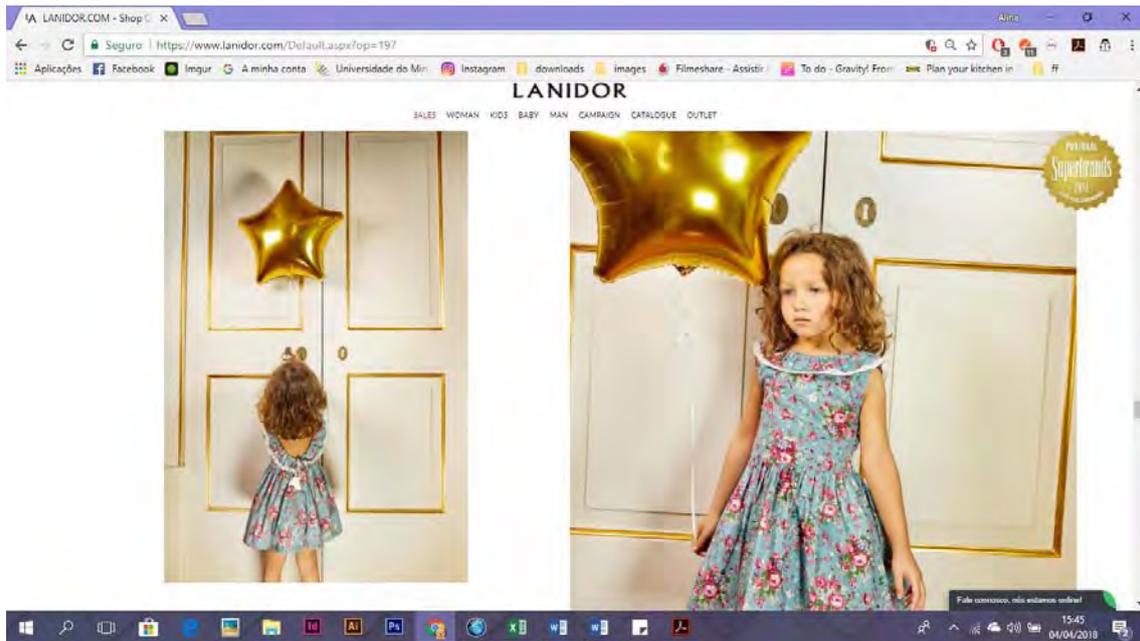


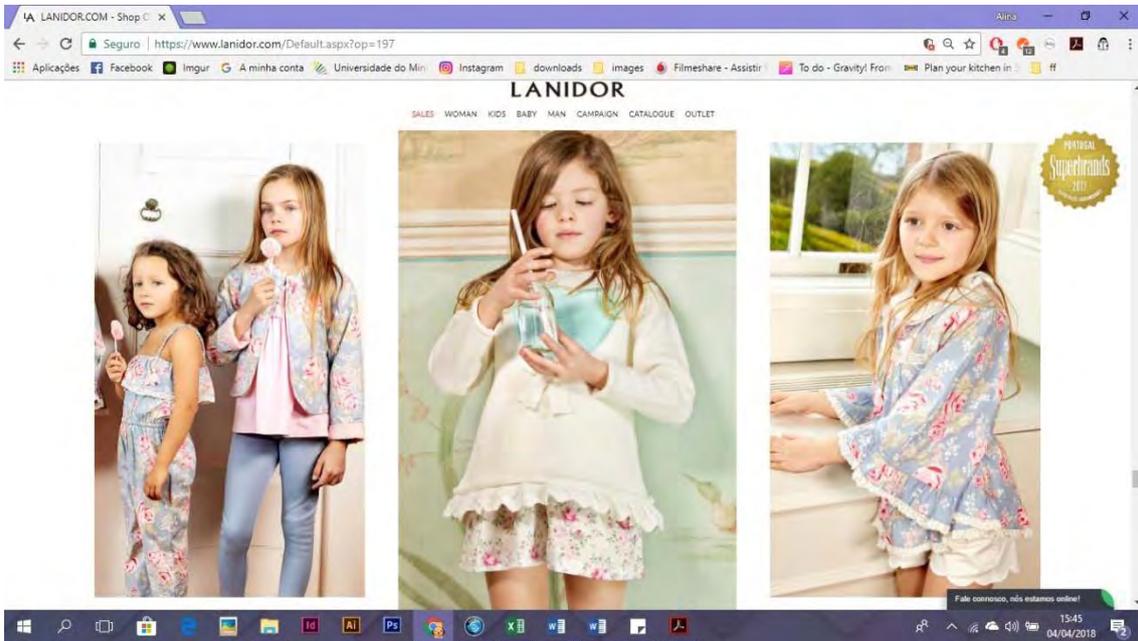
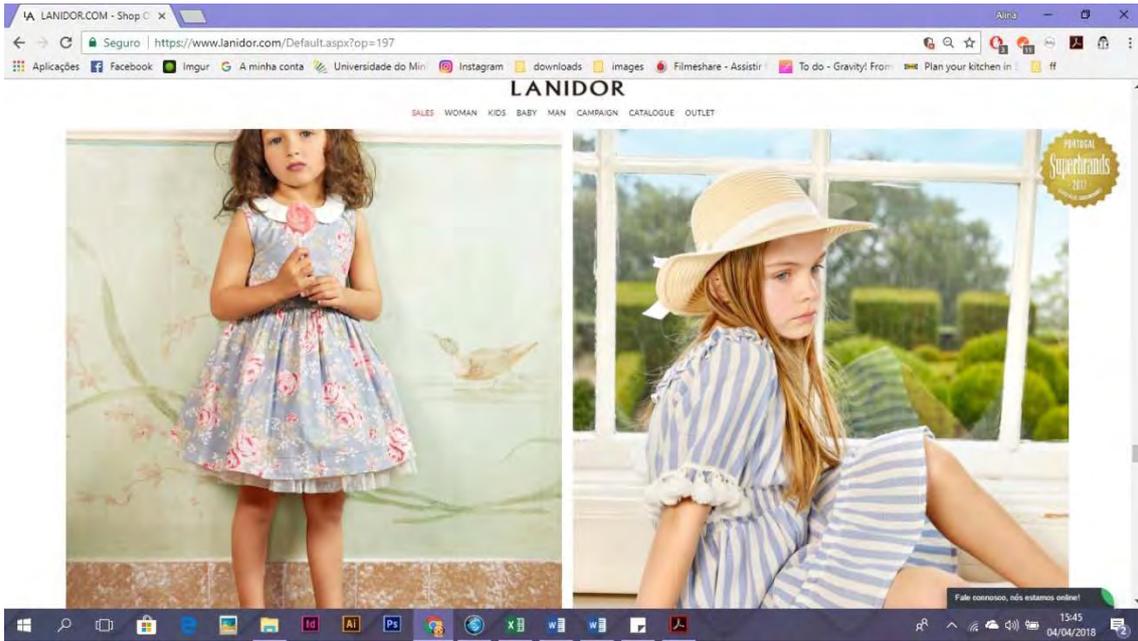


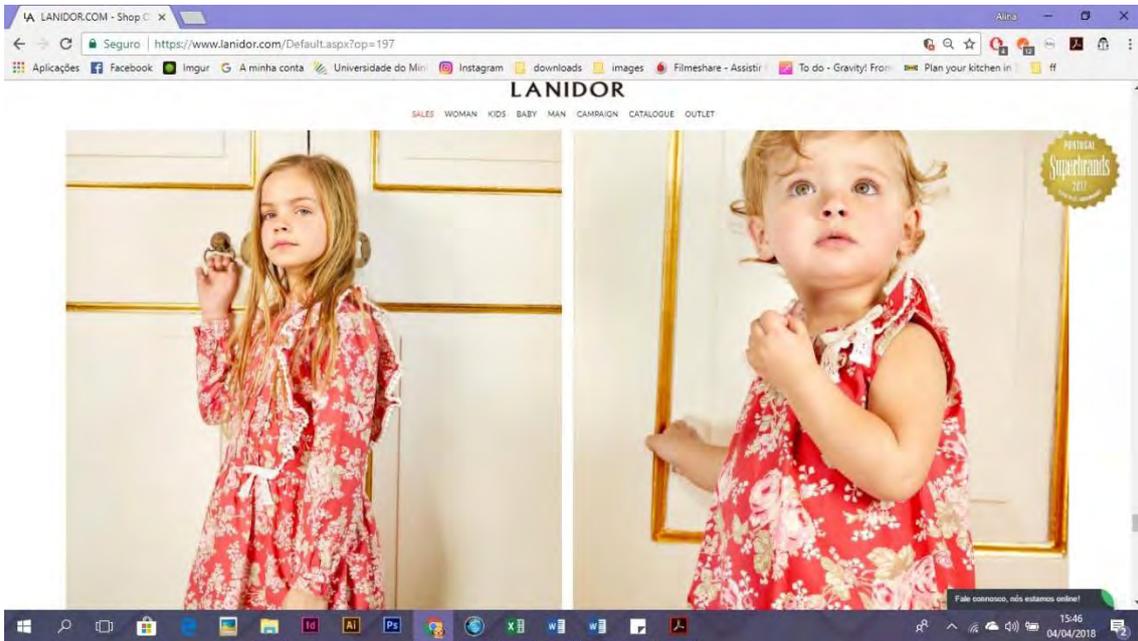
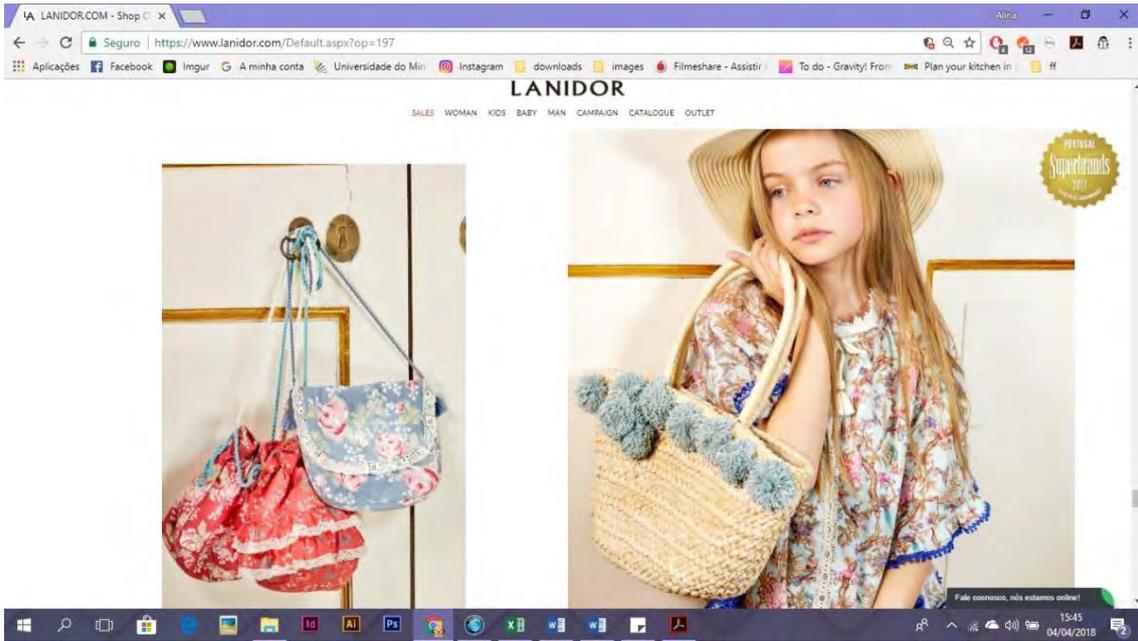


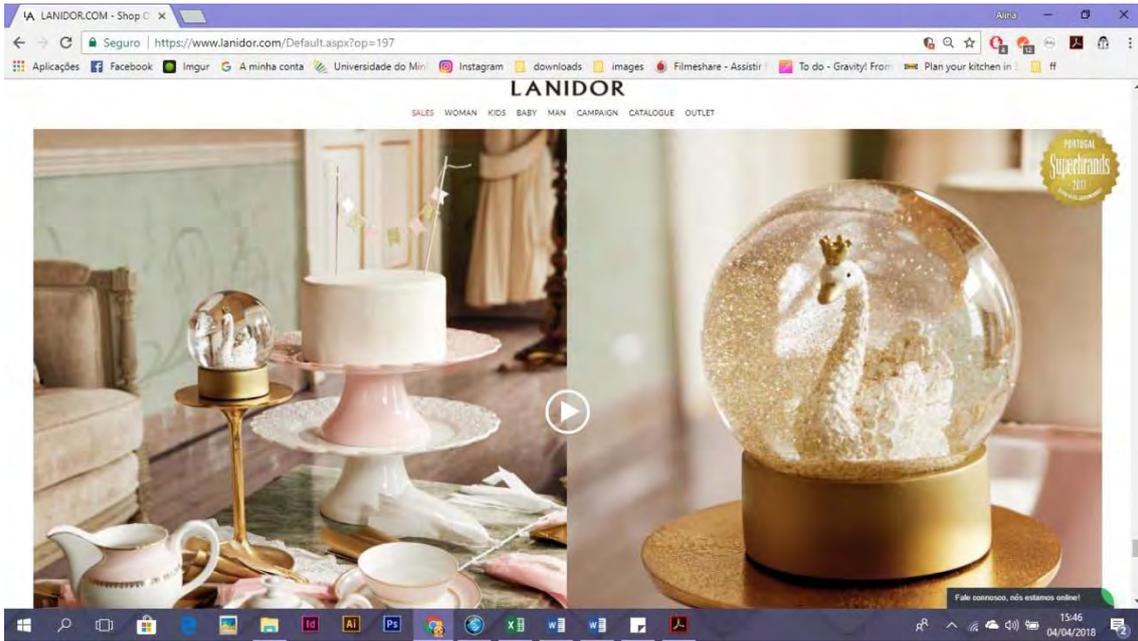




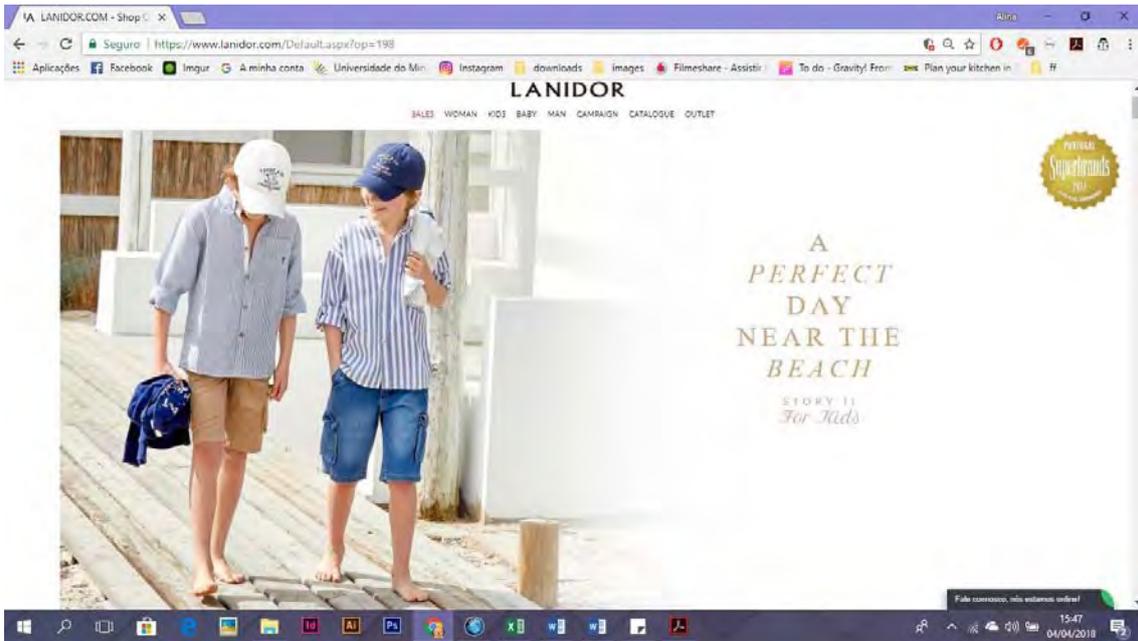


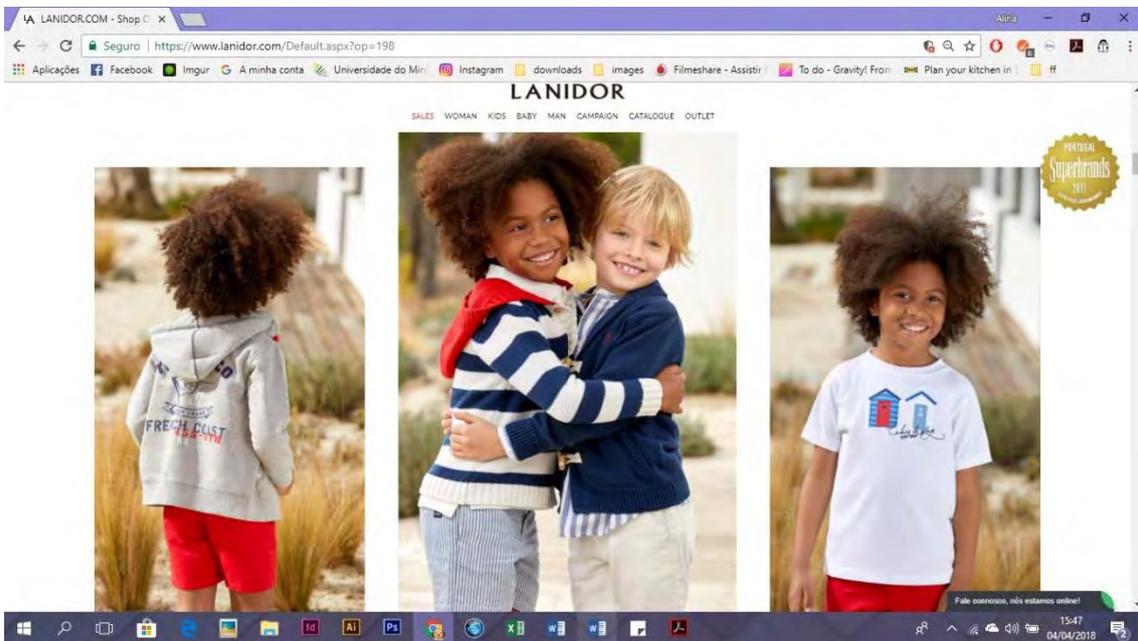
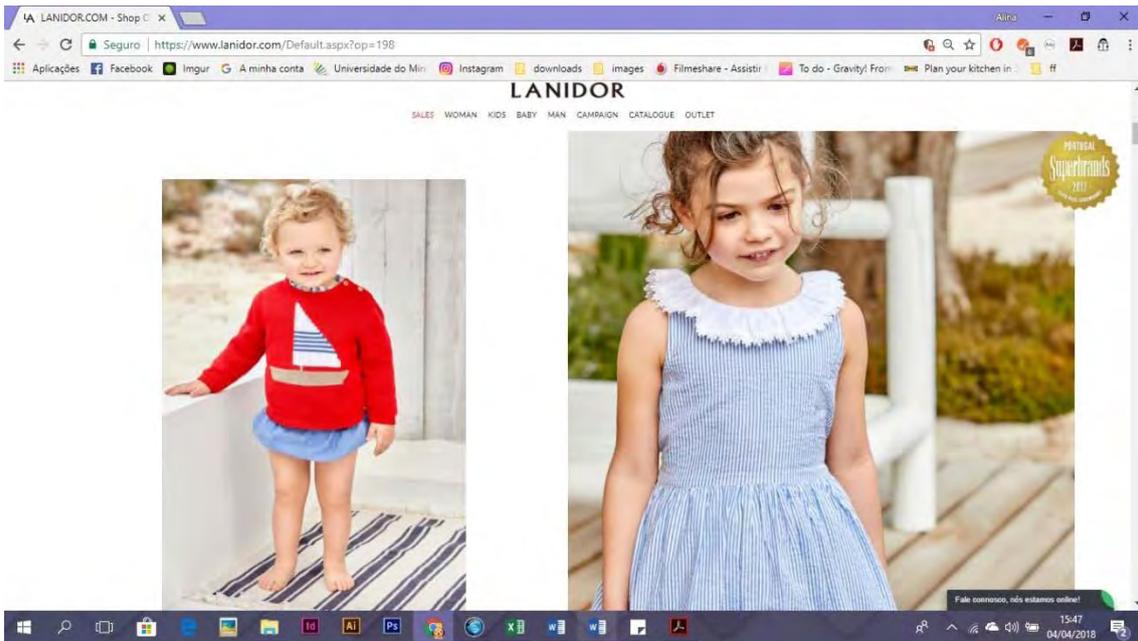


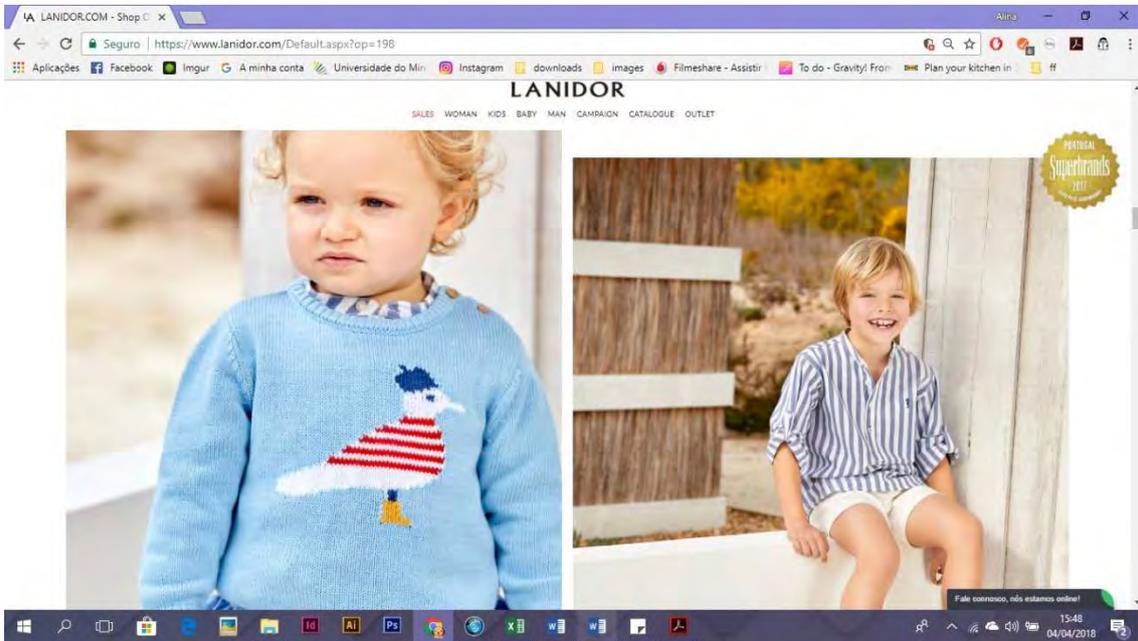
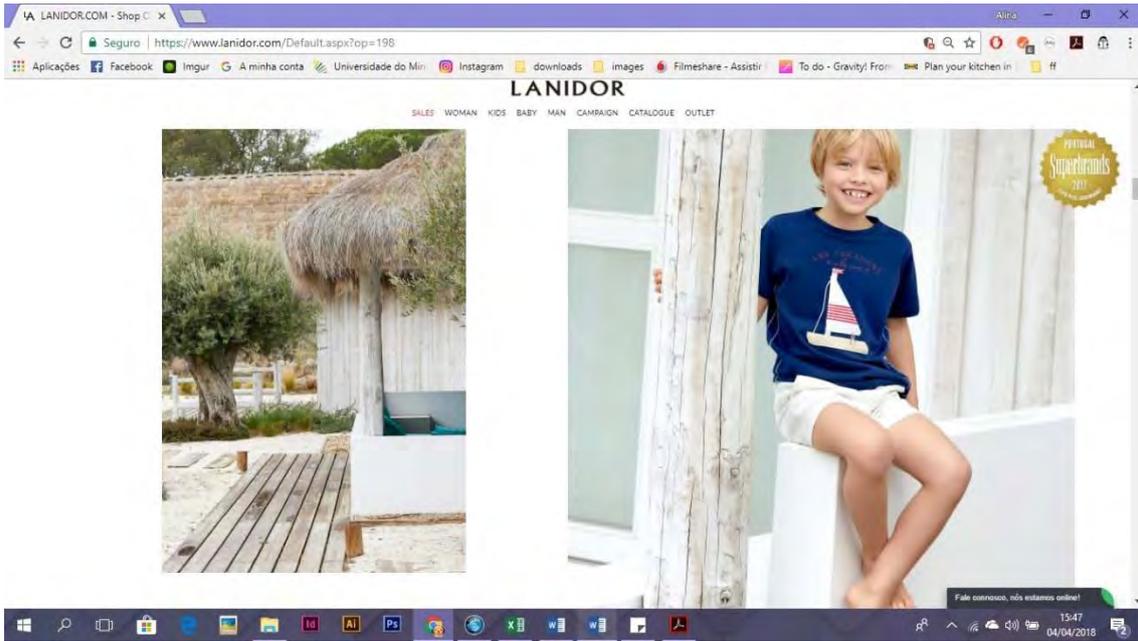


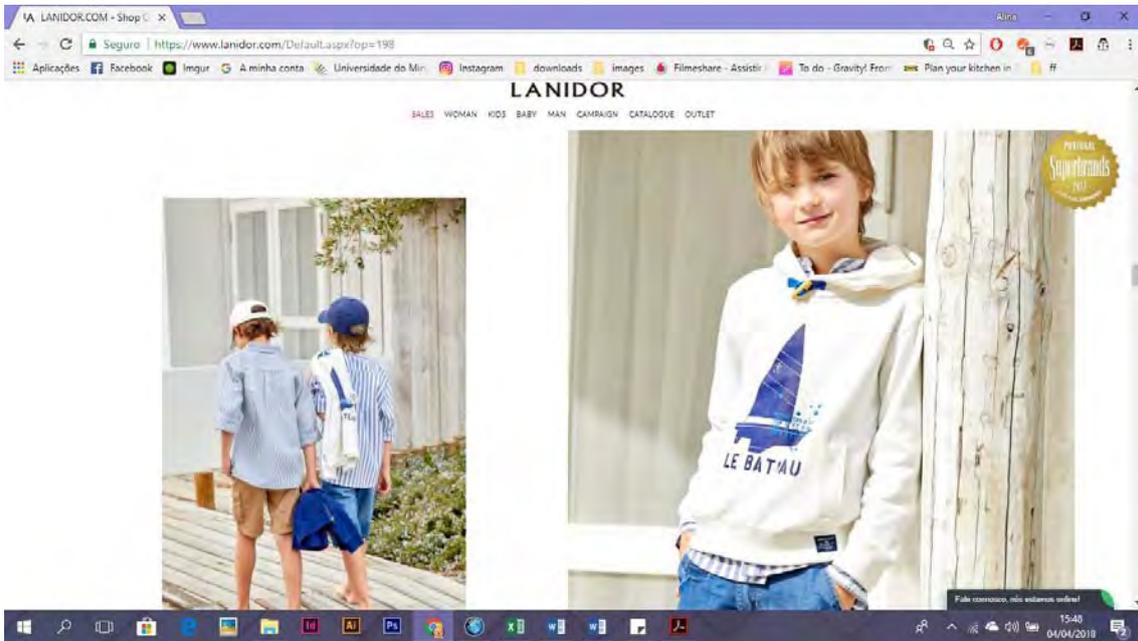
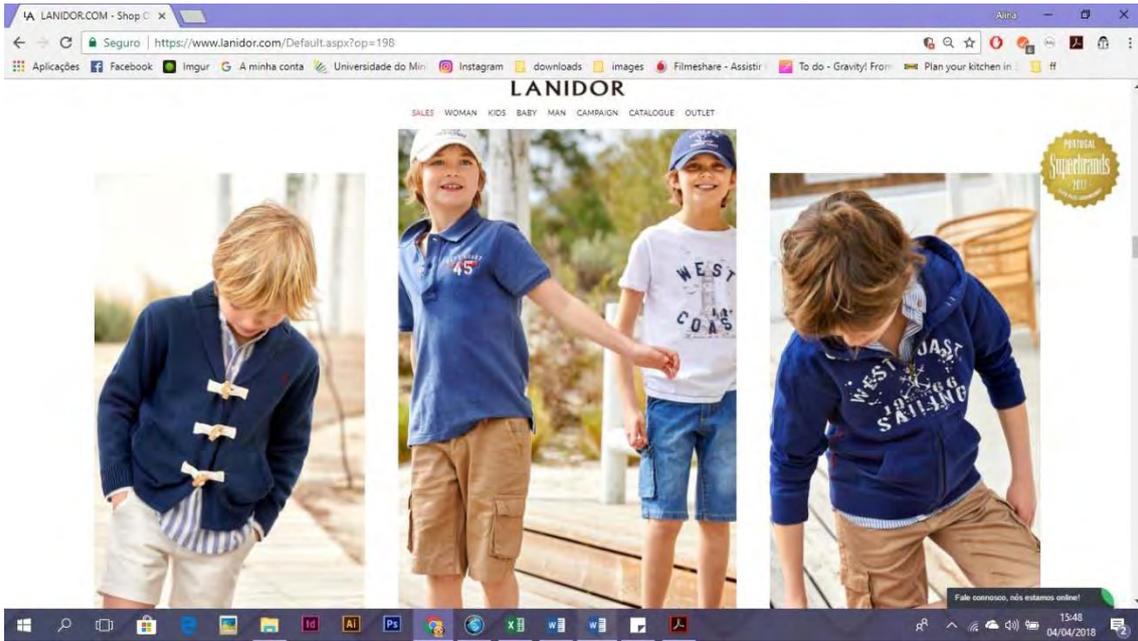


### 7.3.2- A Perfect Day Near The Beach

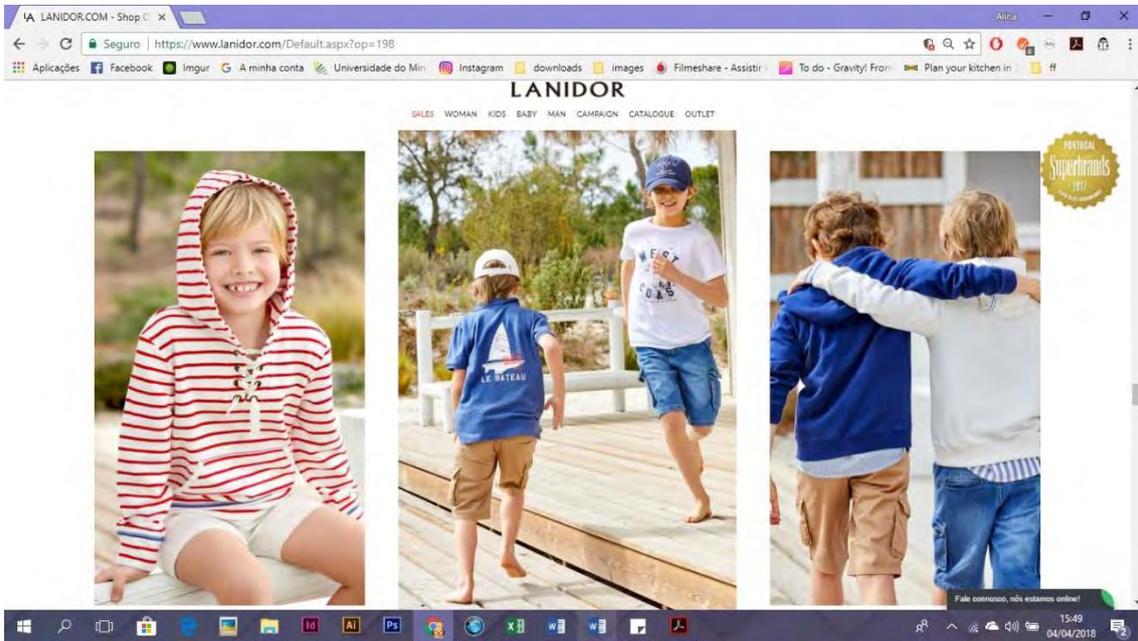
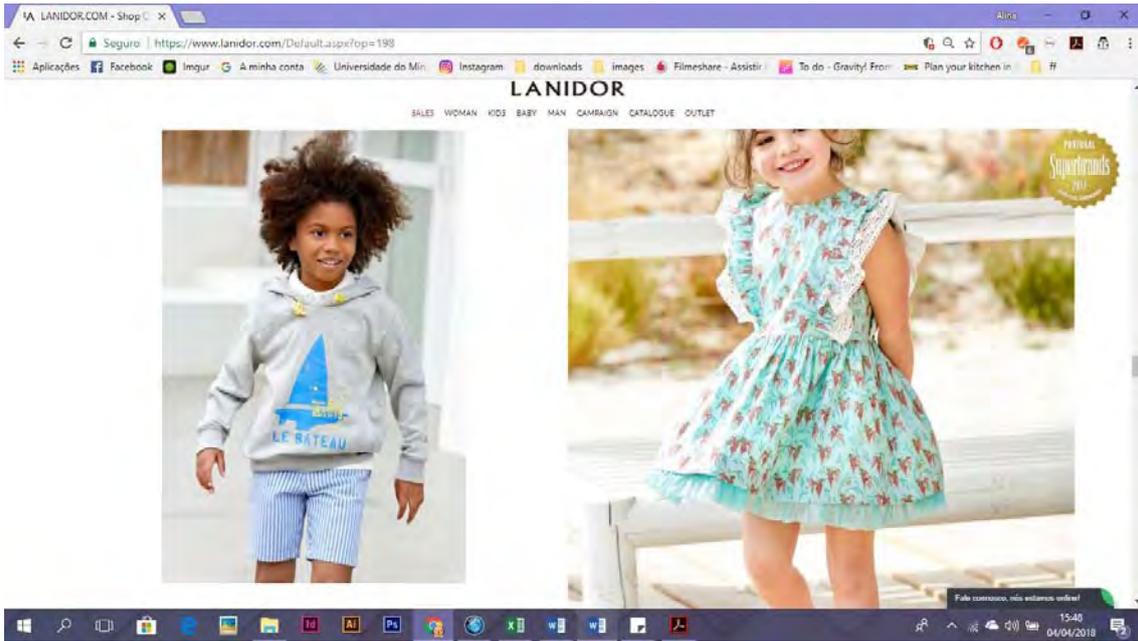


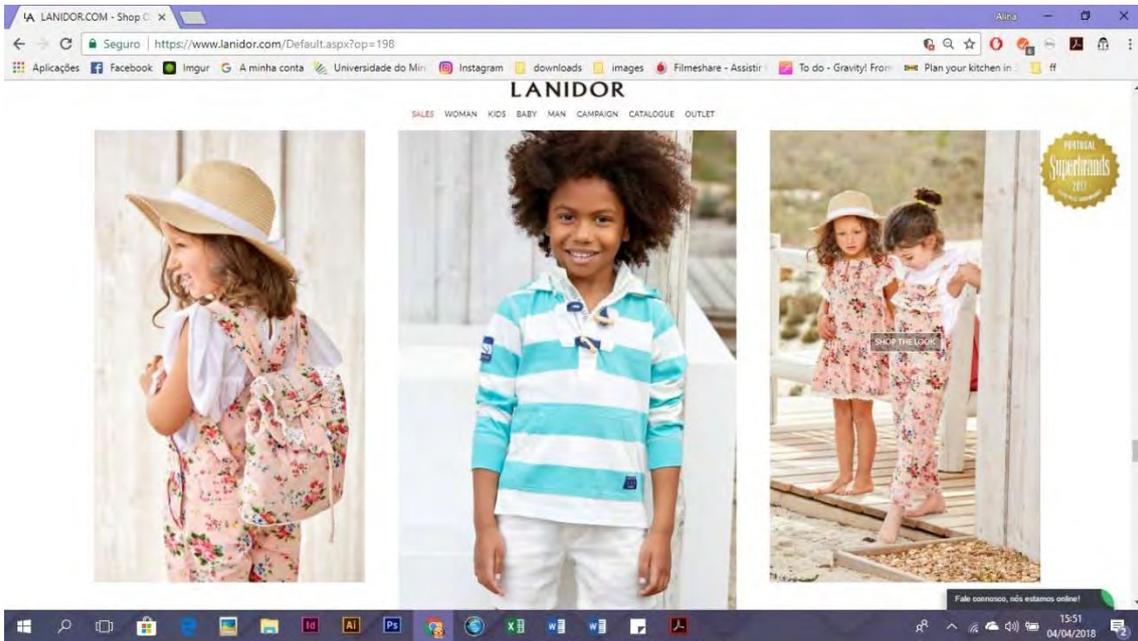
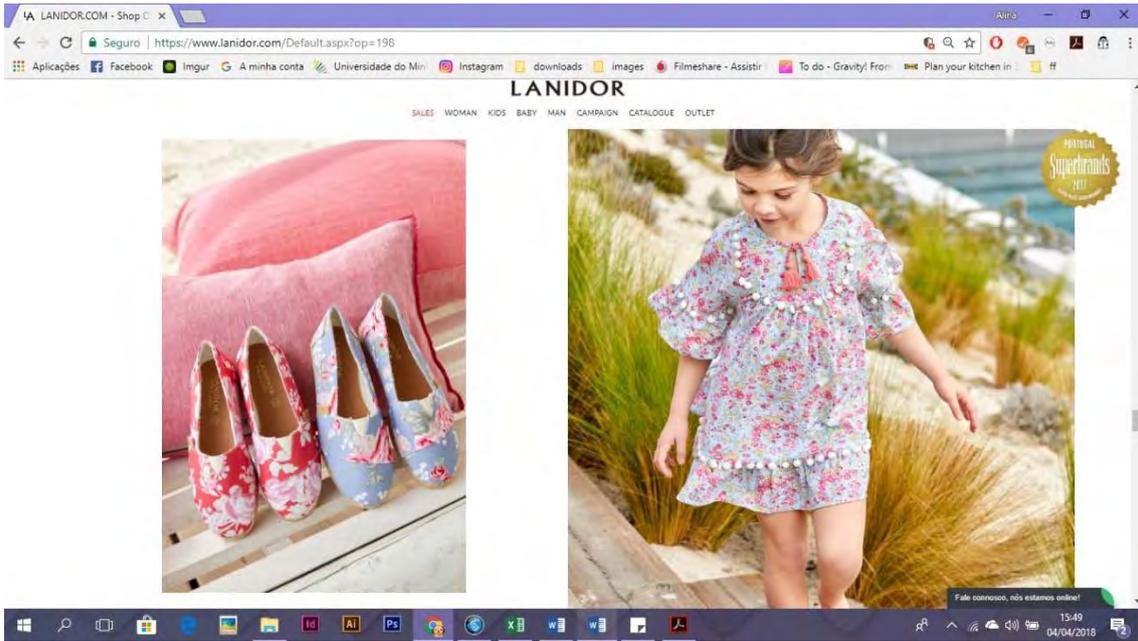


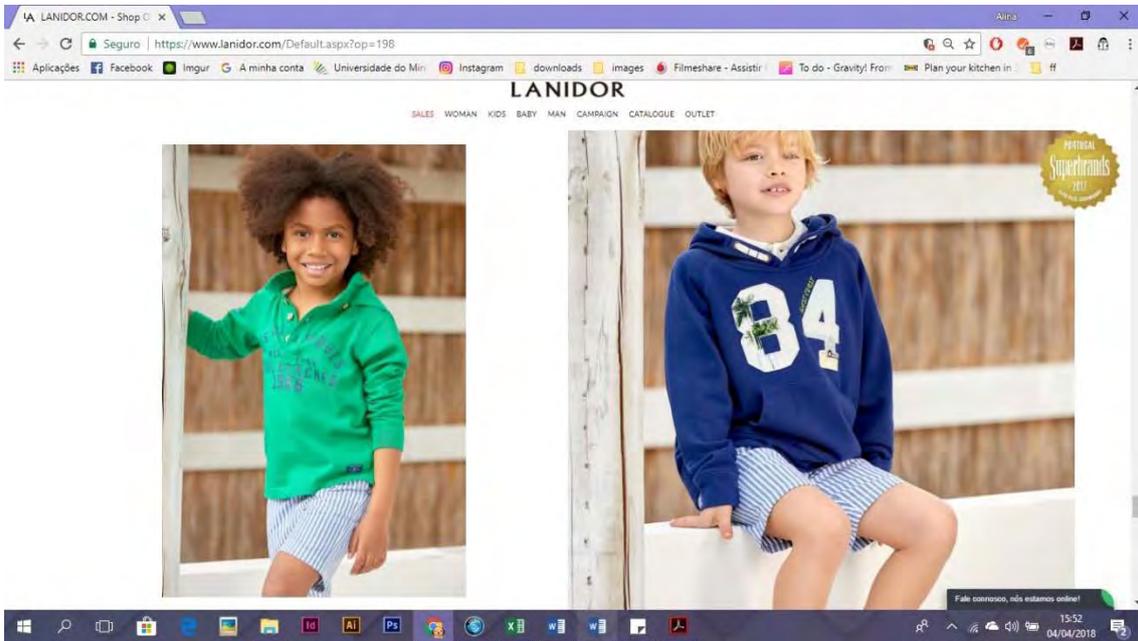
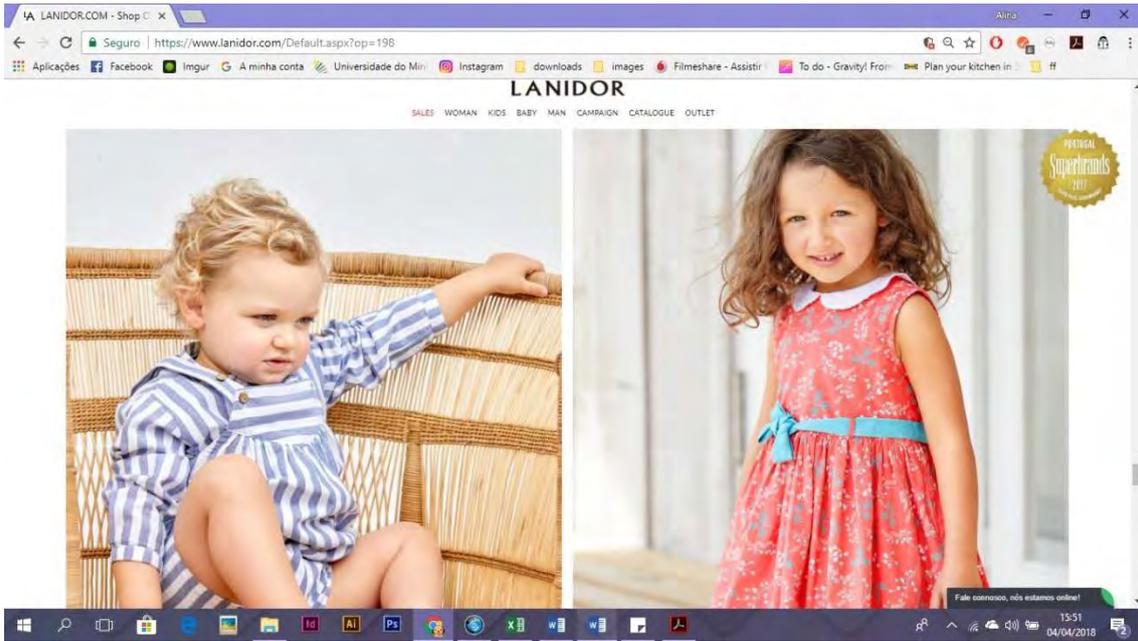




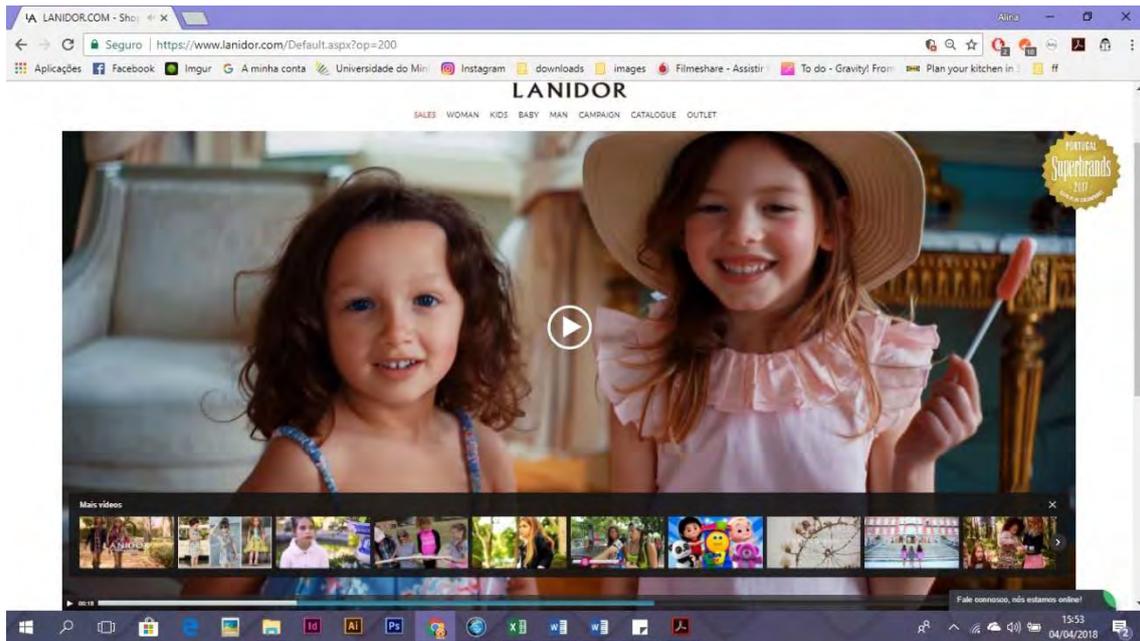








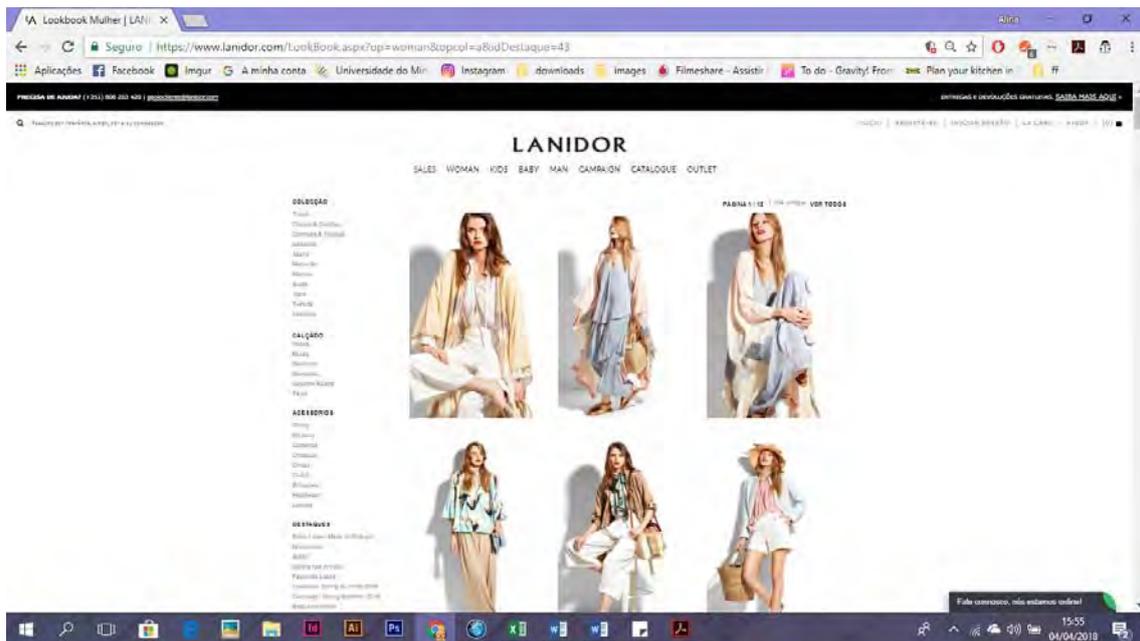




8- Sep. Catalogue

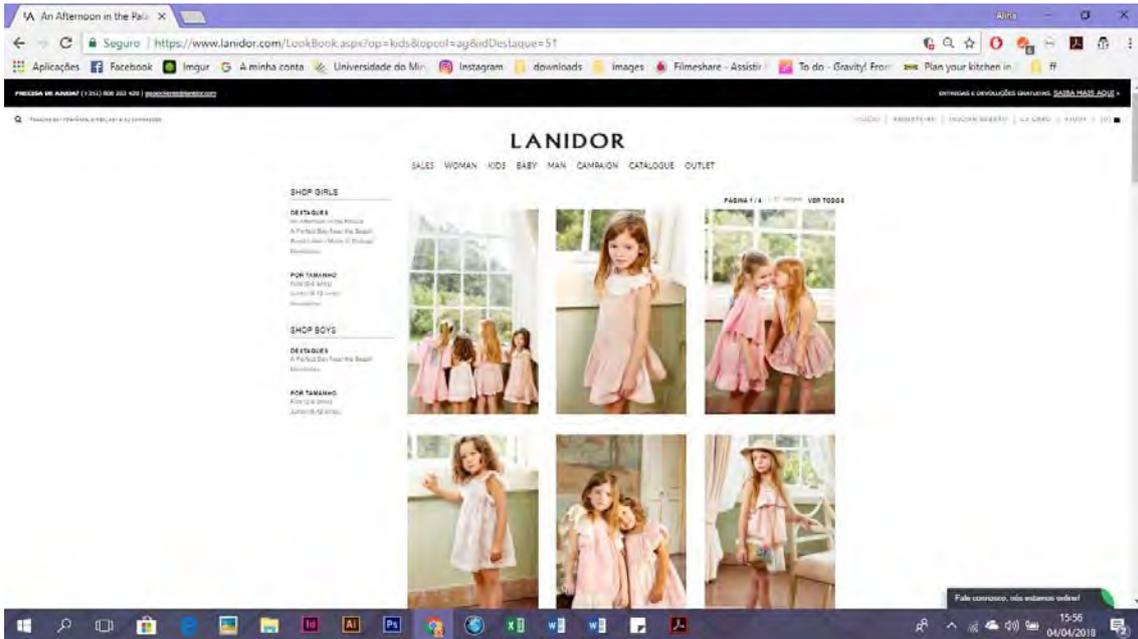
8.1- Woman

8.1.1- Lookbook

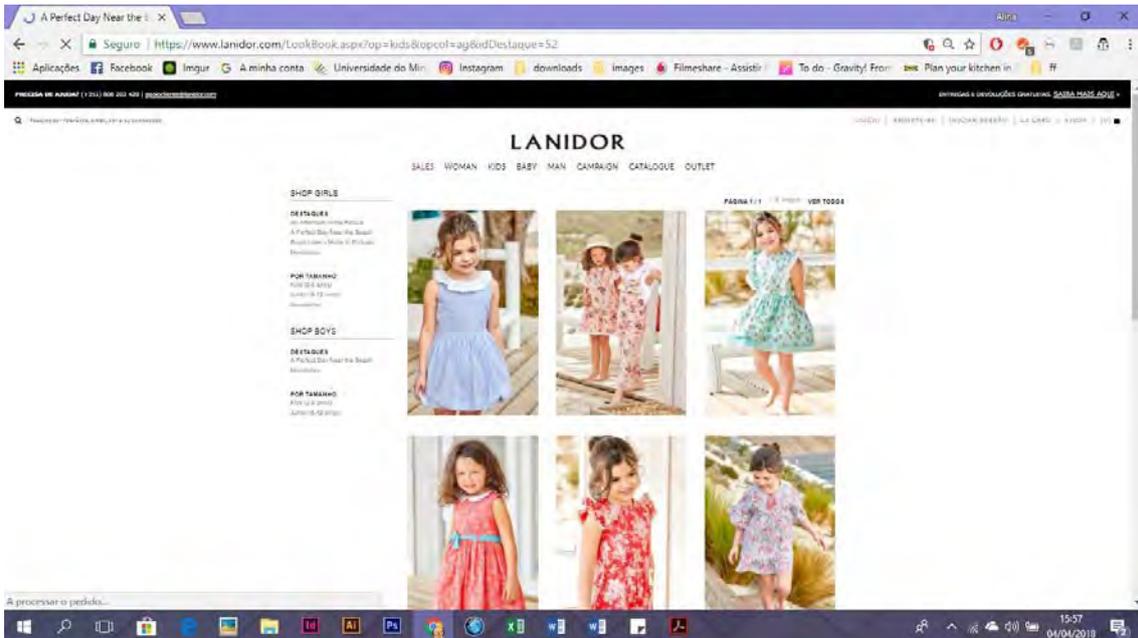


8.2- Girl

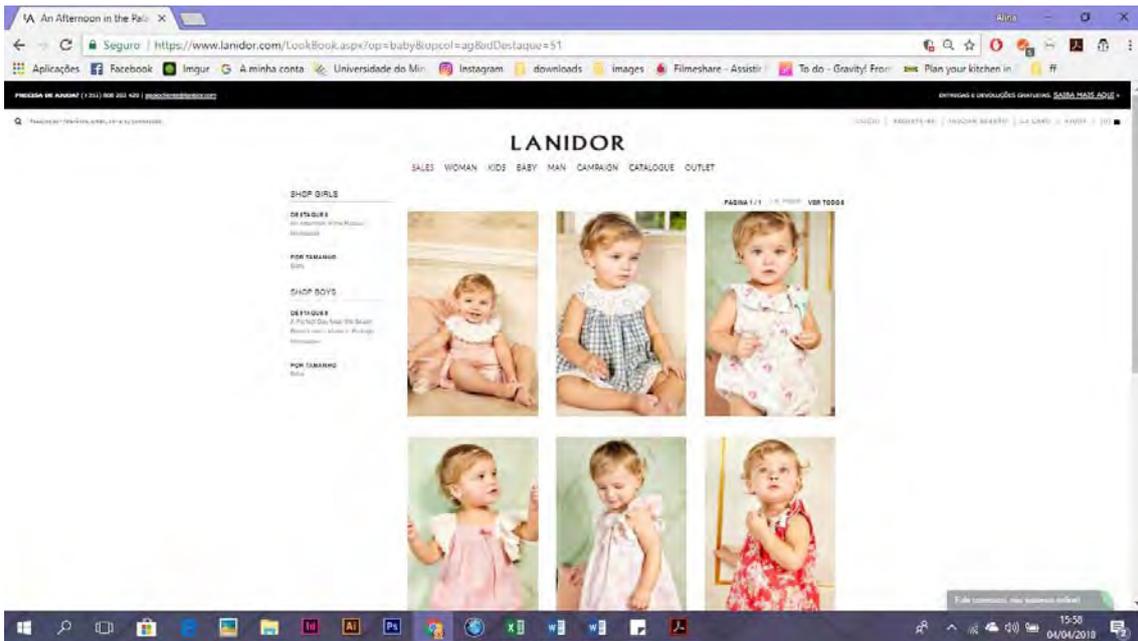
8.2.1- Na Afternoon in The Palace



### 8.2.2- A Perfect Day Near The Beach

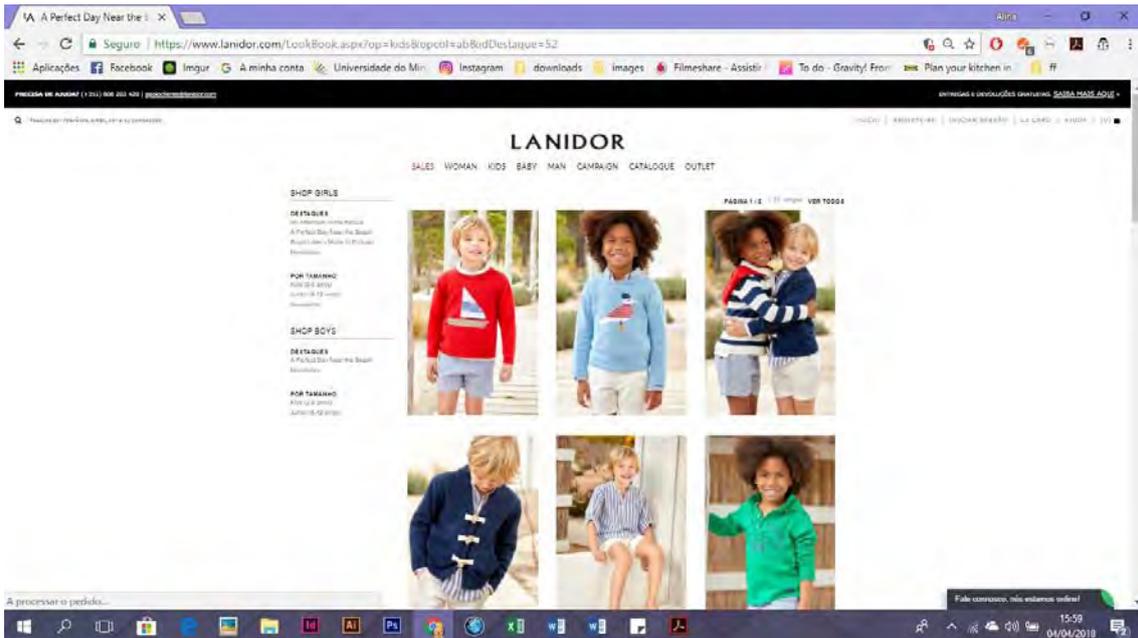


### 8.2.3- Baby

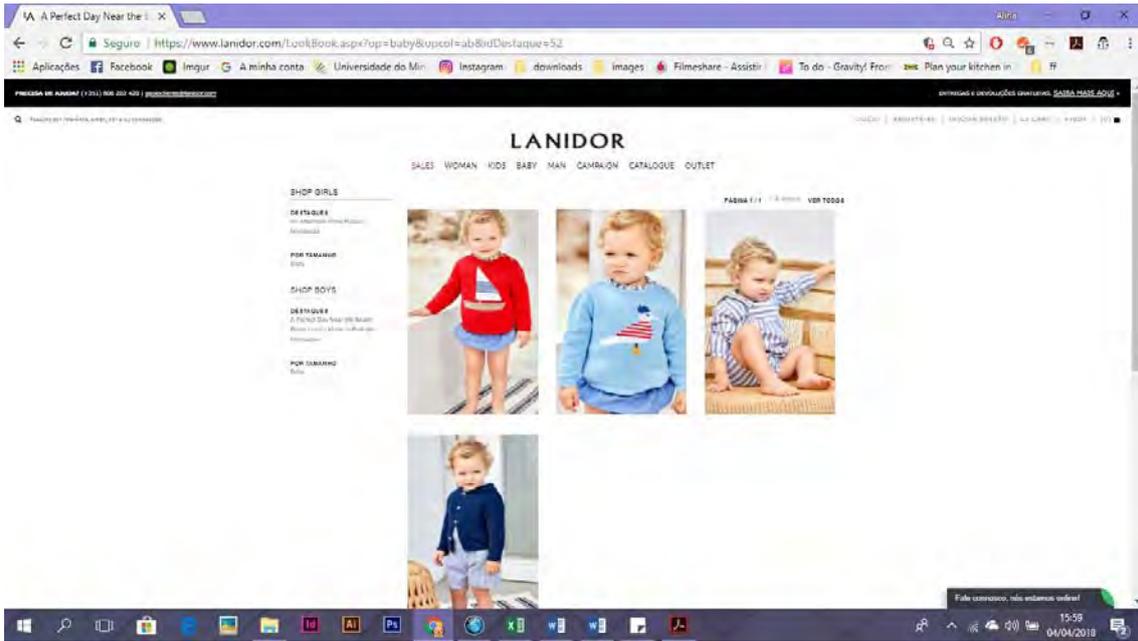


### 8.3- Boy

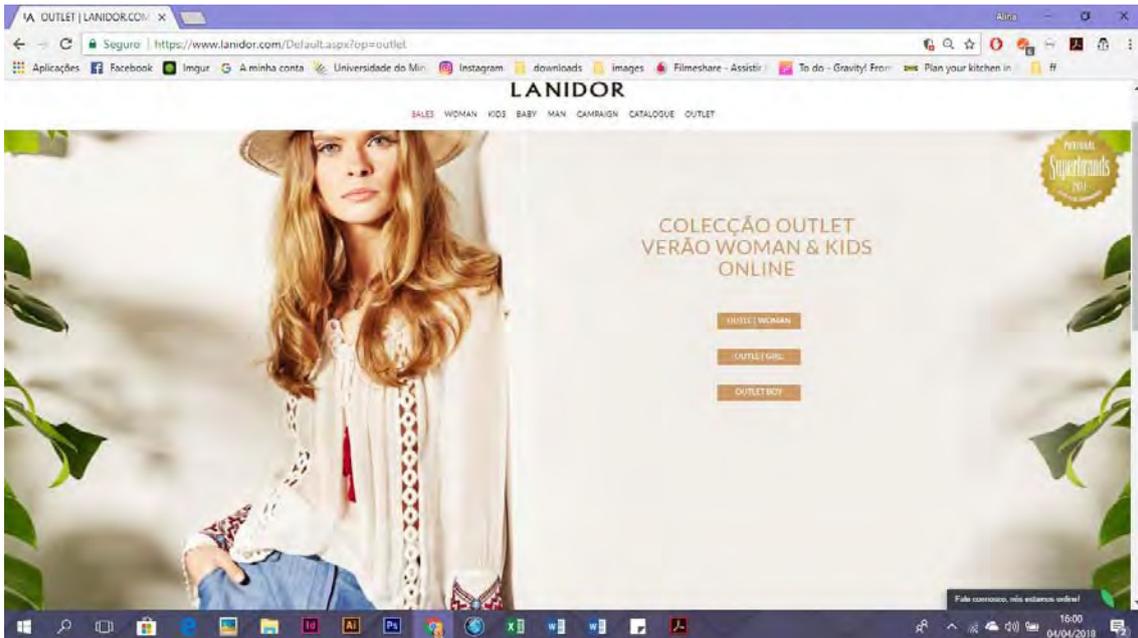
#### 8.3.1- A Perfect Day Near The Beach

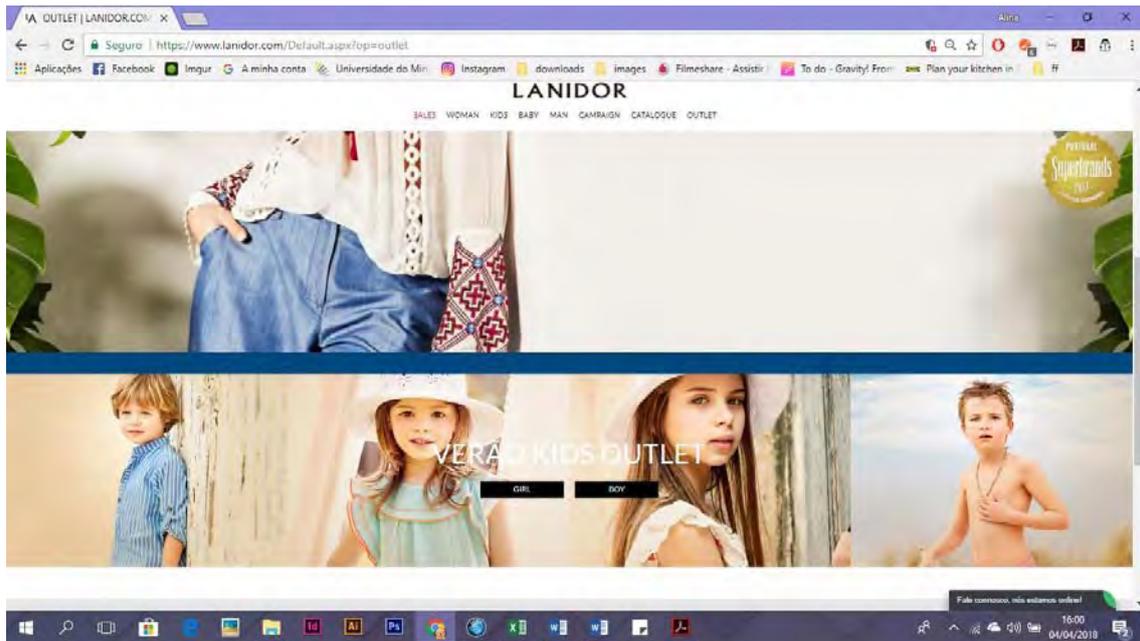


#### 8.3.2- Baby



## 9. Sep. Outlet

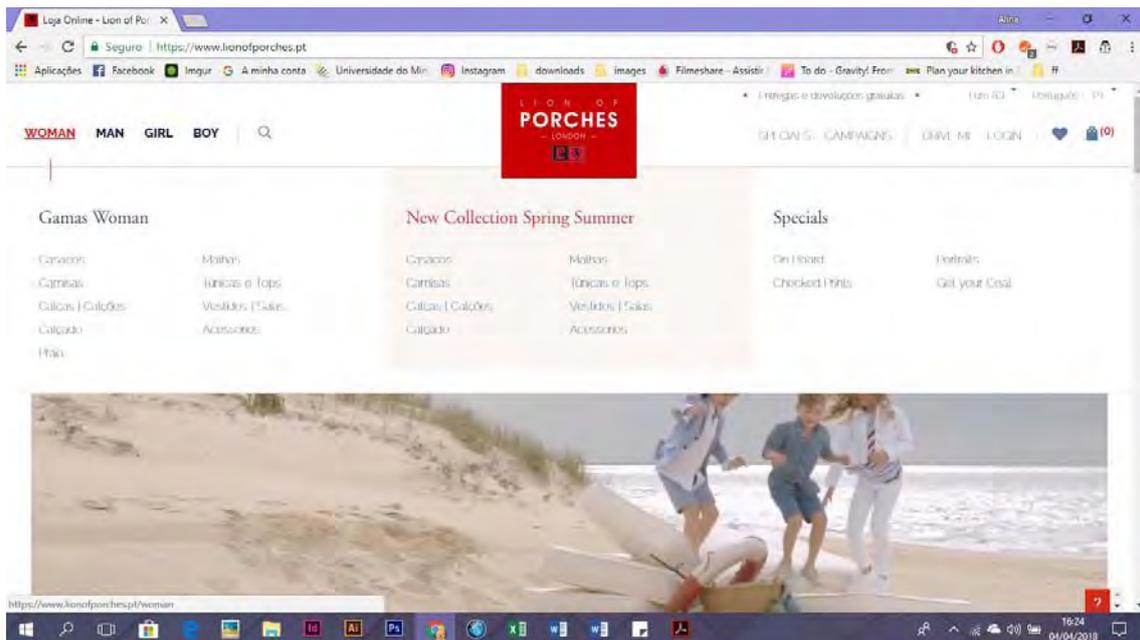
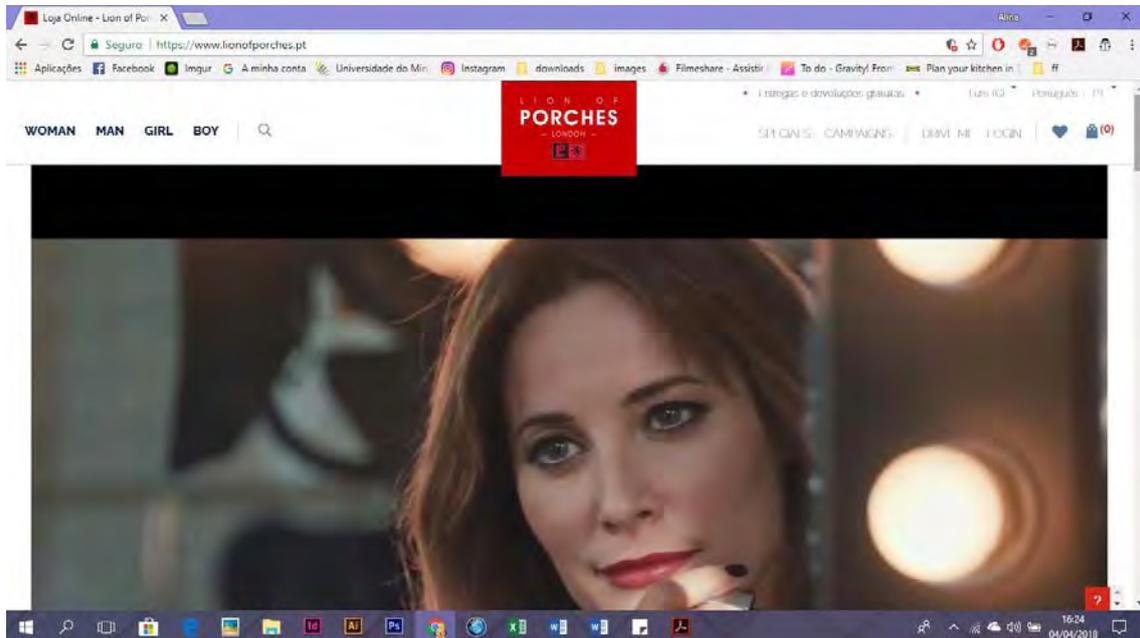


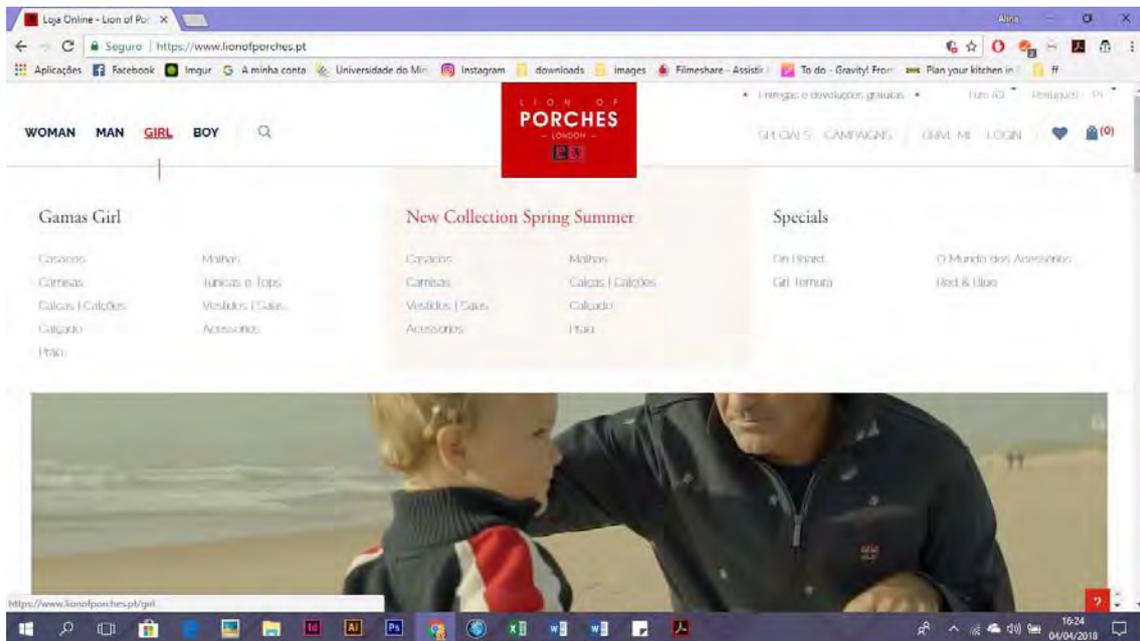
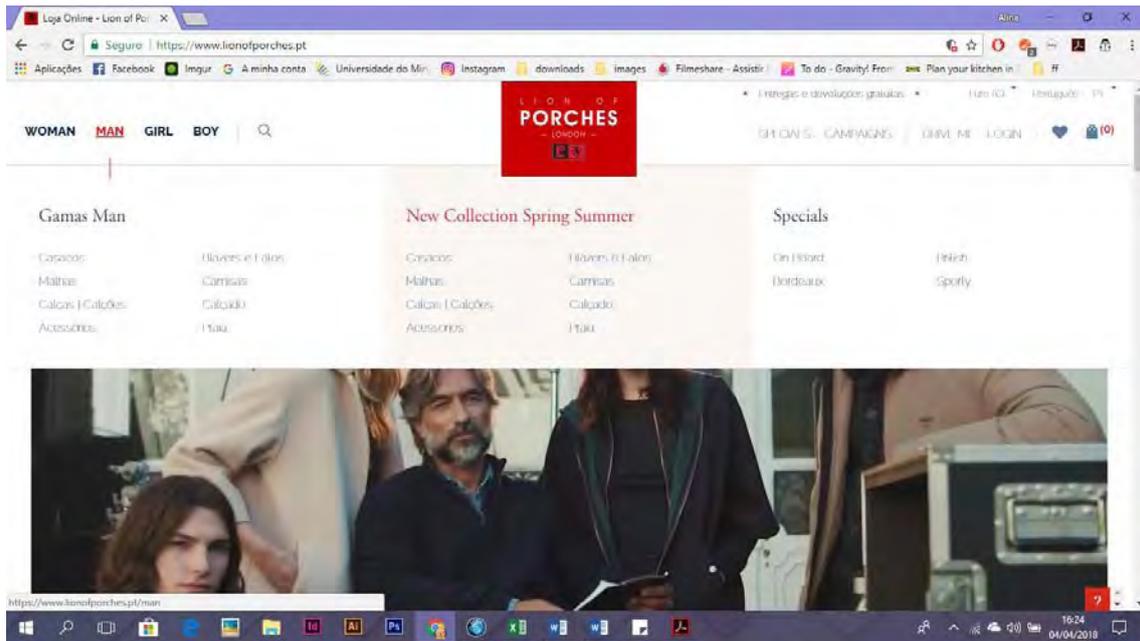


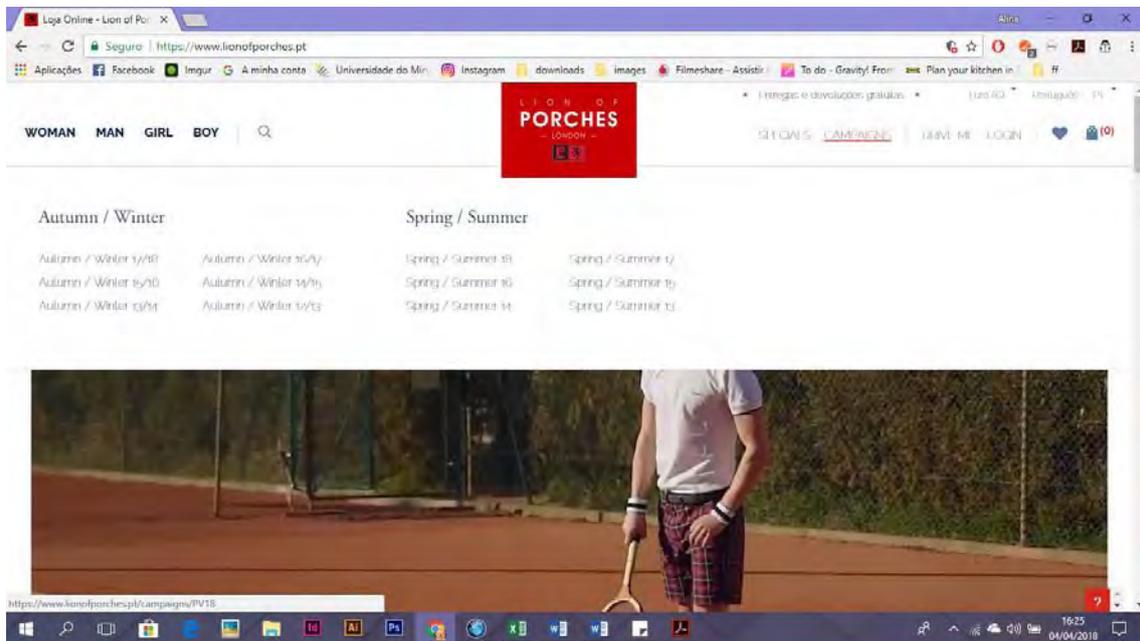
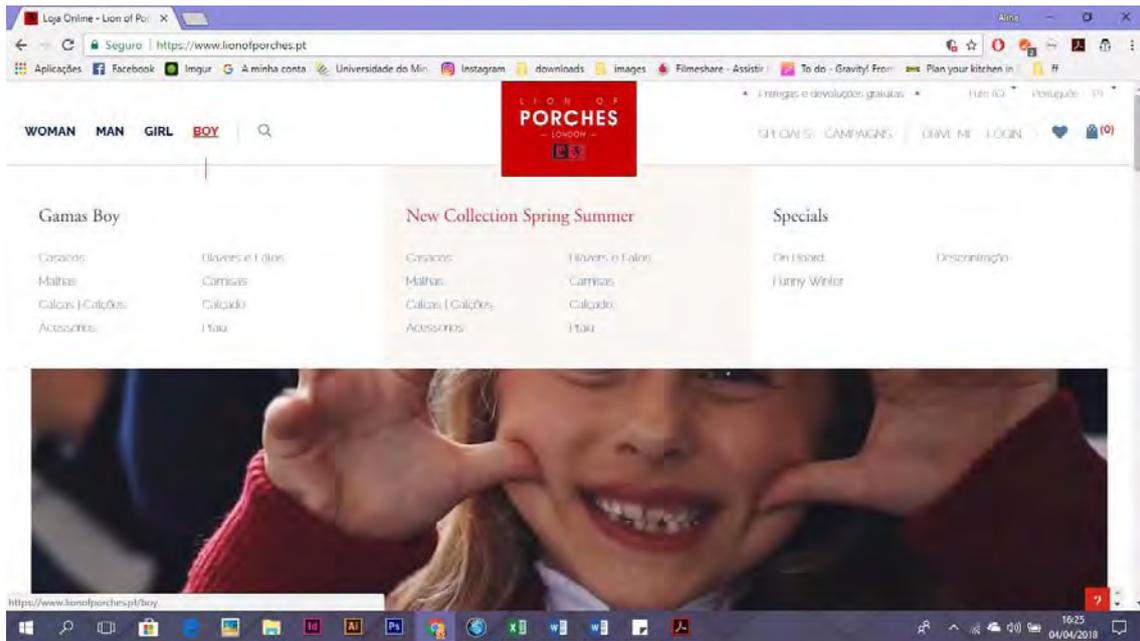
# LION OF PORCHES

## 1- Página Inicial

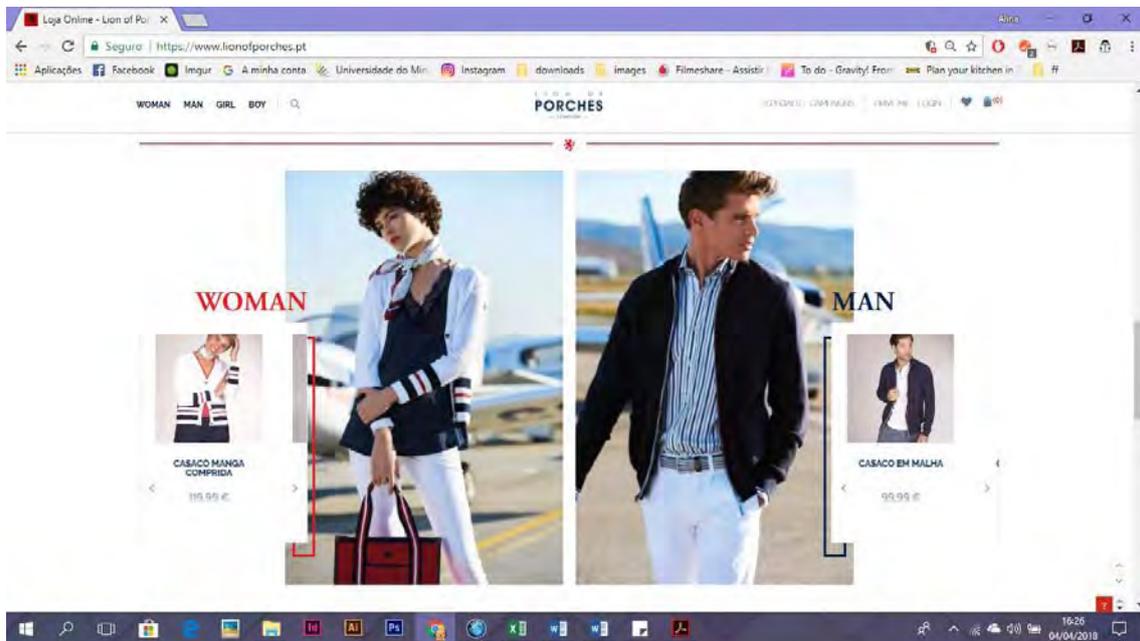
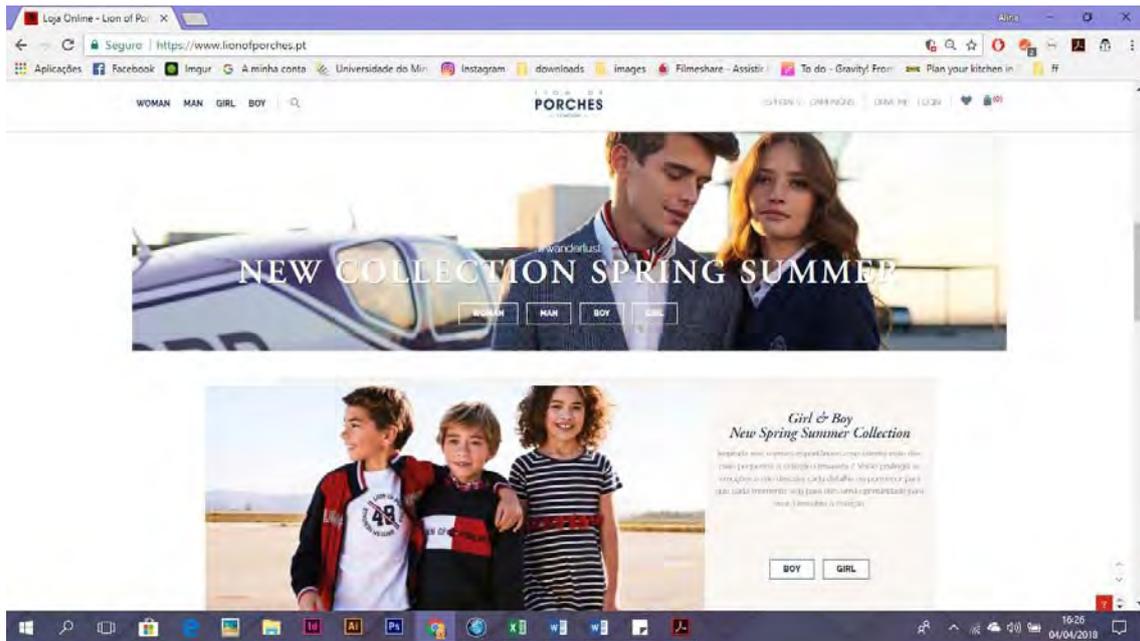
### 1.1- Barra de Menu

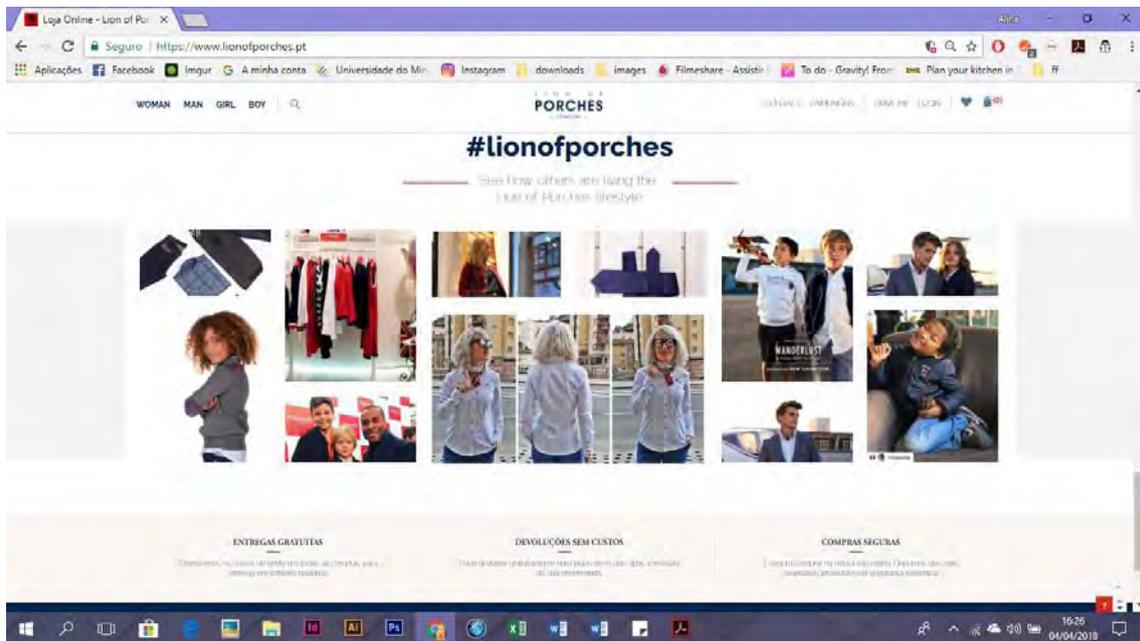
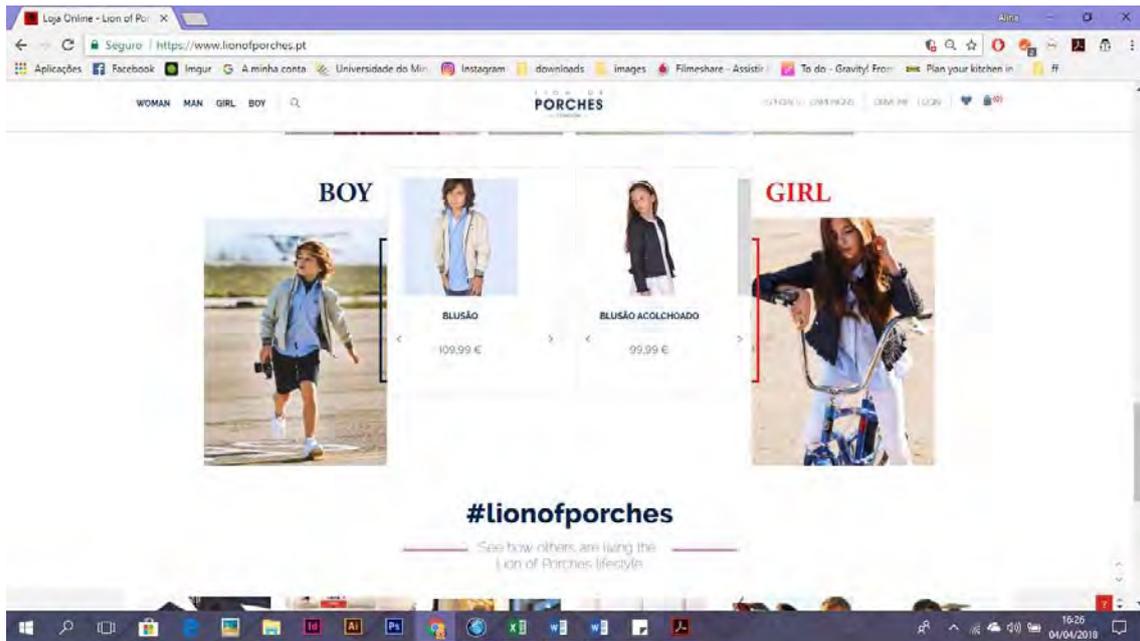




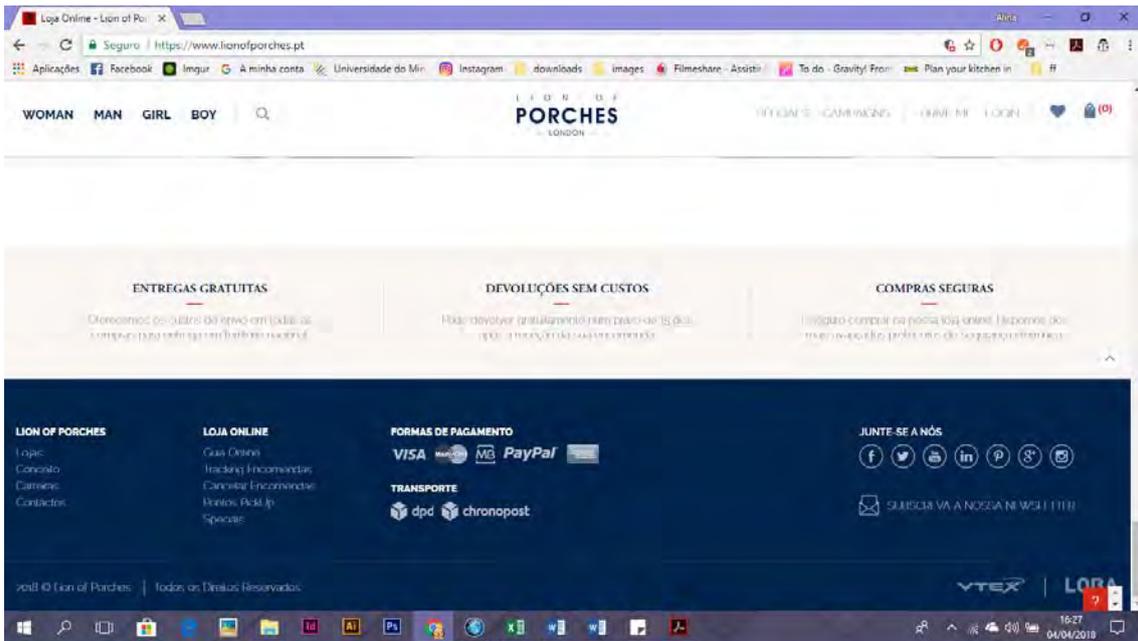


## 1.2- Corpo

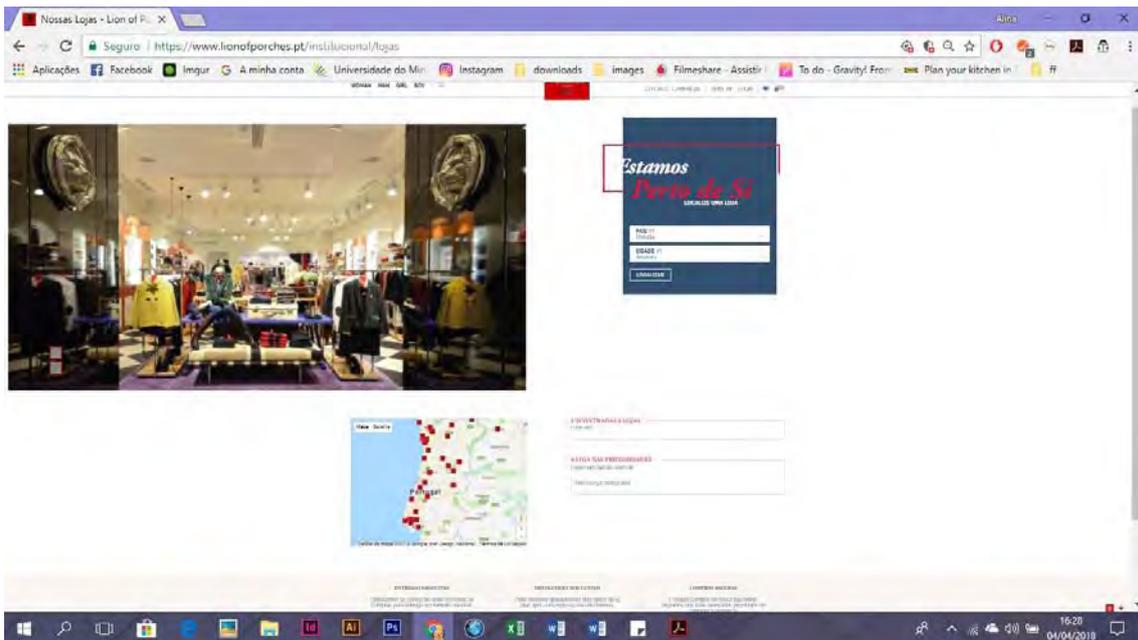




### 1.3- Barra de Final



### 1.3.1- Lojas



### 1.3.2- Conceito



The Original

British Style

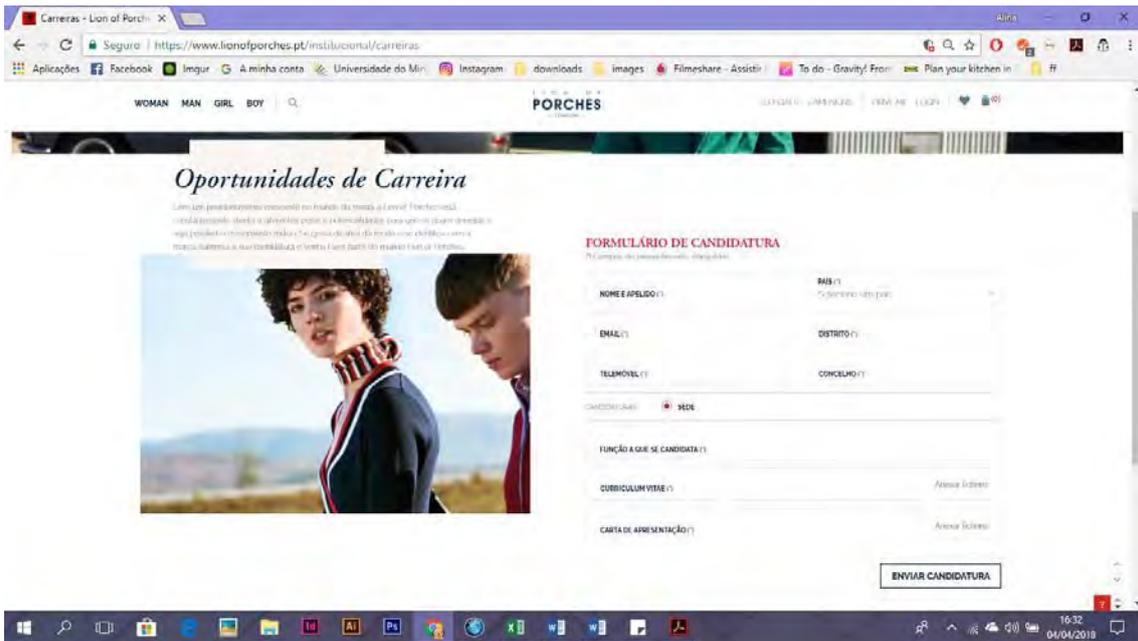
CONCEITO

LION OF PORCHES é marca de vestuário para homem, mulher e criança, inspirada no estilo e na cultura british. Uma marca com herança europeia, de identidade exclusiva, que tem vindo a reforçar a sua presença e, atualmente tem presença física em países como, Reino Unido, Espanha, Portugal, Suíça, Malta, Arábia Saudita, Irão, Rússia, África do Sul, Angola e Moçambique e presença via Loja Online em cerca de cem países.

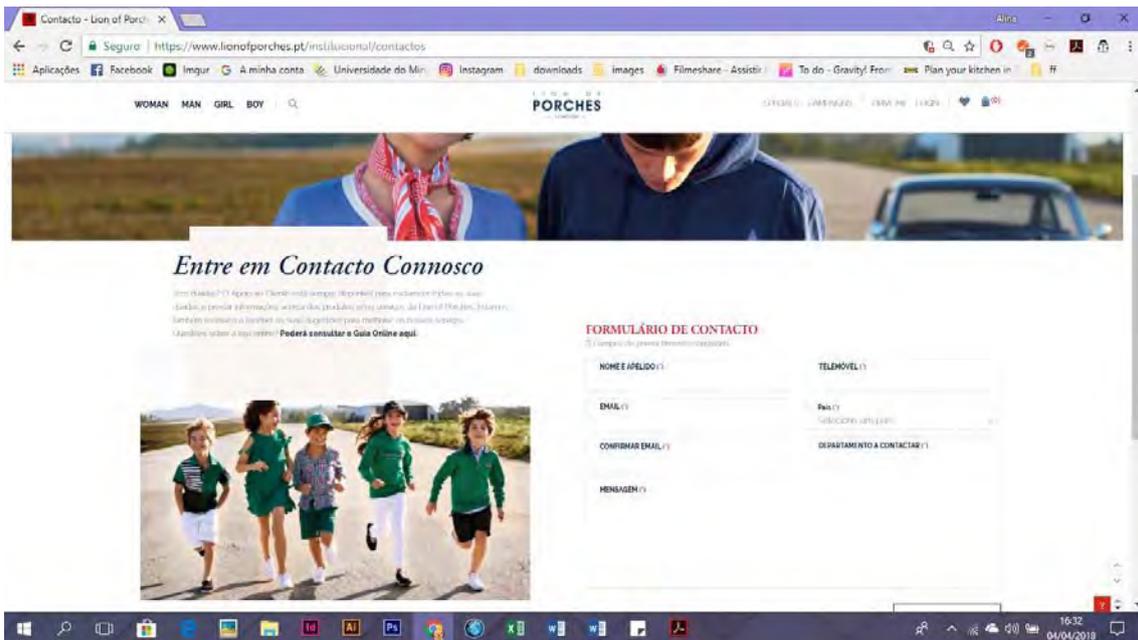
Caracterizada por um estilo elegante e moderno, a marca distingue-se pela explosão de cores, padrões requintados, emblemas com bordados colegiais e, cada peça apresenta um acabamento de excelência, rico em pormenores. Em cada estação a marca apresenta peças com fittings de cortes diversos, novas texturas e padrões que surpreendem. A criatividade é um atributo da marca, que é acompanhada pelas novas tendências. As matérias-primas são criteriosamente seleccionadas, o que contribui para que cada peça possua um nível de **qualidade premium**.

LION OF PORCHES propõe um casual wear sofisticado com um twist do estilo preppy, contribuindo para um look requintado, diferenciador e contemporâneo. An exclusive lifestyle.

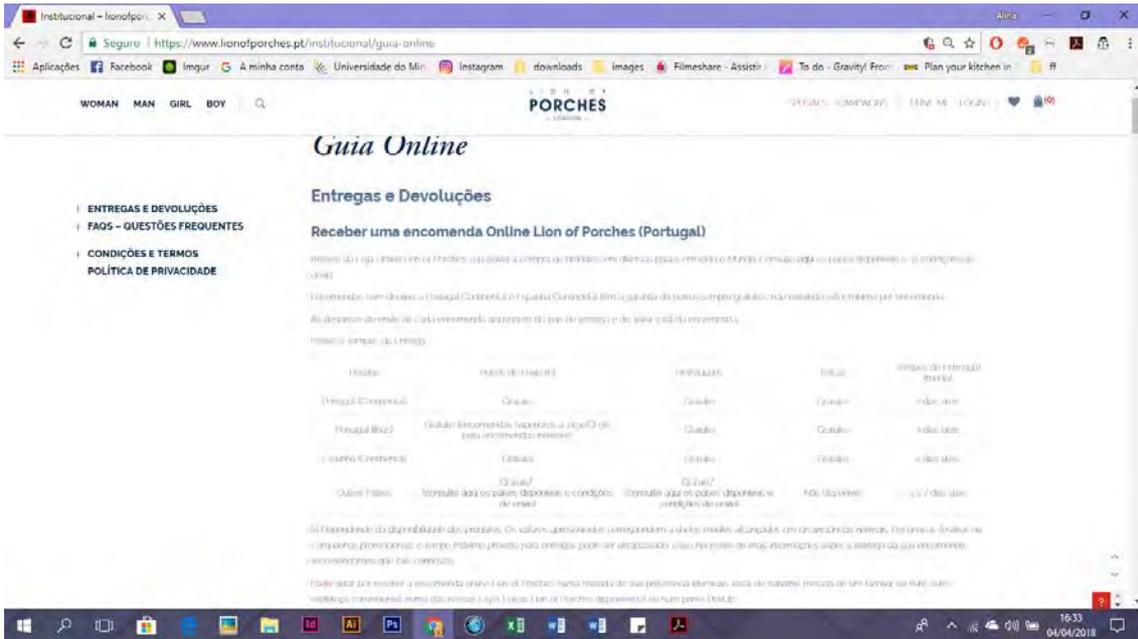
1.3.3- Carreiras

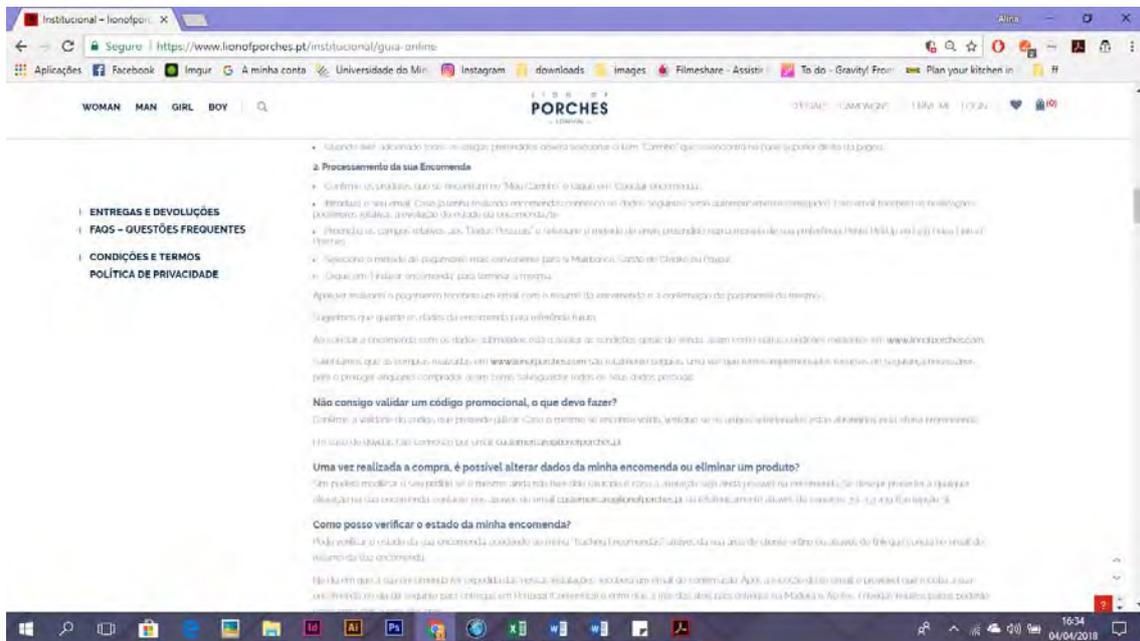
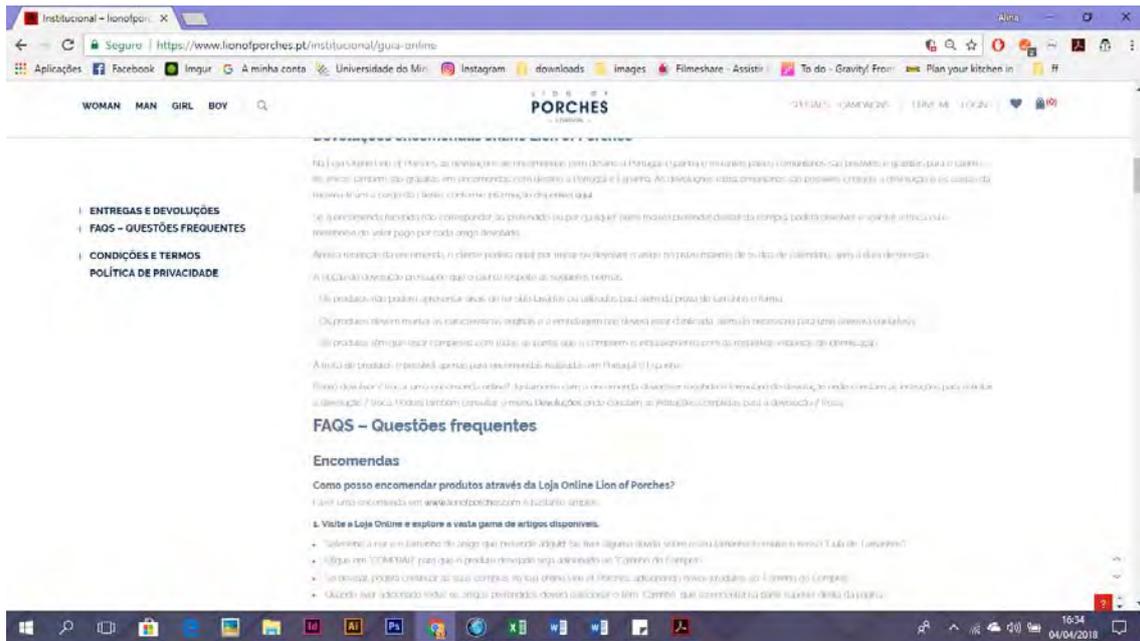


### 1.3.4- Contactos



### 1.3.5- Guia Online





Institucional - lionofporch...  
 Seguro | https://www.lionofporches.pt/institucional/guia-online

WOMAN MAN GIRL BOY

**PORCHES**  
 a moda

ENTREGAS E DEVOLUÇÕES  
 FAQS - QUESTÕES FREQUENTES  
 CONDIÇÕES E TERMOS  
 POLÍTICA DE PRIVACIDADE

No âmbito das atividades de desenvolvimento de produtos, a marca Lion of Porches tem o prazer de apresentar a sua coleção de produtos de moda e acessórios para mulher em Portugal e Espanha e em todo o mundo. A nossa loja online encontra-se na Madri e Roma. Também temos pontos de venda físicos em Lisboa e no Porto.

Após a aquisição de uma encomenda através do nosso website, o nosso número de telefone de atendimento ao cliente (910 610 000) ou através do nosso endereço de e-mail (loja@lionofporches.pt), poderá acompanhar o processo de envio da sua encomenda até ao destino final da sua preferência.

Endereço: www.lionofporches.pt/faq  
 E-mail: loja@lionofporches.pt  
 Website: www.lionofporches.pt

**Como posso garantir que a minha encomenda se encontra em correto processamento?**

Deixa o endereço e encomenda no nosso website e o nosso número de telefone de atendimento ao cliente (910 610 000) ou através do nosso endereço de e-mail (loja@lionofporches.pt) para assegurar o processo.

Após a aquisição de uma encomenda através do nosso website, o nosso número de telefone de atendimento ao cliente (910 610 000) ou através do nosso endereço de e-mail (loja@lionofporches.pt), poderá acompanhar o processo de envio da sua encomenda até ao destino final da sua preferência.

Endereço: www.lionofporches.pt/faq  
 E-mail: loja@lionofporches.pt  
 Website: www.lionofporches.pt

**Posso cancelar uma encomenda ainda não paga?**

Desde que não tenha sido enviada a encomenda, o processo de envio da sua encomenda até ao destino final da sua preferência poderá ser cancelado através do nosso website (910 610 000) ou através do nosso endereço de e-mail (loja@lionofporches.pt).

Endereço: www.lionofporches.pt/faq  
 E-mail: loja@lionofporches.pt  
 Website: www.lionofporches.pt

**Pagamento**

**Quais são os métodos de pagamento disponíveis?**

Podemos aceitar pagamentos através do nosso website através do Cartão de Crédito (VISA, MASTERCARD, AMERICAN EXPRESS) e através do nosso website através do nosso endereço de e-mail (loja@lionofporches.pt).

Endereço: www.lionofporches.pt/faq  
 E-mail: loja@lionofporches.pt  
 Website: www.lionofporches.pt

Endereço: www.lionofporches.pt/faq  
 E-mail: loja@lionofporches.pt  
 Website: www.lionofporches.pt

Institucional - lionofporch...  
 Seguro | https://www.lionofporches.pt/institucional/guia-online

WOMAN MAN GIRL BOY

**PORCHES**  
 a moda

ENTREGAS E DEVOLUÇÕES  
 FAQS - QUESTÕES FREQUENTES  
 CONDIÇÕES E TERMOS  
 POLÍTICA DE PRIVACIDADE

Podemos aceitar pagamentos através do nosso website através do Cartão de Crédito (VISA, MASTERCARD, AMERICAN EXPRESS) e através do nosso website através do nosso endereço de e-mail (loja@lionofporches.pt).

Endereço: www.lionofporches.pt/faq  
 E-mail: loja@lionofporches.pt  
 Website: www.lionofporches.pt

Endereço: www.lionofporches.pt/faq  
 E-mail: loja@lionofporches.pt  
 Website: www.lionofporches.pt

**Devoluções e trocas**

**Posso devolver/ trocar uma encomenda?**

Se por qualquer motivo, quiser devolver qualquer produto adquirido no nosso website (loja@lionofporches.pt) poderá proceder à sua devolução desde que o produto não tenha sido usado e esteja em perfeito estado de conservação.

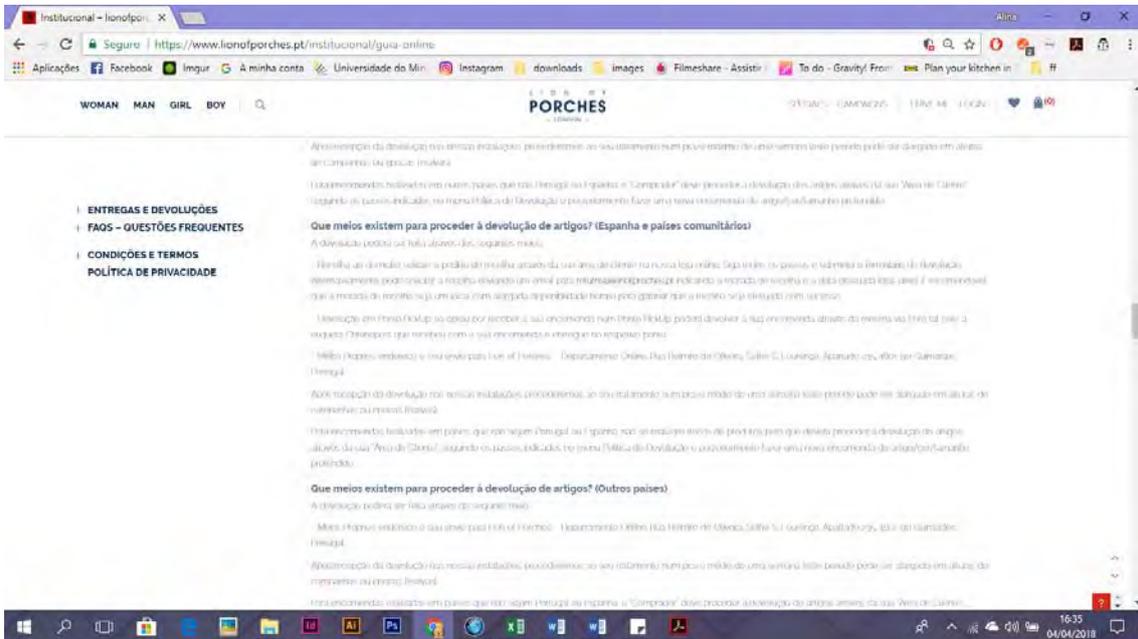
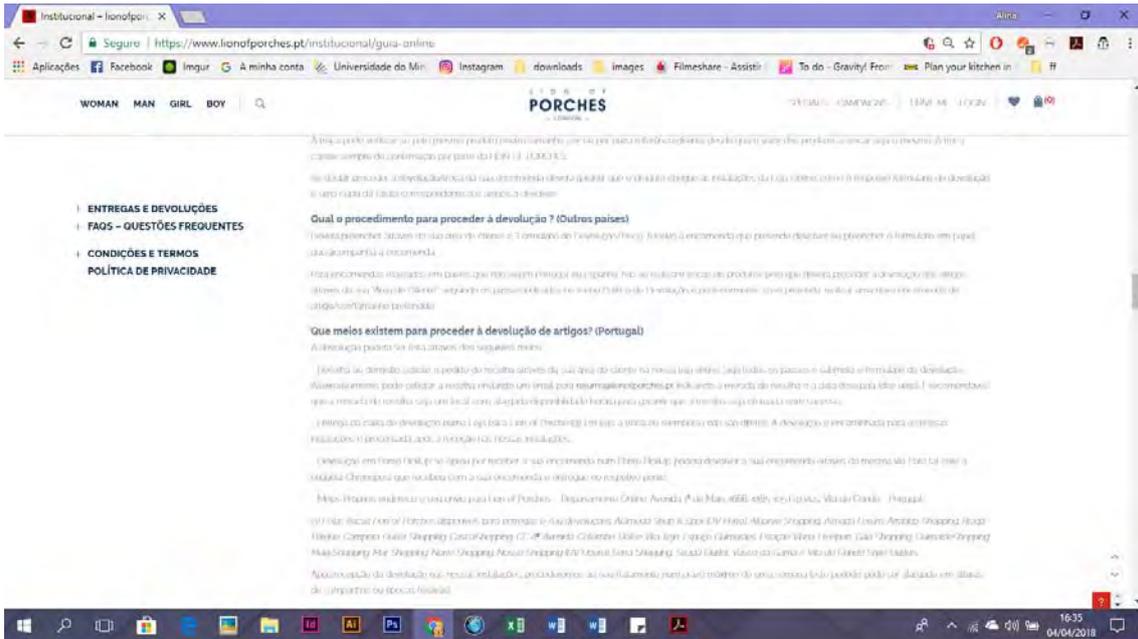
- Os produtos que tenham sido usados ou alterados não poderão ser devolvidos e o processo de devolução não poderá ser iniciado.
- Os produtos que tenham sido usados ou alterados não poderão ser devolvidos e o processo de devolução não poderá ser iniciado.
- Os produtos que tenham sido usados ou alterados não poderão ser devolvidos e o processo de devolução não poderá ser iniciado.

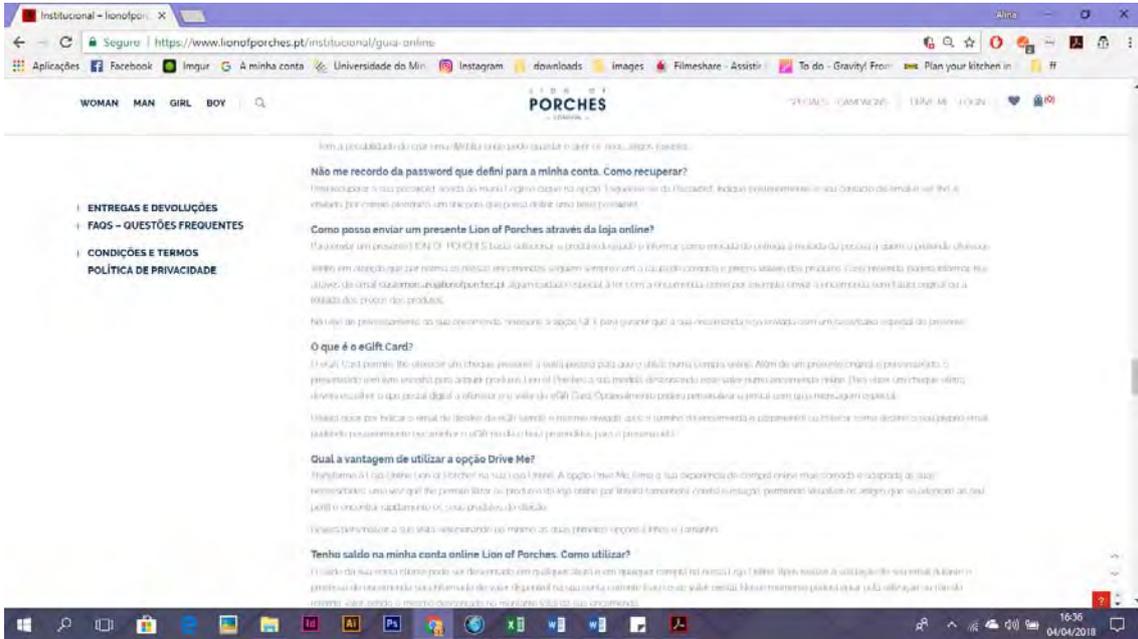
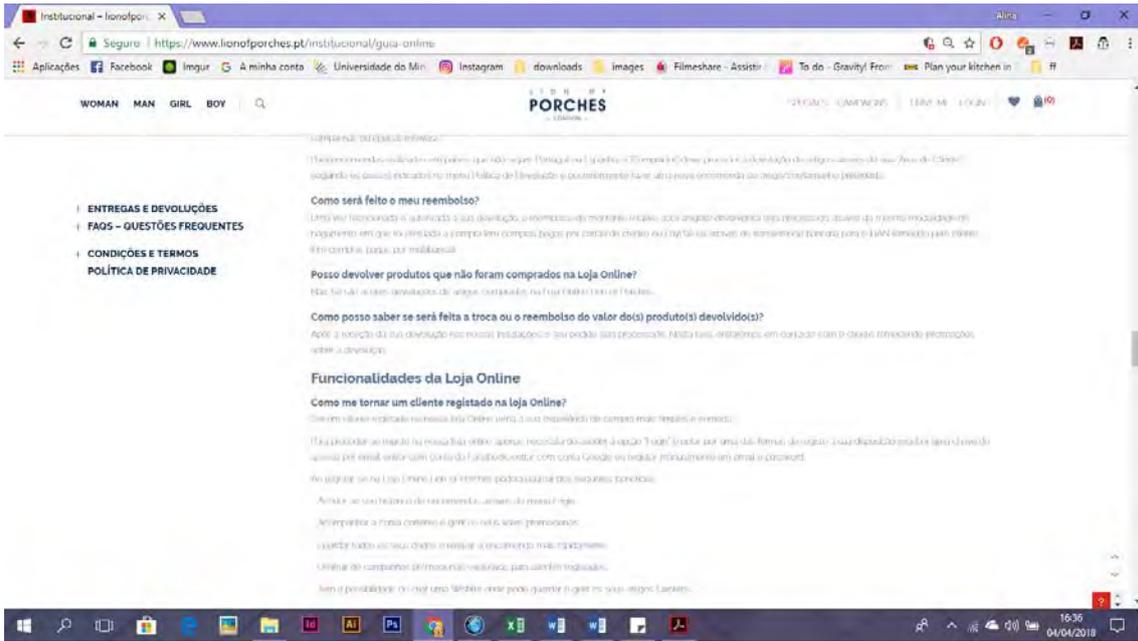
A troca de produtos e devoluções apenas são aceites em produtos adquiridos no nosso website (loja@lionofporches.pt).

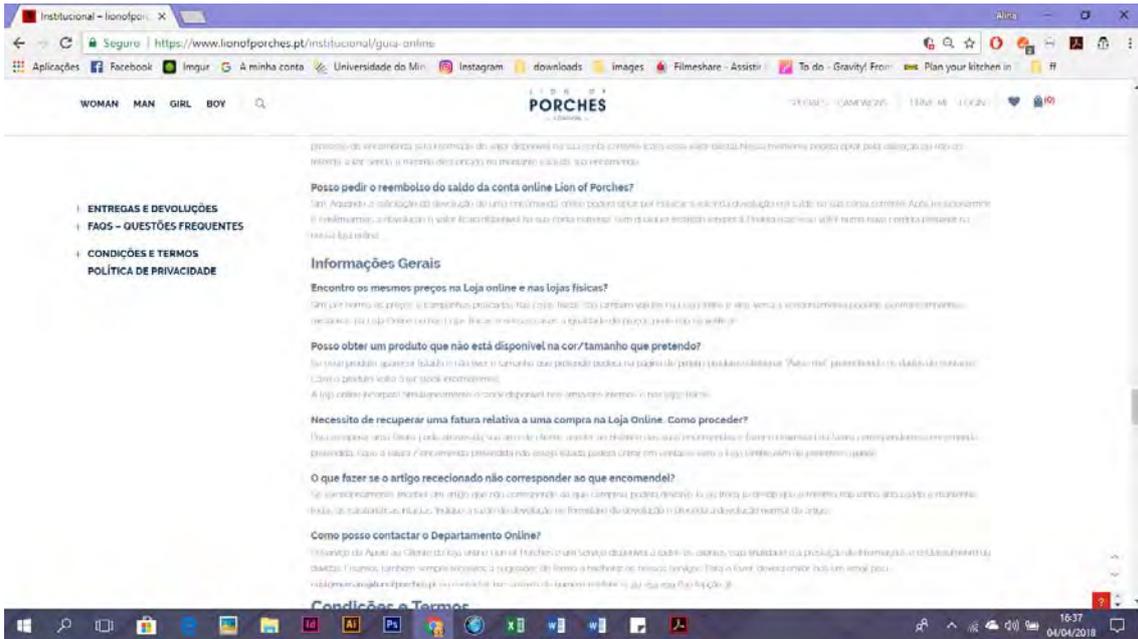
**Qual o procedimento para proceder à devolução /troca de produtos? (Portugal e Espanha)**

Após a aquisição de uma encomenda através do nosso website, o nosso número de telefone de atendimento ao cliente (910 610 000) ou através do nosso endereço de e-mail (loja@lionofporches.pt) poderá acompanhar o processo de envio da sua encomenda até ao destino final da sua preferência.

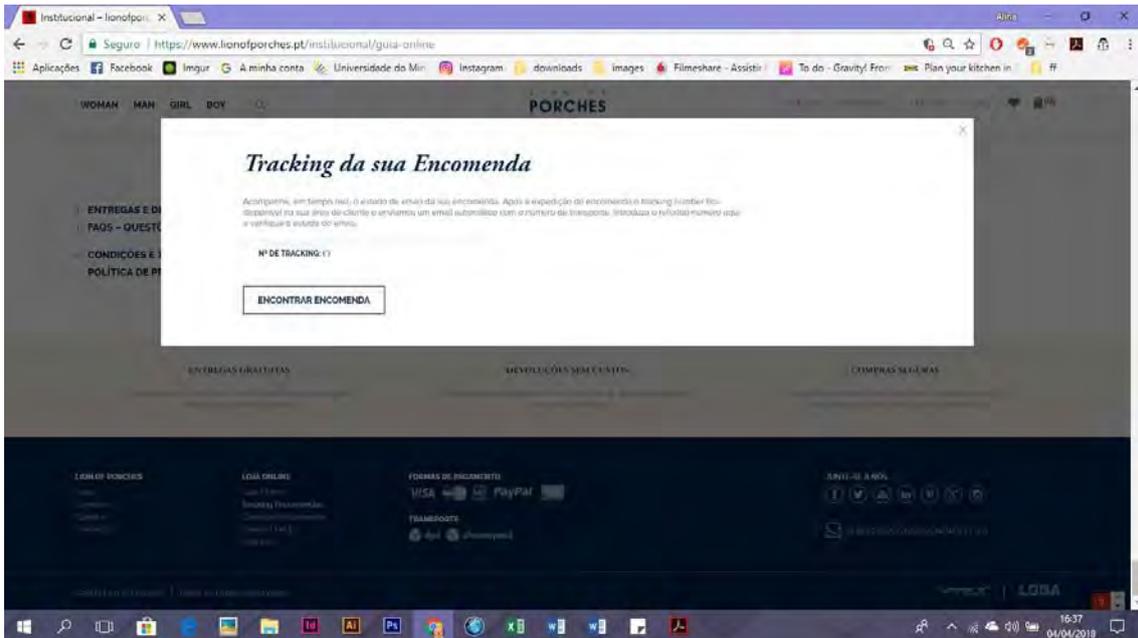
Endereço: www.lionofporches.pt/faq  
 E-mail: loja@lionofporches.pt  
 Website: www.lionofporches.pt







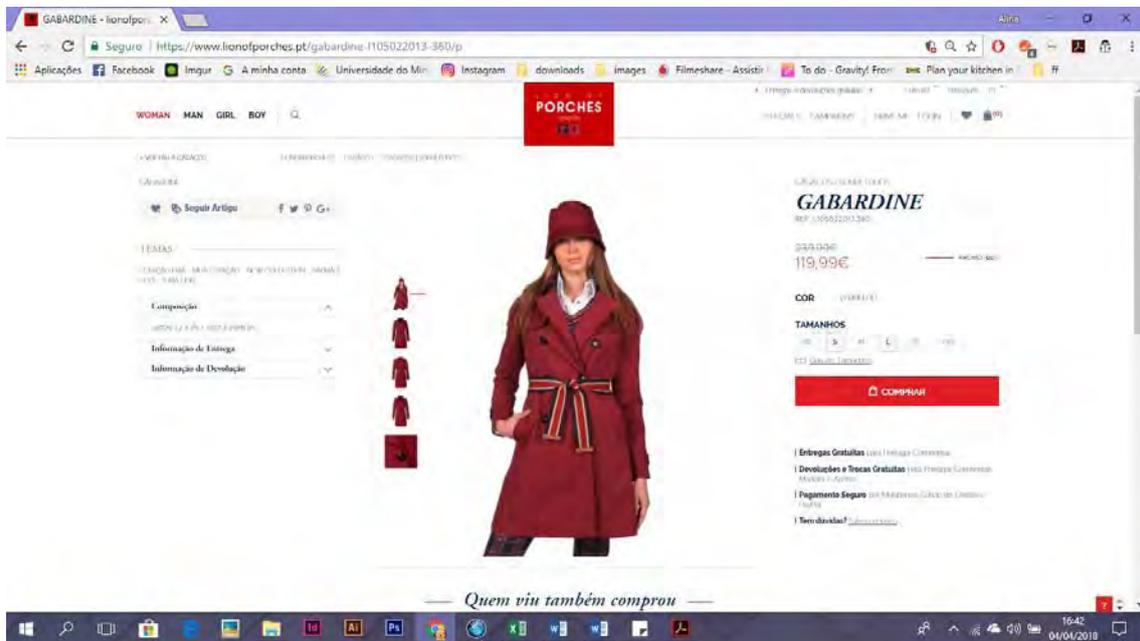
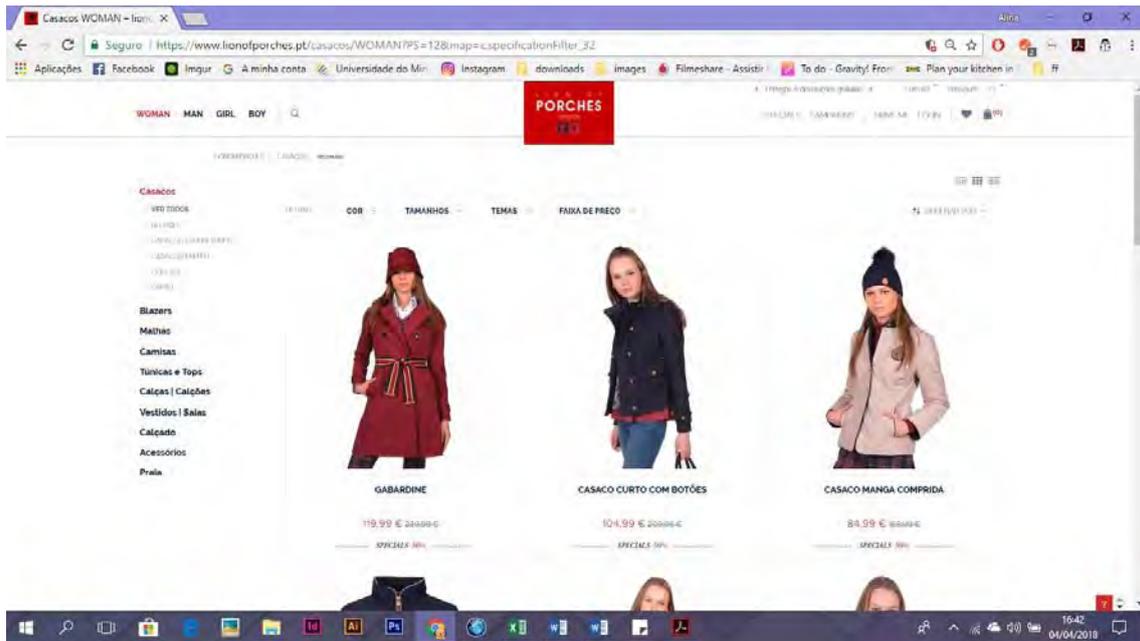
### 1.3.6- Tracking Encomendas



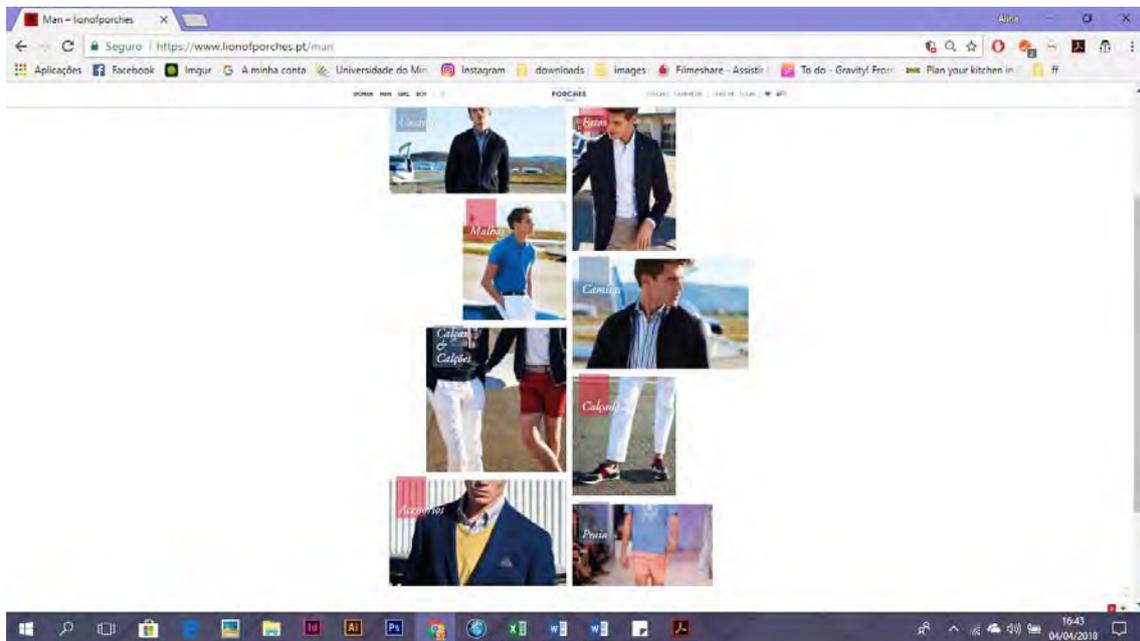
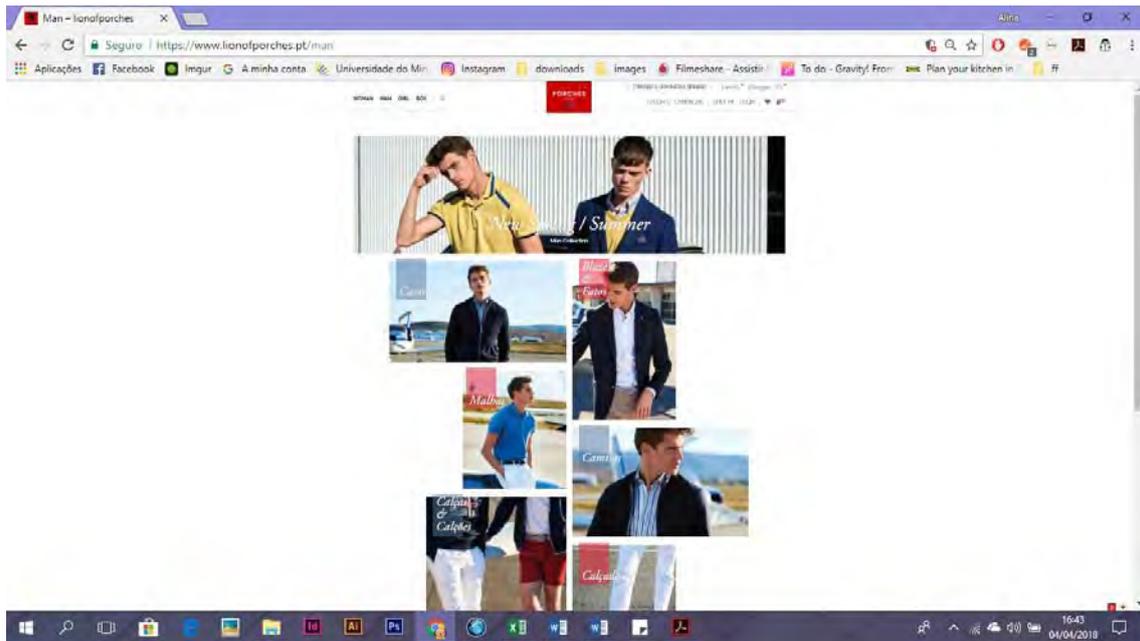
### 1.3.7- Cancelar Encomendas



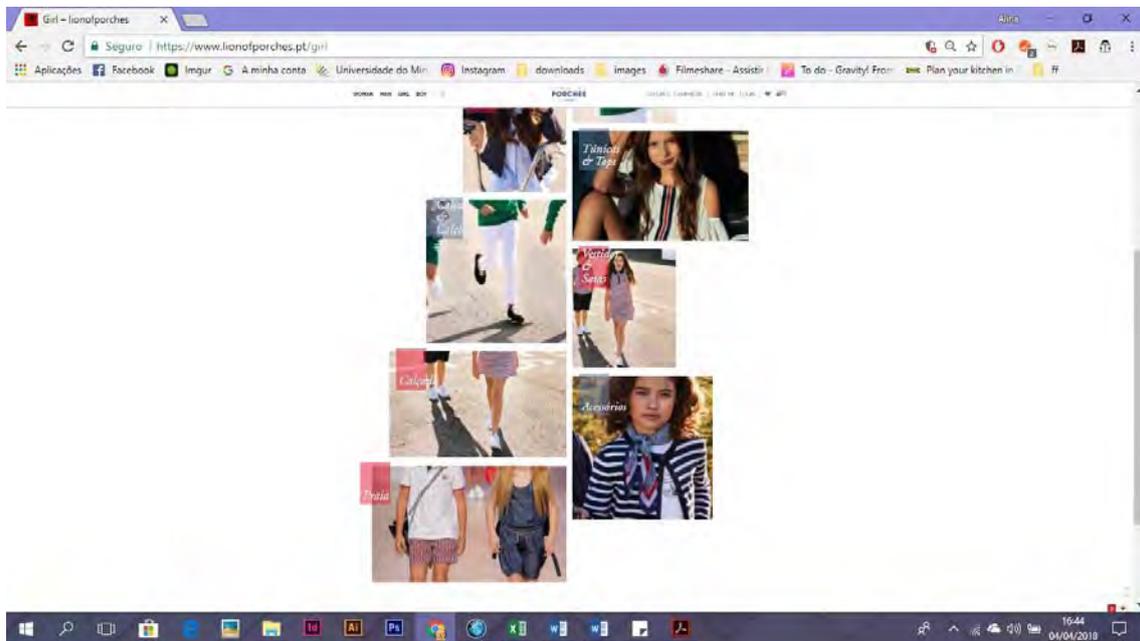
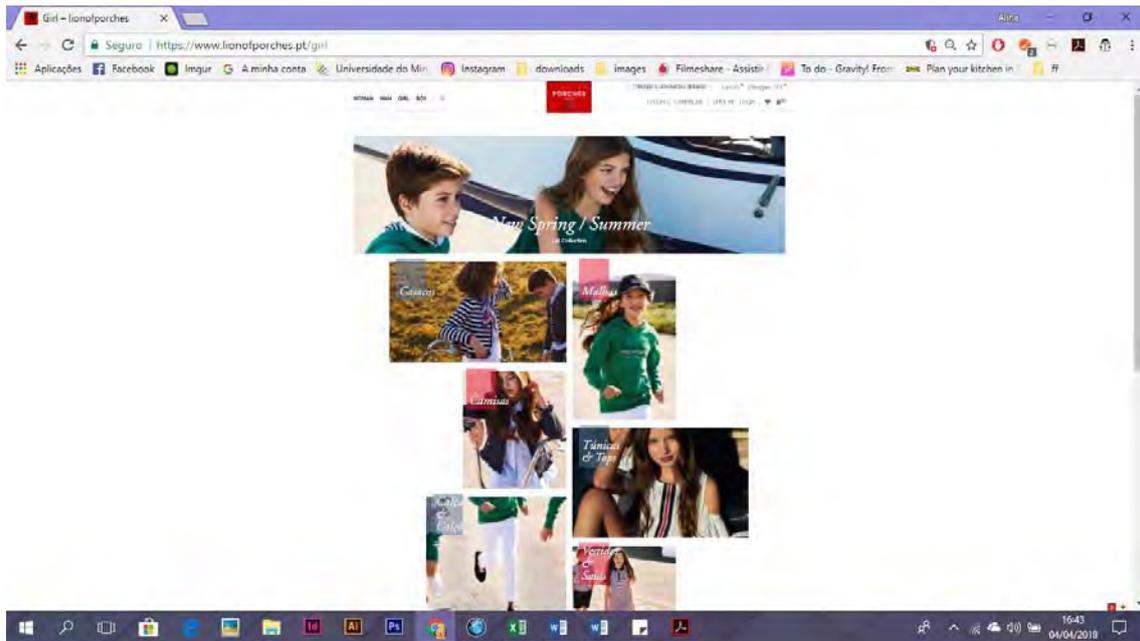




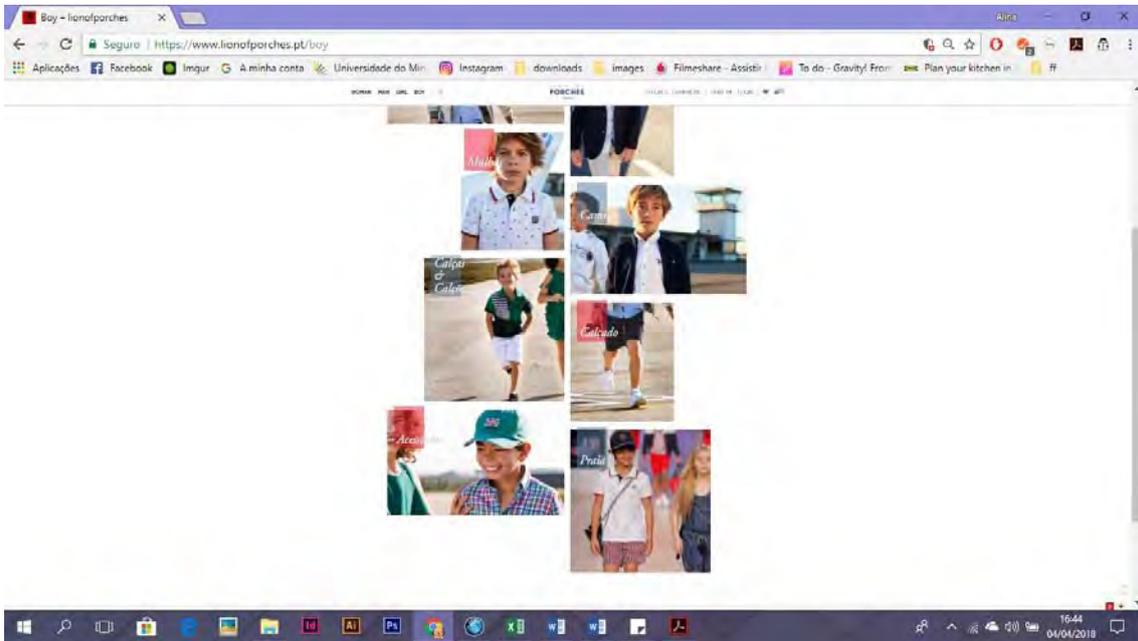
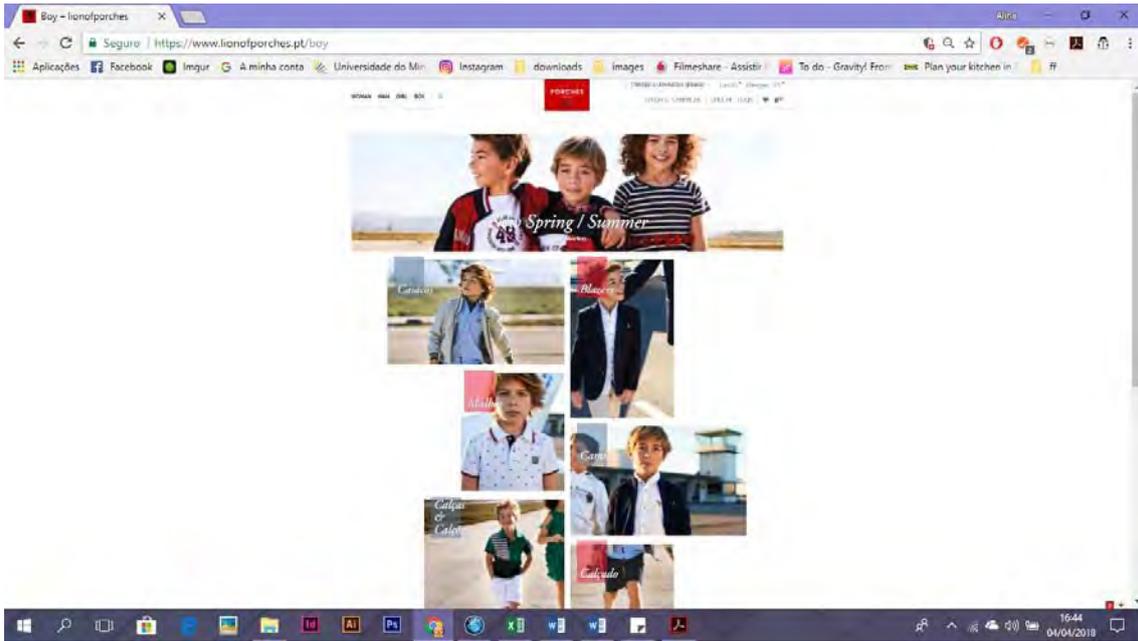
3- Sep. Man



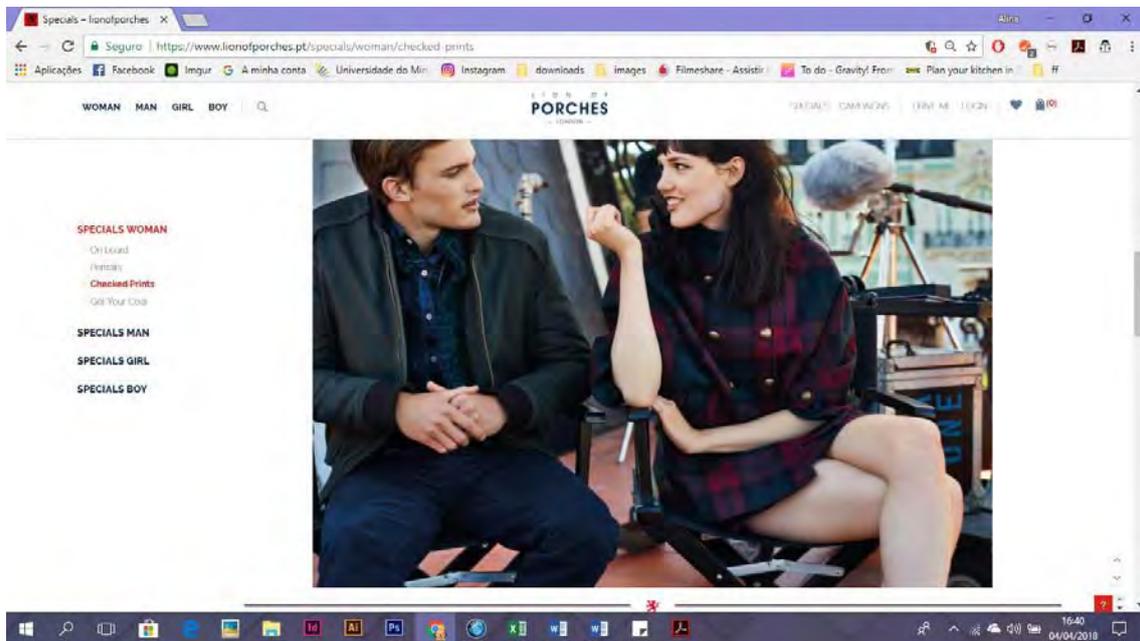
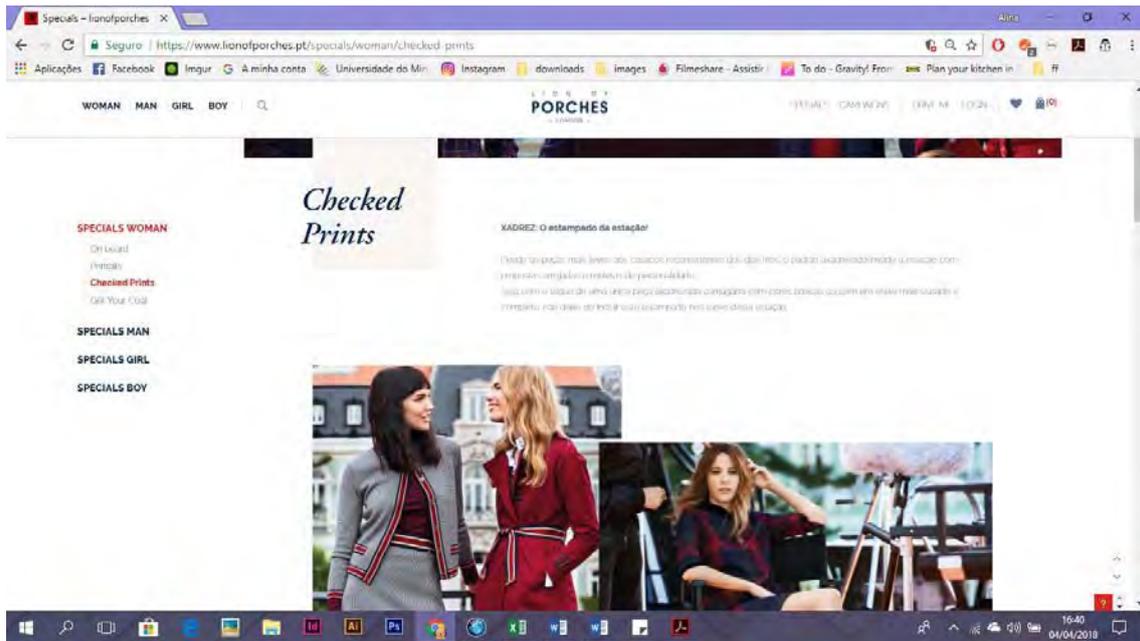
4- Sep. Girl

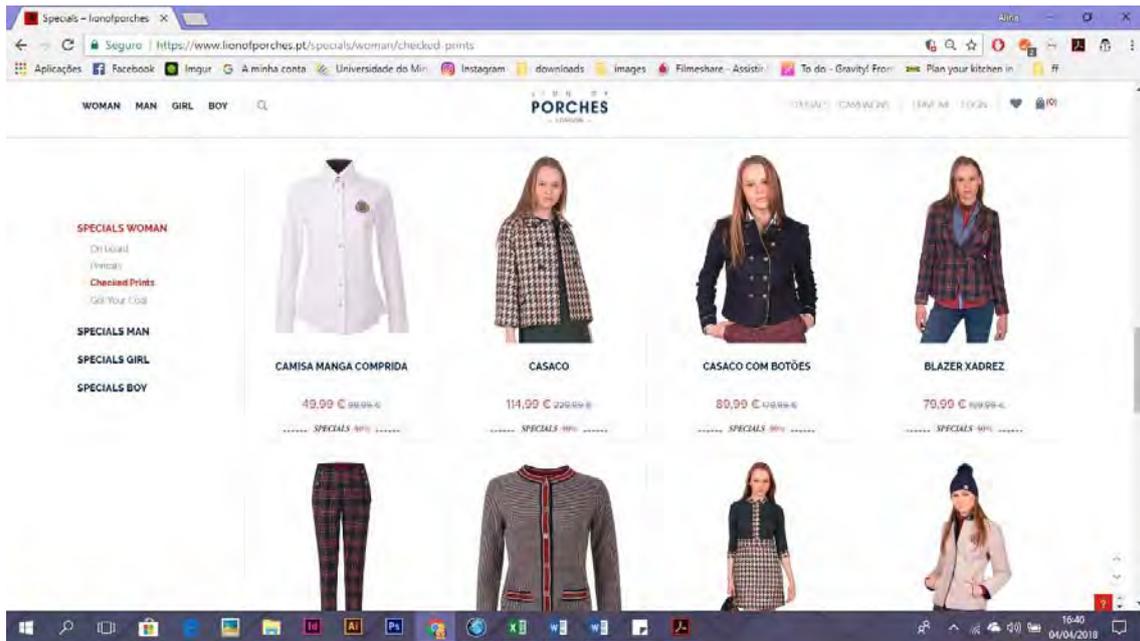


5- Sep. Boy



6-Sep. Specials





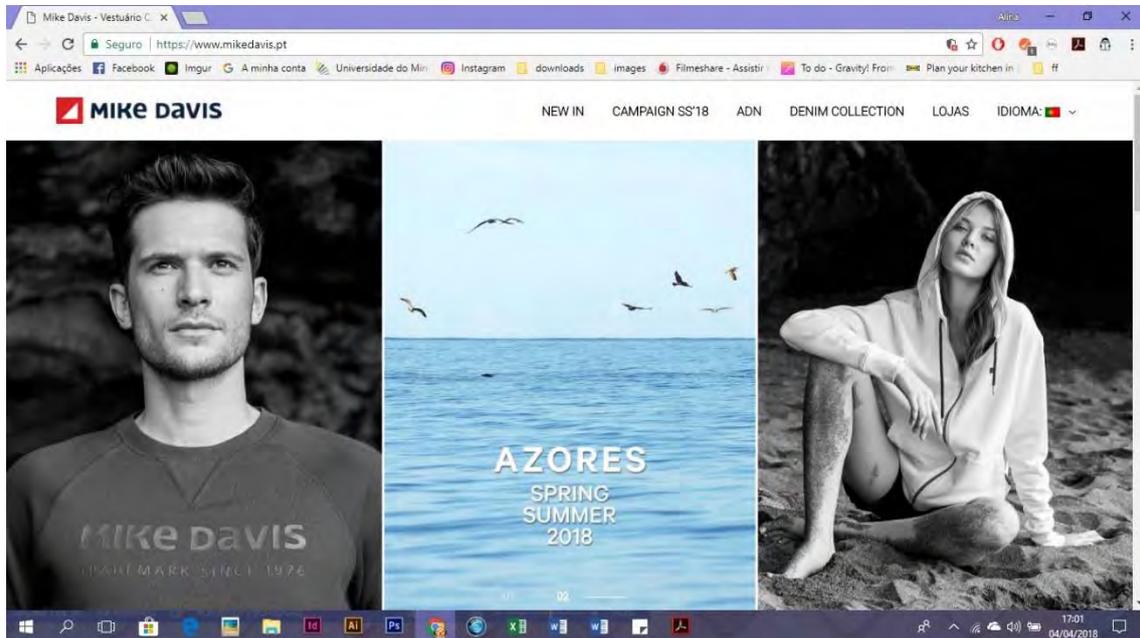
## 7-Sep. Campaigns



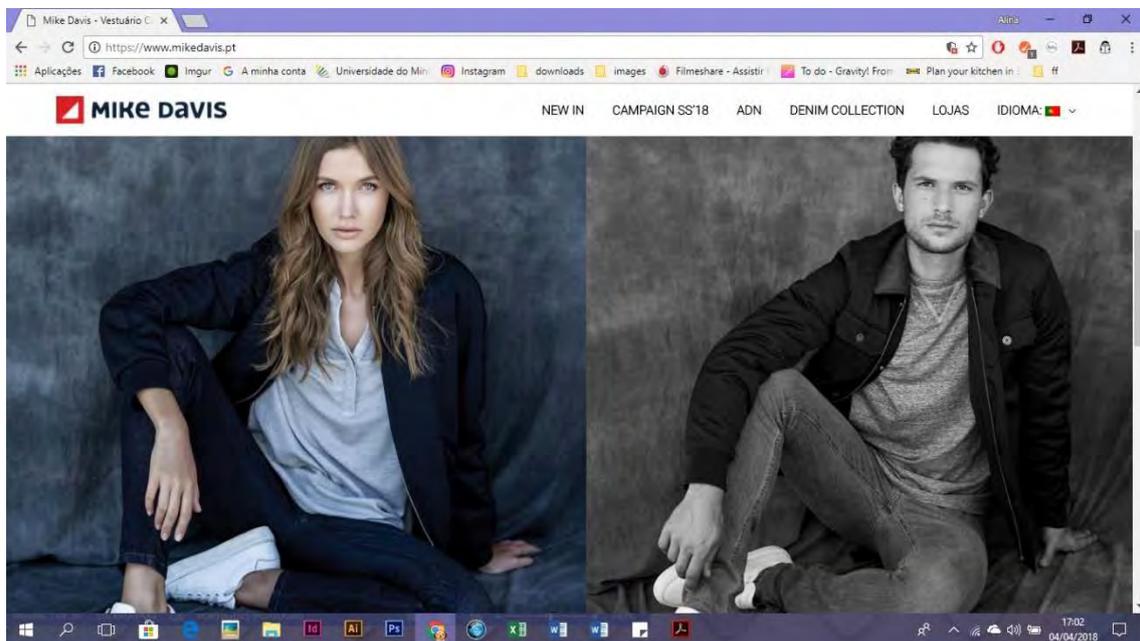
# MIKE DAVIS

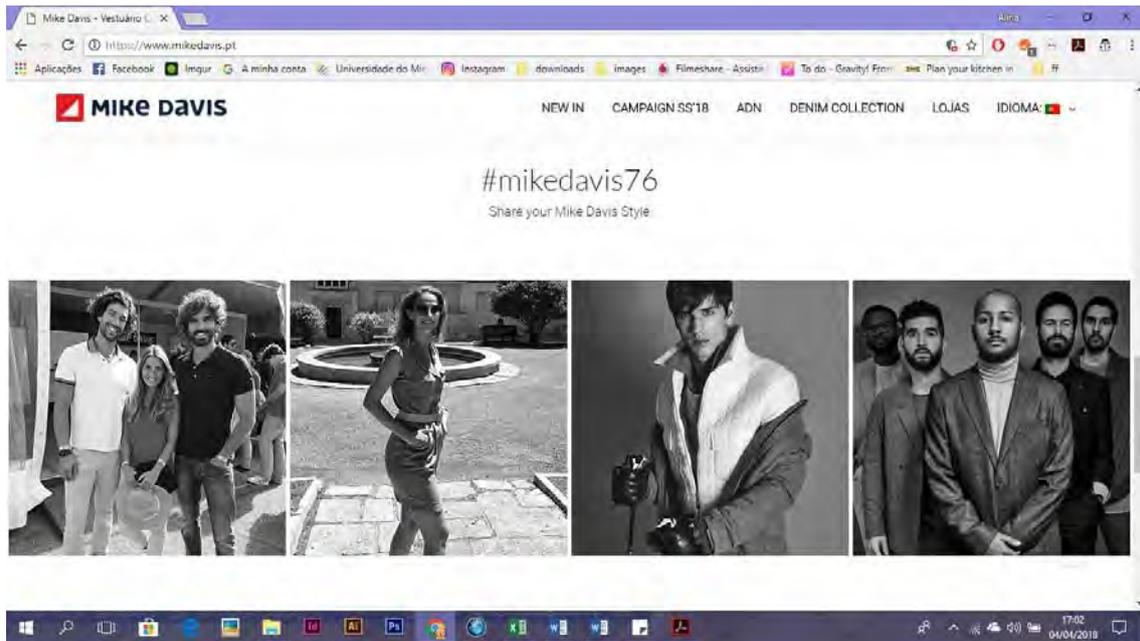
## 1-Página Inicial

### 1.1- Barra de Menu

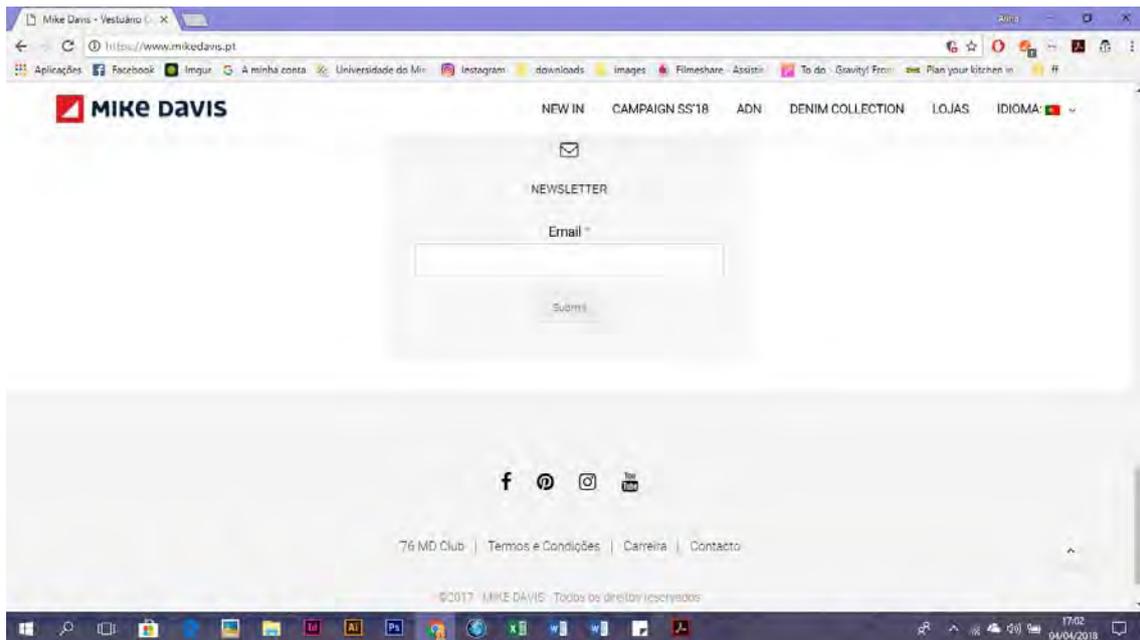


### 1.2- Corpo





### 1.3- Barra Final



#### 1.3.1- 76 MD Club

76 MD Club | Mike Davis

https://www.mikedavis.pt/76-md-club/

MIKE DAVIS

NEW IN CAMPAIGN SS'18 ADN DENIM COLLECTION LOJAS IDIOMA

### 76 MD CLUB

Para aderir ao cartão 76 MD CLUB, basta preencher o formulário de adesão abaixo, sendo o cartão posteriormente enviado para a morada indicada.

O cartão 76 MD CLUB dá-lhe inúmeras vantagens:

- Acumulação de pontos para trocas de vales de desconto.
- Informação privilegiada.
- Descontos de aniversário.
- Arranjos gratuitos\*



ACUMULAÇÃO DE PONTOS PARA TROCA DE VALES DE DESCONTO

Windows taskbar: 17:04 04/04/2018

76 MD Club | Mike Davis

https://www.mikedavis.pt/76-md-club/

MIKE DAVIS

NEW IN CAMPAIGN SS'18 ADN DENIM COLLECTION LOJAS IDIOMA

Poderá ganhar pontos, sempre que efectua compras numa loja física Mike Davis, apresentando o seu cartão 76 MD CLUB.

Por cada 1€ pago de compras efectuadas, acumula 1 ponto. A cada 200 pontos obtém um vale de desconto no valor de 10€.

Os vales não podem ser descontados em períodos de promoções ou saldos ou em datas previamente informadas.

Os vales de compra só podem ser utilizados pelo titular ou pelos seus beneficiários autorizados, sendo que é necessário também a apresentação do cartão 76 MD CLUB aquando da sua utilização.

Haverá períodos com duplicação de pontos, que serão previamente comunicados.

Os vales de desconto têm a validade de 6 meses após a sua emissão. Os vales de desconto de fidelidade não são acumuláveis com o desconto de aniversário.

Os vales de desconto não podem ser utilizados nas lojas Mike Davis | Outlet.

Os vales só poderão ser utilizados nos seguintes patamares de compras (excepto alterações previamente comunicadas):

- 1 Vale de Desconto de 10€ para compras de 50€ a 69,99€
- 2 Vales de Desconto de 10€ para compras de 70€ a 109,99€
- 3 Vales de Desconto de 10€ para compras superiores a 110€

Windows taskbar: 17:04 04/04/2018

**MIKE DAVIS** NEW IN CAMPAIGN SS'18 ADN DENIM COLLECTION LOJAS IDIOMA

**PROMOÇÕES E CAMPANHAS EXCLUSIVAS**

O cartão T6 MD CLUB permite ter promoções e campanhas exclusivas só para clientes fidelizados.

**INFORMAÇÕES PRIVILEGIADAS**

Receberá informações privilegiadas sobre campanhas e coleções.

**DESCONTOS DE ANIVERSÁRIO**

Os 15% de desconto aplicam-se nos 15 dias seguintes à data de aniversário.

Cada cliente só poderá usufruir do desconto 1 vez por ano.

**MIKE DAVIS** NEW IN CAMPAIGN SS'18 ADN DENIM COLLECTION LOJAS IDIOMA

O desconto deve ser aplicado no sub-total do ticket.

Não é acumulável com vales de fidelidade ou outros descontos especiais (ACP Revista Activa, etc. etc.)

É acumulável com outras campanhas ou promoções.

Não poderá ser utilizado em compras pagas com Gift Card.

Se um cliente fizer cartão no dia de aniversário poderá utilizar de imediato o desconto, mediante comprovativo da data (CC/Passaporte).

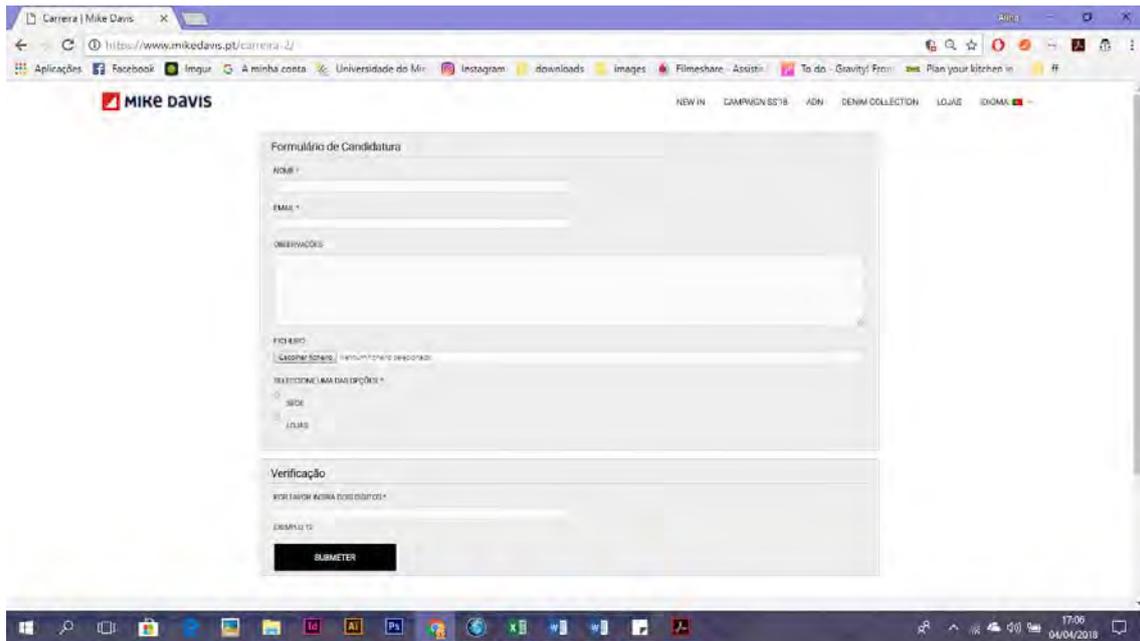
**ARRANJOS GRATUITOS\***

Arranjos gratuitos, excepto em períodos de promoções e/ou saldos ou em artigos já com preço promocional.

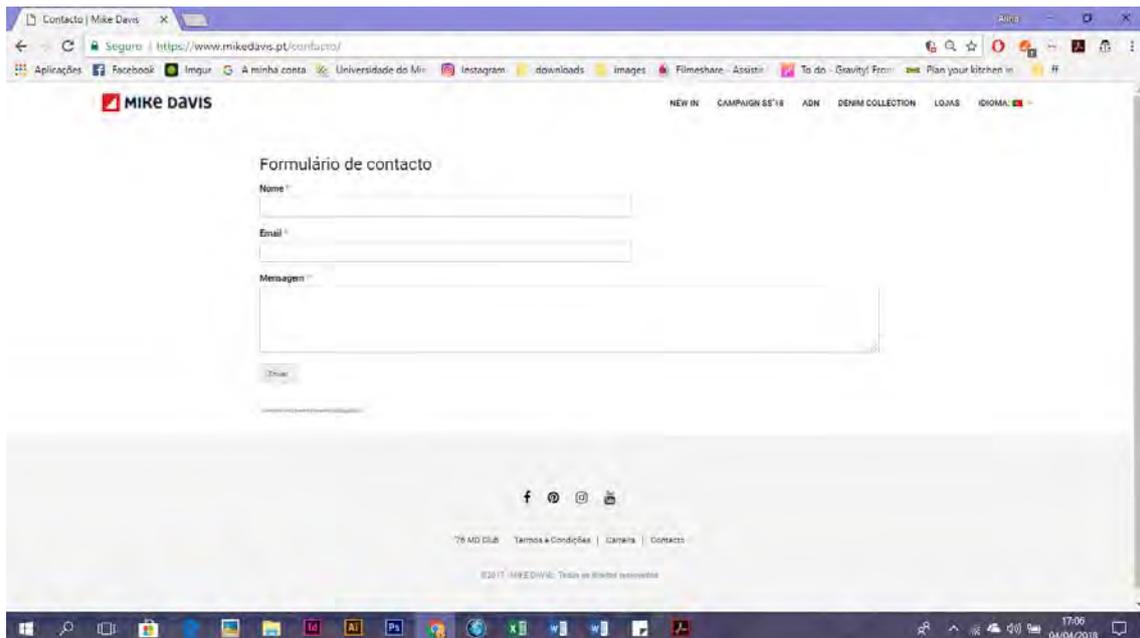
**FORMULÁRIO DE ADESAO**

Nome

### 1.3.2- Carreira



### 1.3.3- Contacto



2- Sep. New In