



www.fatelli.co.mz

Vestir o homem moçambicano com classe e bom gosto, ajudar a decidir os acessórios e a combinação de tons e, também deixar alguns botões de cima desapertados quando a situação requer à vontade é o propósito da Fatelli & Fatelli.



VALORES DA MARCA

"I have very simple taste. I only like the best". Fundada em 2001, a partir de uma forte determinação e de querer introduzir em Moçambique um conceito diferente de vestuário e acessórios para homem, a Fatelli & Fatelli foi suficientemente ousada para contrariar o cepticismo generalizado. E, assim, ao longo dos anos foi introduzindo marcas internacionais que trouxeram à cidade de Maputo um novo conceito de viver a moda.

Polana Shopping foi imediata e, a relação que se foi construindo com os clientes, transformou-se em amizade.

Atingido, com evidente sucesso, o primeiro objectivo, foram estruturados novos e ainda mais ambiciosos desafios. Hoje em dia, a marca tem um conceito de lifestyle e, tudo é pensado ao pormenor, desde o tamanho e cor da meia até à gravata apropriada a cada ocasião.

Foi assumido o compromisso de continuar a participar activamente neste processo, aumentando e melhorando cada vez mais os níveis de qualidade da oferta.

Os homens de Moçambique já não precisam de se preocupar em saber qual a roupa que devem vestir para diferentes ocasiões, pois a Fatelli & Fatelli faz um aconselhamento privado e adaptado para que todos se sintam únicos.

A capital moçambicana é hoje mais cosmopolita e o modo de vestir masculino foi-se alterando, está mais moderno e sofisticado e, a Fatelli & Fatelli, acredita que muito contribuiu para esse movimento de transformação e renovação.

No início, era só o fato de homem que tinha características especiais e era feito à medida por especialistas italianos, que ao mesmo tempo, traziam os mais nobres tecidos adaptados ao clima moçambicano. Desde logo, a aceitação por parte de todos quantos visitaram a loja situada no piso 3 do

2001

Abre no Polana Shopping Center a primeira loja Fatelli & Fatelli.

2003

A marca ganha a representação da Montblanc.

2004

A Fatelli & Fatelli torna-se representante da marca Lacoste.

2006

É inaugurada a Montblanc Store.

2007

A Fatelli&Fatelli abre a primeira loja Lacoste.

2008

É lançado o cartão de crédito "private label" Fatelli & Fatelli - Millennium Bim.

2009

É inaugurada a Fatelli & Fatelli II com marcas tais como Gant, Henry Cotton's, Façonnable e Fratelli Rossetti, ao mesmo tempo inicia-se o comércio da marca Ermenegildo Zegna.

2010

Ampliação e remodelação da loja Fatelli & Fatelli.

2011

Abertura das lojas Fatelli Júnior e Fatelli Space.

2015

Remodelação da Fatelli Space, abertura da Fatelli Life Style e Fatelli Gentleman's Club.

MERCADO

No universo do pronto-a-vestir para homem, a Fatelli & Fatelli adquiriu um posicionamento ímpar, os conceitos que vão desde o clássico ao desportivo trouxeram para a marca um saudável relacionamento com todos os clientes.

Ao mesmo tempo a marca soube posicionar-se no universo do fato feito à medida, já que com alguma periodicidade alfaiates italianos se deslocam à loja para tirar as medidas aos clientes, ao mesmo tempo que aconselham tecidos e padrões. A marca e todo o seu universo é um conceito único no país. Hoje ultrapassadas as dificuldades inerentes ao empreendedorismo e inovação, os representantes Moeze e Riaze dizem que valeu a pena.

PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

Uma das lojas vai ser transformada num conceito único e nunca visto em Moçambique, trata-se de um espaço onde os clientes podem encontrar novos produtos que vão desde CDs de música até flores. Podem também escolher vinhos ou simplesmente fazer uma pausa para ler um livro, tudo num ambiente calmo e tranquilo.

Neste local vão também ocorrer concertos intimistas de conceituados artistas nacionais e internacionais e, também pode acontecer um jantar para quem goste de celebrar a gastronomia internacional. Os fins de tarde para networking também não foram esquecidos, para que os clientes possam confraternizar e trocar experiências profissionais. Tudo num só local e à medida de cada um.

COMUNICAÇÃO

A estratégia de comunicação foi desde sempre pensada no benefício ao cliente. As montras da loja são pensadas para mostrar a imagem e a mensagem que a Fatelli & Fatelli quer dar aos seus clientes. Elas são o elemento atractivo e fornecem informação acerca das últimas tendências da moda, acessórios e bijuteria.



FACTOS QUE SE DESCONHECE



A Fatelli & Fatelli é representante, em Moçambique, das marcas a seguir: Boglioli, Corneliani, Gant, Henry Cotton's, Lacoste, PT01 (pantaloni torino), Carmina Shoemaker, Santoni, Mont Blanc e Dupont.

