

Lei & Lui

Moda e tendenze

ELISABETTA FRANCHI

«Il mio stile city-sexy è un inno alla femminilità»

di EVA DESIDERIO

ELISABETTA FRANCHI è molto orgogliosa di essere riuscita «ad accontentare le donne» con la sua moda sexy e carezzevole. E anche molto soddisfatta dei risultati davvero straordinari ottenuti in venti anni di lavoro, da quando lasciato il liceo a Bologna si è buttata anima e corpo nello stile, cominciando dal 'pronto' e poi su verso un'eleganza sempre più moderna e consapevole. Oggi nella bella fabbrica fuori città, tra lampi di cristallo che si aprono su una campagna verdissima e rigogliosa a Quarto Inferiore di Granarolo Emilia (Bo), questa giovane donna coraggiosa e grintosa lavora tutto il giorno e lotta per continuare a crescere con il ritmo considerevole degli ultimi anni.

Elisabetta, negli ultimi quattro anni la sua azienda e il valore del marchio sono molto cresciuti. Qual è il segreto del suo successo?

«Credo la tenacia e lo straordinario attivismo organizzativo di ogni nostro settore. Non siamo più prontisti ma abbiamo conservato l'attenzione costante al prodotto e la velocità di essere sul mercato. Per questo monitoriamo la vendita nei negozi e le clienti ci spronano con le loro richieste sempre più mirate. Fino a poco tempo fa ho lavorato con mio marito, Sabatino Cennamo, che purtroppo è mancato troppo presto. Ora mi affiancano le sue figlie più grandi».

Come è nato il marchio e perché si chiama Celyn b.?

«Io sono una fan di Celine Dion e b. sta per il diminutivo con cui tutti mi chiamano, Betta».

Ma adesso siamo a una svolta...

«Sì, adesso voglio lanciare il mio nome, firmando in prima persona le collezioni. E l'etichetta cambierà piano piano e diventerà Elisabetta Franchi. Insomma voglio metterci la faccia e l'autografo per avere un rapporto più chiaro e diretto con le mie clienti. Trovo che usare solo il marchio sia spersonalizzante mentre il mio stile è l'esatto contrario: il trionfo di una femminilità a mia immagine e somiglianza».

Lei tiene molto al made in Italy?

«Moltissimo. Le nostre collezioni sono prodotte al 95% in Italia, il 5% che resta sta tutto nei ricami indiani che sono irrinunciabili per tradizione e qualità. Con me in azienda lavorano 100 persone ma con l'indotto arriviamo a 1.000, destinati ad aumentare con lo sviluppo degli accessori che stanno andando molto bene, specie scarpe e borse».

Lei come vive la moda?

«Col cuore! Non seguo le tendenze perché credo nel valore della femminilità e nelle collezioni che donano, che regalano bellezza alle donne. Per questo quando penso a un abito immagino la donna che lo indosserà per piacere prima di tutto a se stessa e poi al suo uomo. Il mio stile è city-sexy, tagliato, slim, con bustier che sono la mia passione, giacche brevi e pantaloni asciutti. In un momento di grande confusione come l'attuale penso che si debbano lanciare messaggi precisi, rassicuranti. E se a qualcuno non piace la mia moda, pazienza! Si rivolga pure altrove...».

Parliamo di prezzi.

«Io cerco di mantenerli, controllo il ricarico. La gente non è stupida, capisce la differenza, vuole il made in Italy e lo cerca nei negozi come i nostri. E poi voglio bene alle clienti, le voglio coccolare, la moda deve essere una gioia e l'età media del mio pubblico si attesta sui 30 anni».

Gli accessori stanno andando bene?

«Siamo fortissimi nelle calzature. Scherzando dico sempre che facciamo le scarpe a chi fa le scarpe. E io vado pazza per le calzature, tutte. Abbiamo cominciato quasi per scherzo, ora questa è una grossa realtà commerciale».

CHI E'

ELISABETTA FRANCHI, stilista - imprenditrice, presidente e ad del marchio 'Elisabetta Franchi Celyn b.' da lei stessa fondato, è nata a Bologna 40 anni fa e ha una bambina che si chiama Ginevra. E' a capo di un'azienda moderna come la Betty Blue SpA, 6mila metri per tre piani, 108 dipendenti diretti, fondata nel 1998 e che oggi è una delle realtà più energiche dell'innovativo 'post-à-porter', sintesi tra qualità creativa e fast fashion. Nel 2009 sono stati prodotti 850mila capi, utilizzando un milione di metri di tessuto, altrettanta fodera e 12 milioni di accessori.

Ancora non le è venuta voglia di sfilare?

«Al momento no, non ho voglia di portare le mie collezioni in passerella, forse perché sono un po' in affanno e per me vuol dire lavorare ancora con due mesi di anticipo. Ma forse nel futuro ci arriveremo. Di certo non partecipo alle fiere perché sono contraria, io non mi devo vendere, non mi devo far conoscere».

Molti suoi competitors puntano sulle vendite on line. E voi?

«Sì, c'è richiesta dell'e-commerce. Intanto sul sito abbiamo 3.500 visitatori al giorno».

Ci racconta un po' di numeri dell'azienda?

GLAMOUR
Elisabetta Franchi e, sullo sfondo, la sua azienda. A destra alcune creazioni Celyn b.: l'abito Passepartout, la scarpa di rete e, sopra, la t-shirt 'Love Dogs'. Sotto, una modella



«Il mondo Elisabetta Franchi è distribuito in 800 plurimarca e 57 store monomarca: 29 in Italia e 28 all'estero. L'ultimo è stato inaugurato a Dubai, nel Burjuman Mall. L'Italia assorbe il 70% della produzione, il restante 30% è importato sui mercati europei ed extraeuropei. Le proiezioni di fatturato per il 2010 puntano a 80 milioni di euro».

Lei ama molto i cani?

«Moltissimo. Tanto che sabato prossimo 5 giugno a Milano Marittima nella mia boutique verrà venduta in anteprima la special edition di t-shirt col diktat Love Dogs-Don't Forget It e il ricavato sarà tutto devoluto al 100% alle associazioni cinofile».

VENERDI

VIAGGI e WEEKEND
L'Italia da scoprire in camper

SABATO

MOTORI e NAUTICA
Test nuova Giulietta Renault Megane cabrio

DOMENICA

IL CAFFÈ della DOMENICA
Dischi, libri e cinema: le classifiche

LUNEDI

IN CUCINA
Golosaria, Mantova capitale dei gourmet

MARTEDI

MEDICINA e BENESSERE
Come essere in forma in vista dell'estate

MERCOLEDI

FAMIGLIA SPA
Conti tracciabili, cosa cambia per tutti Lo Sportello