

ELISABETTA FRANCHI IN BORSA PER BALLARE SUI MERCATI GLOBALI

«Voglio trasmettere il messaggio imprenditoriale di una donna che aveva sogno e talento e che lo ho perseguito con passione e tanta dedizione»

«Sono una stilista ma so anche far quadrare i numeri». Il primo banco al mercato, i profitti e il successo sui social. L'alleanza con Borletti

di **Maria Silvia Sacchi**

L'ultima sfilata, presentata all'ultima settimana della moda milanese, è stata un invito al viaggio, nella modalità che è tra le sue preferite: la crociera. Concluso, però, il lavoro destinato alla passerella e alla collezione primavera/estate 2020, ora Elisabetta Franchi è al lavoro su un viaggio più impegnativo: quello che la porterà a Piazza Affari.

«Il boss che balla sui social, come qualcuno mi definisce — dice —. Una descrizione che mi fa sorridere e mi onora perché ho rotto quella chiave di comunicazione per la quale l'imprenditore deve essere sempre serio e incavolato».

Franchi, infatti, da tempo ha deciso di condividere la propria vita sui social, dove ha 1,5 milioni di follower. Alla sfilata c'era un'autentica ressa e in prima fila un altro protagonista della Rete come Gianluca Vacchi.

Ma il successo dell'imprenditrice non deriva dai social. La sua è una storia che parte da lontano (ha appena festeggiato i primi 20 anni, anche con un documentario prodotto da Endemol, «Essere Elisabetta») e che da tempo mette in evidenza la sua società per la forte redditività: nel 2018 il Roe (uno dei

principali indici di redditività di un'azienda) ha sfiorato il 30% (29,3%), su un fatturato di 116 milioni di euro. Per il 2019 i ricavi sono previsti a 123 milioni. «Sono la stilista dell'azienda, ma poi mi siedo dall'altra parte della scrivania e guardo i numeri. So che 2+2 deve fare 4. A volte anche 5 a mio vantaggio».

Percorsi

Il primo passo verso il mercato sarà l'Aim, con l'obiettivo di fare presto il salto di classe e arrivare allo Star. A sostenere l'imprenditrice bolognese sarà Maurizio Borletti attraverso Spactiv. A breve uscirà la nota informativa e partiranno gli incontri con mercato e analisti, poi sarà la volta dell'assemblea di Spactiv e, se il progetto sarà approvato, si entrerà nel vivo: Betty Blue si fonderà in Spactiv, per dare vita a una nuova realtà che prenderà direttamente il nome Elisabetta Franchi e sarà collocata in Borsa. La fondatrice continuerà ad avere la maggioranza del capitale e, dunque, anche la maggioranza del nuovo consiglio che si andrà a nominare. Nel board entreranno rappresentanti di Spactiv, il veicolo finanziario (è una spac, il cui titolo è attualmente sospeso in attesa che tutta l'operazione di perfezioni) promosso insieme a Paolo De Spirt (un passato in Ferragamo e Ungaro, prima di unirsi a Borletti) e Gabriele Bavagnoli (proveniente da Idea Capital e McKinsey). Nell'assemblea di Betty Blue del 21 maggio Franchi è stata nominata amministratrice unica di Betty Blue. L'ex amministratore delegato Eugenio Manghi è andato a guidare Zanotti.

Perché la Borsa? «Perché è coerente con il mio percorso che è sempre stato quello di trasmettere il messaggio imprenditoriale di una donna che aveva sogno e talento e che lo ho perseguito con passione e tanta

dedizione. Questo lavoro non è facile, nessun lavoro lo è. E non è facile essere imprenditori, si è soli a prendere decisioni. Ma non sempre è bello prendere decisioni guardandosi allo specchio. A me piace discutere, anche avere delle opinioni contrastanti, ben venga, ne nasce sempre qualcosa di positivo. Per questo ho voluto dei partner. Già nel 2013 avevo fatto entrare un piccolo fondo di private equity, che poi ho liquidato nel 2017 riprendendo tutte le quote. Adesso Borletti e il suo team mi sono sembrati il partner perfetto. Un abito cucito addosso».

Quando parla Franchi sottolinea il suo essere donna in un ambiente ancora molto maschile. «Siamo ancora poche soprattutto dietro la scrivania di chi comanda. Il perché non lo so. Sicuramente c'è una società vecchia che dobbiamo lasciarci alle spalle. Ma sta venendo fuori». Quanto ai sogni, vanno perseguiti sì, ma a patto che ci sia talento, «altrimenti — dice l'imprenditrice — si disintegrano». Lei è partita da un banco al mercato dove vendeva intimo. Sole o pioggia era sempre là.

Cassa

«Betty Blue ha una forte generazione di cassa, non ha bisogno di capitale — dice Maurizio Borletti —. Ma ha potenzialità di crescita davvero importanti. Come molte altre aziende è nata con il modello wholesale (la distribuzione all'ingrosso che avviene tramite negozi indipendenti, ndr) e piano piano sta sviluppando una propria rete di negozi e l'e-commerce. Con la quotazione sarà possibile fare gli investimenti necessari e accelerare la crescita. Elisabetta Franchi è un brand con una vocazione globale e la Borsa pone le basi per essere una azienda internazionale». Nessuno dei due indica obiettivi (e numeri conseguenti) precisi, che saranno oggetto della nota informativa.

Attualmente (bilancio 2018) il 62% delle vendite sono in Italia, il 19,4% nei paesi Ue e la parte restante negli altri Paesi. I ricavi 2018 sono aumentati del 6% «grazie principalmente alla crescita dei canali retail ed e-commerce e al consolidamento dei mercati wholesale, sia in Italia che all'estero». Lo scorso anno non sono stati aperti nuovi negozi diretti, avendo la società preferito concentrarsi «nella crescita della rete esistente ponendo particolare attenzione alla crescita dei punti vendita aperti durante l'esercizio precedente particolarmente importanti anche per il posizionamento del marchio e che per il 2018 hanno portato risultati per l'intero anno (Parigi, Napoli, Bologna, Orio al Serio)». Il retail è cresciuto, dunque, del 36,1%, mentre il wholesale ha avuto un calo dell'1,4%. Quanto all'e-commerce l'aumento è stato dell'85,1% (2,8 milioni di euro) grazie all'internazionale e all'avviamento di una nuova piattaforma.

«Ho la grande fortuna di giocare la partita in un campo con pochi altri giocatori, quello che chiamo lusso accessibile e che io chiamo lusso possibile — dice Franchi —. Sono in una categoria dove sopra ho i grandi gruppi del lusso e io sono sotto con percepito molto vicino al lusso ma con un target di prezzo di lusso possibile. Un mercato ancora molto vergine dove possiamo giocarcela molto bene».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Imprenditrice

Elisabetta Franchi, stilista e capoazienda. La società è stata fondata nel 1998

I numeri

29,3%

la redditività

Il Roe 2018 di Betty Blue, la società che produce e distribuisce Franchi

1,5

milioni di follower

Elisabetta Franchi è molto attiva sui social. Ma il suo successo ha origini più antiche



In passerella

Uno dei modelli Elisabetta Franchi per la primavera/estate 2020, presentati a Milano e ispirati ai viaggi in crociera