



ELISABETTA FRANCHI

ELISABETTA FRANCHI



Una donna che si emoziona e sa emozionare. Perché la sua vita stessa è un'emozione. Vissuta pienamente senza risparmiarsi, con un solo obiettivo: realizzare i sogni di una bambina che nella moda ha sempre visto il suo mondo e la sua essenza più vera. Un desiderio che è diventato realtà.

È la storia di Elisabetta Franchi, anima del brand omonimo, che è riuscita a conquistare l'universo femminile grazie al suo stile e alla sua creatività: un successo frutto di una grande passione, di uno scrupoloso studio del prodotto, di un'assoluta dedizione al lavoro e di una buona dose di concretezza. Un percorso che ha origine a Bologna, città in cui Elisabetta nasce nel **1968**, quarta di cinque figli di una famiglia bolognese di umile estrazione, guidata da una madre forte che tra mille sacrifici cresce da sola i bambini: anni dopo Elisabetta ricorda come proprio l'assenza di un padre e le difficoltà, la passione e la determinazione di una rivale l'abbiano portata a seguire il suo sogno con caparbia, senza arrendersi di fronte alle difficoltà della vita. Compagna di gioco e di evasione, la sua unica bambola, che oggi rinasce con la Betty Doll: la stessa che le ha regalato il sogno di poter vestire tutte le donne del mondo.

Studia con grande sacrificio all'Istituto Aldrovandi Rubbiani di Bologna e il suo ingresso nel mondo della moda ha origine proprio lì, mentre si mantiene con lavori saltuari, come la commessa, professione che le insegna a prestare attenzione al gusto delle consumatrici e ad ascoltare le loro esigenze. Un insegnamento fondamentale che non dimenticherà e che sarà la base del suo futuro successo professionale.

Nel **1996** la designer apre un piccolo atelier, dove comincia a dare forma alle sue idee e a realizzare i primi capi, seguendo il suo istinto, con appena 5 collaboratori (oggi sono circa 300).



ELISABETTA FRANCHI

Nel **1998** nasce la Betty Blue S.p.a. che produce la collezione CELYN b, un nome che rievoca l'eleganza dello stile parigino e in cui la lettera "b" sta per "Betta", diminutivo della designer.

Nel **2006** la designer acquista una vecchia ditta farmaceutica dismessa che, nel **2008**, dopo due anni di progettazione e ristrutturazione, diventa l'headquarter della Maison: oltre **6.000 metri quadrati** di bellezza moderna e funzionale, stile Miami, immersa nella campagna bolognese. Il restyling, nel pieno rispetto dell'architettura eco-sostenibile, ha restituito nuovo splendore al building esprimendo pienamente la passione che Elisabetta Franchi ha sempre coltivato, accanto alla moda, proprio per l'architettura e il design.

Dal **2012** la designer sceglie di firmare con il proprio nome le sue creazioni, dando vita all'omonimo marchio, ELISABETTA FRANCHI.

Nel **2013** è Milano la location scelta per l'apertura del suo primo showroom direzionale, in Via Tortona 9, un'intera palazzina di 950 mq, sviluppata su 6 livelli.

Artefice di un perfetto prêt-à-porter Made in Italy che deve il suo grande successo allo stile e alla particolare strategia produttiva fatta di qualità, eccellenza e cura dei particolari: così, in poco più di un decennio, il brand Elisabetta Franchi ha raggiunto oltre **100 milioni di euro** di ricavi nel 2017, forte di una distribuzione capillare in tutto il mondo, con oltre **1.100** multimarca e **80** Boutique monomarca, dislocate nelle città più importanti del mondo: Parigi, Milano, Madrid, Mosca, Hong Kong, Dubai, solo per menzionarne alcune.

A conferma del posizionamento raggiunto sul mercato, la designer sceglie di sfilare in passerella durante Milan Fashion Week a partire dalla collezione **Spring-Summer 2015**, evento che attribuisce ancora più immagine e notorietà al marchio.

La forte ascesa sul fronte internazionale ha permesso al brand di costruire una rete PR con oltre **11 uffici stampa** in tutto il mondo creando una vera e propria strategia di marketing e comunicazione, rafforzando non solo la conoscenza del prodotto ma anche la storia del Brand e della designer nelle principali testate internazionali.

L'evoluzione stilistica del brand e la sempre attenta cura nei dettagli, la portano a diventare una tra le firme più richieste dallo Star System, vestendo celebrities internazionali del calibro di **Angelina Jolie, Kate Hudson, Jessica Alba, Emily Blunt, Jennifer Lopez, Lady Gaga, Kendall Jenner, Dita Von Teese, Kourtney Kardashian**, per citarne alcune.

Schierata sul fronte animalista, Elisabetta Franchi si è sempre impegnata per conciliare la propria passione alla mission aziendale. Inizia così nel **2012**, con il lancio della Fall Winter 2012-14, la collaborazione con **LAV**: aderendo al **Fur Free Retail Program**, Betty Blue elimina definitivamente la pelliccia animale dalla produzione. Un impegno che prosegue con l'eliminazione della piuma d'oca e della lana d'angora, bandite nel **2014**, e con



ELISABETTA FRANCHI

L'adesione al programma Animal Free, promosso da LAV con il lancio delle collezioni FW15-16. L'amore per i cani ha portato la designer a sperimentare, inoltre, un programma di dog hospitality per i suoi dipendenti, i quali hanno la possibilità di portare i loro amici a quattro zampe in azienda.

Nel **2013**, entra nel Capitale Betty Blue Spa il fondo di investimento Trilantic Capital Partners per portare avanti un processo di internalizzazione del brand. Dopo quasi quattro anni di partecipazione, nel **2017**, Elisabetta Franchi acquisisce il controllo del **100%** dell'azionariato della società.

Mille sfumature di una sola donna che di sé dice: "Fare collezioni, gestire un'impresa, sono lavori molto duri: entro alle 8 del mattino ed esco alle 9 di sera, passo in azienda il sabato e la domenica, sacrificando tutto il resto. Ma amo il mio lavoro. E farlo con passione è l'unico modo che conosco."

Una determinazione ripagata ogni giorno dall'affetto con il quale le donne di tutte il mondo le dimostrano la loro ammirazione, interagendo con lei sui social network, nei quali Elisabetta è molto attiva e crede tantissimo, per ringraziarla di quanto le ha rese femminili. Perché, come commenta Elisabetta "La mia moda è femminile perché non seguo le tendenze ma perché credo nel valore della femminilità e creo con questo riferimento assoluto. Da sempre".