

## Francesca a Maria Grazia Severi

PD 2004 e PD 1994

Una griffe esclusiva nata in terra modenese e oggi indirizzata a boutiques di tutto il mondo, con alle spalle un'azienda in forte crescita di fatturato e in forte espansione a livello di mercati.

Maria Grazia Severi è una donna dalla spiccata personalità, ha saputo imporsi con talento e capacità, partendo dalla classica "gavetta". Eclettica e creativa, sa donare alle donne, con estrema naturalezza, un look ricercato ed esclusivo, riconoscibile per la femminilità e la particolarità dei capi. Con sensibilità riesce a cogliere tutti gli aspetti dell'universo donna, proponendo collezioni camaleontiche che rispecchiano tutti i lati della personalità di una donna moderna che lavora, che viaggia, che partecipa a occasioni mondane e soirée. Oggi è affiancata in azienda dalla figlia Francesca che ha dimostrato di saper seguire le orme materne in modo egregio, diventando una figura importante di riferimento insieme al fratello Alessandro.

Nonostante l'impegno costante che richiede il mondo della moda, Maria Grazia Severi (Lions dal 1997) non perde l'opportunità di partecipare alle serate organizzate dal suo Club e non manca di sostenere le varie iniziative di solidarietà promosse dall'associazione e da Profilo Donna.

### **Maria Grazia Severi, quali sono i momenti salienti della storia dell'azienda?**

«La storia dell'azienda è caratterizzata da una rapida ascesa sul mercato italiano ed estero. È nata con proposte di pronto moda per un mercato ancora incerto davanti a un prodotto nuovo e contro tendenza, ma negli anni la nostra tenacia è riuscita ad affermare la sua personalità. Dalla metà degli anni ottanta la richiesta è aumentata di anno in anno e le proposte non smettono di stupire e accattivare soprattutto i mercati emergenti esteri. L'assidua presenza alle fiere della moda, lo show room da oltre dieci anni a Milano nel cuore della città e l'investimento importante in pubblicità sulle più importanti riviste di settore e non, ci ha permesso di accentuare la visibilità, di farsi conoscere, con la sua immagine sempre nuova e il suo prodotto made in Italy».

### **Cosa è cambiato da quando è diventata azienda a conduzione familiare?**

«Con l'ingresso di mia figlia, Francesca Severi, e successivamente di mio figlio Alessandro, laureato in economia e commercio, l'azienda ha assunto una configurazione familiare più compatta e forte. La loro presenza costante ha portato all'azienda ovvi motivi di ringiovanimento e nuovi stimoli per proporsi all'esterno in modo giovane, mantenendone sempre e comunque i tratti tipici dell'azienda che sono la ricerca nei tessuti, l'eleganza e il lusso nello stile. Alla fine degli anni ottanta nasce la linea *22 Maggio a Firenze*, la nuova linea di casa Severi, opera della figlia Francesca, che col tempo ha acquisito forza imponendosi sul mercato col suo carattere grintoso e determinato. Mantenendo i tratti caratteristici della Severi. La linea *22 Maggio* si propone a un pubblico esigente che cerca proposte sempre nuove, allegre e giovani ma allo stesso tempo ricche ed eleganti».

### **Com'è la donna Severi ?**

«Femminile, elegante e grintosa: questa è la donna che amo vestire e che ama le nostre griffes. La nostra azienda, attenta ai cambiamenti, concentrata sulla ricerca di nuovi stili e aperta agli stimoli esterni, non si dimentica mai della sua donna che resta una donna di classe ma che chiede di essere elegante e sexy al tempo stesso. Le donne che nella quotidianità non dimenticano la propria femminilità, ovvero non disdegnano un look importante e lussuoso di giorno, romantico e sensuale la sera trovano in *Maria Grazia Severi* il giusto modo per esprimere se stesse. Mai ripetitiva e anonima, la donna *Severi* è una donna versatile: dall'ufficio alle serate importanti, dal cocktail alle giornate di relax, la vasta gamma di proposte Severi non delude anche le donne più esigenti e incontentabili. *Maria Grazia Severi* è sinonimo di ricerca nei dettagli: il prodotto si contraddistingue sul mercato perché sartoriale, un prodotto made in Italy fatto col cuore. Per quanto riguarda la stagione autunno-inverno abbiamo realizzato capi-spalla, tailleurs e piumini molto ricercati portabilissimi sia di giorno che di sera».

### **E tu Francesca, come riesci a conciliare la vita familiare con il lavoro frenetico di stilista?**

«Bella domanda... come si può. Il lavoro della moda ti fagocita ormai tutto l'anno, non solo sotto collezioni. Fortunatamente ho qualche aiuto a casa e una grande flessibilità di carattere. Sono contenta comunque del rapporto che ho con la mia famiglia e soprattutto sul lavoro con mia madre. Ci confrontiamo, ci consigliamo, a

volte ci scontriamo anche...ma sempre in modo costruttivo. Di sicuro sono stata influenzata positivamente dal suo stile e dal suo modo di lavorare, dopo la Scuola Marangoni, è stata lei la mia miglior maestra...».

### L'azienda

Nata nel 1990 dall'intuizione e dalle doti imprenditoriali della stilista Maria Grazia Severi, con la commercializzazione di una prima collezione esclusivamente composta da camicie molto particolari ed elaborate che vengono inizialmente distribuite solo nel nord Italia. Grazie alla forte richiesta del prodotto, in breve tempo si approda a una distribuzione nazionale.

Ma è negli anni successivi che avviene una vera e propria trasformazione: la collezione *Maria Grazia Severi* diventa una linea "programmata", che comprende un total look indirizzato a boutiques di alto livello. Incomincia così l'espansione del marchio *Severi MGS*. Anche in questo caso, la richiesta sempre crescente del prodotto, porta l'azienda a programmare l'uscita di due nuove linee *22 Maggio... A Firenze* e *Severi Darling*. Ogni collezione ha una propria identità e una sua occasione d'uso, fermo restando le caratteristiche di femminilità, particolarità e ricercatezza, che da sempre costituiscono il comune denominatore della stilista e dell'azienda stessa.

La donna *Maria Grazia Severi* è femminile, raffinata e allo stesso tempo dinamica e grintosa. Camaleontica, capace di usare il suo guardaroba per identificarsi ogni giorno in un ruolo nuovo così da mettere in risalto tutti gli aspetti del proprio carattere, della personalità, dell'umore che può variare anche nel corso della giornata: mattina dinamica, sera sexy, grintosa al lavoro e languida di notte, ma sempre luminosa.

*22 Maggio... Firenze* - linea nata nel 1995, è pensata per soddisfare una clientela più giovane e sensibile al fluire della tendenza delle mode. La collezione è un total look frizzante ed elegante, ma al tempo stesso adatto anche ad occasioni quotidiane.

*Severi Darling* - linea lanciata nel 2004, si contraddistingue invece per lo stile confort, giovanile e moderno, ideale per taglie comode. L'attenzione è posta ai volumi, senza trascurare le caratteristiche di fascino, eleganza e allegria, che il prodotto confort firmato Maria Grazia Severi deve sempre trasmettere.

Le tre collezioni sono distribuite in tutto il mondo tramite una rete di vendita supportata dalla showroom direzionale di Milano in Via Montenapoleone. La crescita aziendale si sta rafforzando in queste ultime stagioni, nonostante il momento di mercato non particolarmente favorevole per il settore dell'abbigliamento. Il tutto avviene nel più totale rispetto delle caratteristiche di prodotto, molto elaborato e particolare, che richiede uno sviluppo progressivo e attento. Gli ultimi anni, in particolare, sono stati favorevoli all'azienda di Maria Grazia Severi: dal 2004 a oggi il fatturato si è triplicato. Ciò è stato possibile grazie a una riorganizzazione delle reti vendita in Italia e a uno sviluppo dell'organizzazione distributiva all'estero.

Inizialmente si è cominciato con i mercati del Medio ed Estremo Oriente, successivamente si è proseguito con i mercati nord-africani e la Cina. In Europa, in particolare, al momento i mercati più importanti sono quello spagnolo, francese e inglese, oltre a quello irlandese, greco e portoghese.

Attualmente si sta pianificando di sviluppare il mercato progressivamente in modo equilibrato, in sintonia con le esigenze del prodotto e l'azienda punta ora a consolidare i marchi a livello di notorietà internazionale anche attraverso l'apertura di negozi monomarca.