

Seven

Il Gruppo Seven è una realtà in continua trasformazione, sempre alla conquista di nuovi mercati e nuovi target. Proprio per rispondere meglio alle esigenze del proprio target di riferimento, il Gruppo si è strutturato in quattro diverse aree di business: SJ Gang, Seven, Special Brands e Invicta.

Il Gruppo Seven conta oggi circa 150 dipendenti, la sua distribuzione copre tutto il territorio nazionale attraverso i punti di vendita Seven Point e Seven Service, oltre 4.500 pdv in tutta Italia ed è presente in tutte le principali catene della grande distribuzione. Dal 2006 il Gruppo ha anche una nuova sede, sempre a Leini in provincia di Torino su un'area di oltre 67.000 mq per un investimento che ha superato i 30 milioni di Euro. Il Gruppo è presente anche a livello europeo con una filiale in Spagna, una in Francia, una in Romania e una sede ad Hong Kong. Notevoli sono gli investimenti pubblicitari a supporto dei brand, il Gruppo investe ogni anno oltre il 7% del suo fatturato in attività di comunicazione.

Seven opera attraverso quattro aree di business.

Business Unit SJ Gang: si rivolge al target 3-8 anni con prodotti dedicati al back to school e gift, con i personaggi dei cartoon o toys di maggior successo. Molte le licenze sviluppate, tra cui Barbie e il "fenomeno" Dragonball: una property che mai come nel 2008 si è dimostrata il brand numero uno nell'ambito dei personaggi junior maschili. Molto novità e nuove licenze sono pronte per il 2009.

Business Unit Seven: Seven è il marchio di proprietà dell'azienda, per un target 8-13 anni che grazie alla ricchezza di contenuti dei suoi prodotti risponde alle necessità dei consumatori. La parola d'ordine? Innovazione. Da sempre Seven si impone con prodotti innovativi che confermano il suo successo, sino all'attuale MP7, lo zaino con mp3. Merito di una ricerca continua e mirata non solo nel design,



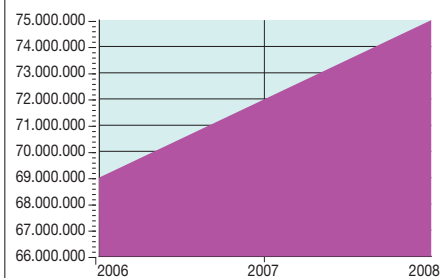
Qui sopra, uno zaino della linea Dragonball, grande successo 2008. In basso, uno scorcio della sede del Gruppo.

ma anche nella praticità d'uso. **Business Unit Special Brands:** dedicata al target 12-16 anni con marchi fashion che derivano dal mondo della moda - A-Style e Deha per citarne alcuni - oppure dal mondo dei character più di tendenza, come Pucca oppure ancora dal mondo sportivo, come Kappa. **Business Unit Invicta:** nel 2006 Seven ha acquisito uno dei suoi principali competitor, Invicta.

La Business Unit sviluppa svariate linee di prodotto: un'offerta completa che spazia dalla scuola, all'abbigliamento, ai guanti, all'outdoor, alle calzature. È proprio sulle aree strategiche dell'abbigliamento e dell'outdoor che il Gruppo sta attuando un'importante strategia di riposizionamento del brand. Sul fronte della comunicazione, le iniziative di anno in anno sono state sem-

pre più mirate e hanno creato un legame di forte complicità con il pubblico, attraverso un dialogo semplice basato sulla corrispondenza tra lo spirito con cui il Gruppo crea i propri prodotti, il valore del brand, i plus di prodotto e il modo di vivere del suo target: campagne tv, annunci stampa, sito Internet sono solo alcuni dei mezzi di comunicazione di cui si avvale l'azienda per comunicare i valori dei propri marchi. Valori che oggi sono riconosciuti e consolidati e che hanno permesso al Gruppo di raggiungere importanti traguardi, ma che saranno anche punto di partenza per nuove importanti prospettive di sviluppo.

IL FATTURATO DEL GRUPPO



I PUNTI DI FORZA

- strutturazione in 4 aree di business per rispondere meglio alle esigenze del target
- capillare rete di pdv in Italia
- forti e costanti investimenti in comunicazione

IL MANAGEMENT

Amministratore Delegato
Aldo Di Stasio

LA SEDE

Seven spa
Via Fornacino, 96
10040 Leini (To)
Tel. 011.9970511
Fax 011.9989880
www.seven.eu
info@sevenspa.it

