

**ABBIGLIAMENTO** | LA NUOVA SCOMMESSA DI ROMANO BORETTI

# CONTE OF FLORENCE DALLO SCI AL GREEN

Dopo il successo dei suoi capi invernali, il gruppo fiorentino ci riprova lanciando una linea dedicata al golf. Un piano sostenuto dall'apertura di una ventina di boutique nelle più importanti capitali del mondo.

di **CARLO ARCARI**

Il suo motto è sempre stato «piano, piano», ma oggi, nel mercato globale, chi cresce meno del 10% rischia di restare al palo. Romano Boretti, fondatore e presidente di **Conte of Florence**, lo sa bene e da qui al 2012 vuol crescere ogni anno almeno a due cifre. Per questo dopo mezzo secolo di attività l'imprenditore si prepara ad attuare un piano di sviluppo che nei prossimi cinque anni prevede l'apertura di 20 flagship store nelle più importanti capitali del mondo.

Nel mondo che conta, naturalmente, cioè in Russia, Cina, India, Giappone, Hong Kong, Dubai, oltre a Milano e Roma. L'obiettivo strategico di Conte of Florence, famosa per i capi realizzati in un inimitabile stile anglo-fiorentino, divenuti icone mondiali dello sportswear, come il cappello da sci «da riposo» in piuma, indossato dalle teste coronate e dai grandi campioni dello slalom, è affermare a livello internazionale l'immagine di azienda total look.

«In Italia abbiamo già una rete di 85 negozi a marchio, che vogliamo portare a 100, ma selezionando le posizioni e rinnovando il design dei punti vendita» sottolinea Boretti, che di negozi se ne intende dal momento che la sua storia imprenditoriale comincia negli anni Cinquanta proprio con l'acquisto di un negozio la cui insegna era CON.T.E. (Confezioni e Tessuti Esclusivi). L'imprenditore vi installò anche un laboratorio per la creazione dei cappelli e affiancò alla sua piccola attività produttiva anche quella di buyer per alcune aziende americane, tra cui una che si chiamava Duke of Siena. Folgorato da questa intestazione Boretti cambiò

la sua ragione sociale in Conte of Florence e trasformò l'insegna in un brand, inserendovi il giglio di Firenze.

Oggi è a capo di un'impresa familiare nella quale lavorano, oltre a sua moglie

Anna che manda avanti alcuni negozi di proprietà, i suoi due figli: Letizia, che si occupa dello stile, e Gian Romano, che sta per diventare amministratore delegato. Attualmente l'azienda occupa 150 dipendenti in Italia e nel 2006 ha fatturato 37,4 milioni di euro, mentre nel 2007 prevede di raggiungere quota 41,5 milioni con un aumento del 12%.

Lo sviluppo della rete globale dei negozi verrà sostenuto dal lancio di nuovi prodotti con i quali l'imprenditore fiorentino conta di allungare la lista dei suoi capi-icona. Lo scenario sul quale si misureranno le sue nuove creazioni

non sarà più quello del «circo bianco» che negli anni Settanta aveva tenuto a battesimo i suoi capi, ma il pianeta verde dei campi da golf, lo sport sul quale Boretti punta per sviluppare il mercato sportswear del futuro. «A Pitti Uomo di gennaio presenteremo ufficialmente Ferro9, la nostra nuova borsa total look che si ispira alla forma dello *shaft*, la canna che va dall'impugnatura alla testa della mazza da golf. Un prodotto con il quale speriamo di bissare il successo di Golfette, la borsa a forma di minisacca da golf che è nata nel 2005 ma che è già un classico».



**UNO STILE «FREDDO»**

Alcuni capi invernali da sci, lo sport che ha lanciato il marchio in passato. Il futuro è il golf.

**QUATTRO COLLEZIONI ALL'ANNO**

Conte of Florence, fondata da Romano Boretti (*foto*), presenta ogni anno quattro collezioni e punta a crescere a doppia cifra, con l'apertura di 20 nuovi negozi.



<b>DIPENDENTI</b>	150
<b>NEGOZI IN ITALIA</b>	85
<b>PRODOTTI</b>	1.400
<b>FATTURATO 2007</b>	41.500.000