



Rinascente cresce (+22%) e svela il nuovo concept di Firenze

Il gruppo con nove punti vendita guarda anche al ritorno su Napoli e a replicare il nuovo format fiorentino alle città della provincia italiana

di Matteo Minà (Firenze)

Mff - Numero 033 pag. 4 del 15/02/2019



Un'immagine della Rinascente a Firenze

Rinascente archivia un 2018 da record a 680 milioni di euro (+22% a perimetri non costanti), vede rosa nell'anno in corso e svela il primo step del restyling del building di Firenze. E intanto, il gruppo che conta nove punti vendita, punta a un ritorno sulla piazza di Napoli, dove, seppur non sia ancora definita la location, potrebbe vedere la luce uno store tra il 2021 e il 2022.

Dopo l'apertura del mall di Roma Tritone e la ristrutturazione di quello di Torino, che sarà ultimata a settembre, ieri sono stati presentati i nuovi quarto e quinto piano, compresa la terrazza panoramica, primo tassello del rinnovamento del palazzo di 3.300 metri quadrati su sette piani in riva d'Arno. Oltre a essere dedicato alle collezioni donna e accessori per la casa, **il quarto piano ospita anche il food concept di prodotti locali Tosca&Nino, che include anche il ristorante e l'enoteca al livello superiore.**

I prossimi step dei lavori coinvolgeranno, fino a metà luglio, il terzo piano dedicato sempre alla donna, mentre da agosto a metà ottobre si svolgeranno quelli del secondo dedicato al menswear, merceologia che avrà un ruolo primario e che coinvolgerà anche il primo livello, operativo da marzo 2020. Se da giugno 2020 sarà pronto il livello sotterraneo, il restauro terminerà a ottobre dello stesso anno con il piano terra, che per la prima volta non sarà dedicato alla profumeria (che troverà spazio al meno uno), ma alla pelletteria e agli accessori.

«L'investimento è di 13 milioni di euro, più circa quattro da parte dei brand. In questo momento Firenze è al quarto posto dopo Milano e i due di Roma (l'altro è in piazza Fiume, ndr), ma puntiamo a crescere dagli attuali 23 milioni di euro di fatturato e 1,3 milioni di ingressi annui», ha spiegato a **MFF Pierluigi Cocchini**, ad di Rinascente, proseguendo: «Oltre a guardare a Napoli, se il format fiorentino darà i risultati sperati, puntiamo anche a replicarlo con metrature più piccole nelle città della provincia italiana».