

RESTYLING

Rinascente a Firenze punta sul lusso, metà dei ricavi dal turismo

di **Silvia Pieraccini**

• 14 febbraio 2019



Ogni città ha clienti di natura diversa, anche per i grandi magazzini. La **Rinascente di Firenze**, per esempio, oggi realizza (solo) il 30% del proprio fatturato dai turisti, anche se il capoluogo toscano è una delle destinazioni più amate dai visitatori internazionali e anche se il negozio è situato in piazza della Repubblica, sulla direttrice Duomo-Ponte Vecchio che qualunque turista al mondo non può fare a meno di percorrere quando si trova a Firenze.

Ora è dunque arrivato il momento di cambiare musica. **Rinascente** ha deciso di investire 12 milioni di euro per ristrutturare il negozio di Firenze e dargli un'anima in linea con la bellezza della città e con le sue tradizioni artigianali, di buon cibo e buon vino, oltre che con i suoi turisti mediamente di fascia più alta che altrove. Una trasformazione «**su misura**» per farne un negozio «concettuale», ha spiegato l'amministratore delegato Pierluigi Cocchini mostrando il quarto piano del palazzo ottocentesco già restaurato che, oltre alla moda donna, **ospita un caffè-ristorante-enoteca aperto 15 ore al giorno che si estende sulla terrazza al quinto piano con vista mozzafiato sui monumenti, frutto della partnership nel food con Simone Arnetoli, patron di Tosca&Nino.**

Il risultato finale non sarà un department store classico, ha spiegato Cocchini, ma punterà sul multibrand e sui prodotti artigianali locali tra cui la pelletteria (che guadagnerà il piano terra mentre, per la prima volta, la cosmetica sarà collocata al piano interrato). «Non vogliamo fare un negozio "industriale", che potrebbe essere a Dubai o in qualsiasi altro posto - ha precisato l'ad - ma un negozio modellato sullo spirito e sulle caratteristiche della città». Da qui, e vista la presenza del salone Pitti Uomo, il grande spazio dato alla moda maschile, che conquisterà due piani del grande magazzino. Ai 12 milioni investiti da Rinascente si aggiungeranno poi circa tre milioni investiti dai marchi per allestire i (pochi) shop-in-shop che saranno presenti nel negozio. Oggi Rinascente Firenze fattura 23 milioni di euro, ha 1,3 milioni di visitatori all'anno e realizza 400-450mila scontrini. Pur occupando solo 3.300 metri quadrati, dunque spazi decisamente più limitati di Milano e Roma, il mall fiorentino è il quarto del gruppo per fatturato e redditività. L'obiettivo, una volta conclusi i lavori di ristrutturazione che andranno avanti per fasi fino all'ottobre 2020 senza mai chiudere il grande magazzino, è di arrivare a realizzare il 50% del fatturato da turisti.