

## 5 cose da sapere sulla nuova Rinascente di Firenze

MARTINA D'AMELIO  
18 FEBBRAIO 2019



**Nuovo design, nuovi spazi, nuovi brand:** la Rinascente di Firenze si prepara cambiare volto, nel segno dell'artigianalità. Ecco **tutto quello che c'è da sapere** sul **restyling** dei grandi magazzini nel capoluogo toscano.

**1| Il progetto di ristrutturazione.** Dopo l'apertura dello store di Roma Tritone e di quello di Torino, è il grande momento dello store di Firenze, che sorge nello storico palazzo in **Piazza della Repubblica**: 3300 metri quadrati dispiegati lungo sette piani che verranno completamente reinventati, con una terrazza che domina il suggestivo paesaggio. Del resto, la location stessa ha una storia d'eccezione: fin dall'epoca romana è stata il centro nevralgico cittadino, un vero e proprio luogo di ritrovo. I lavori coinvolgeranno tutti gli spazi, garantendo però l'apertura dello store durante tutto il periodo di rinnovamento. **La ristrutturazione, iniziata nel settembre 2018, verrà ultimata completamente nell'ottobre del 2020 (con il piano terra).** Si inizia dal 4° piano i cui lavori si sono conclusi a febbraio 2019; da febbraio a metà luglio 2019 sarà la volta del 3° piano. Da agosto a metà ottobre 2019 si svolgeranno i lavori del 2° piano. A metà marzo 2020 riaprirà il 1° piano rinnovato, mentre a giugno del 2020 il piano -1. **Il costo dell'operazione? 13 milioni di euro**, più circa 4 investiti dai brand.



**2| Il nuovo concept.** L'experience dei visitatori sarà resa unica da una contaminazione attraverso la quale i brand del lusso conosciuti a livello globale entreranno in contatto con i prodotti artigianali fiorentini, fiore all'occhiello del Made in Italy. *“Fa piacere che una grande catena come Rinascente guardi al territorio e si apra alle produzioni locali e artigianali di qualità – ha detto l'Assessore allo Sviluppo Economico e Turismo del Comune di Firenze Cecilia Del Re – Sono sicura che diventerà un partner locale sempre più importante e apprezzato da cittadini e turisti”.* Ad un passo dal Duomo sarà dunque possibile trovare il meglio di cosmetica, fashion, food e design, con la preziosa aggiunta di nuovi prodotti realizzati a mano come vuole la tradizione e gustare sapori tipici davanti a un panorama mozzafiato. Particolare attenzione verrà inoltre riservata agli articoli pelletteria e al menswear, in perfetta armonia con l'identità di Firenze. A cambiare veste anche la **shopping bag**: un nuovo look dal design esclusivo per il logo, con lo stemma del giglio fiorentino reinterpretato in maniera stilizzata con i simbolici colori rosso e bianco (opera dello studio londinese North Design).

**3| Il quarto piano: moda (e non solo).** A rendere unici gli spazi del 4° piano dedicati alla moda donna, oltre a un design elegante ed essenziale studiato dalla **Caruso Torricella Architetti**, la presentazione sotto forma di una **grande boutique** dove poter ritrovare gli abiti della tradizione Made in Italy, ma anche scoprire nuovi stilisti in ascesa. **I brand protagonisti?** Dries Van Noten, Marni, Rochas, Isabel Marant, N21, Missoni, Aspesi, Max Mara Studio e Weekend, Herno, Emporio Armani, Calcaterra, Albino, Theory, Joseph ed Erika Cavallini. Tra gli **accessori**, spiccano i nomi di marchi italiani come Zanellato e Borsalino, con un'attenzione particolare a toscani e fiorentini come Faliero Sarti, Nico Giani, Falorni, Les Petit Joueurs e Drome. **E per i gioielli**, Rosantica, Maitea, Francesca Villa e Alighieri. **La DoubleJ** poi inaugura qui un **pop-up store** dedicato per tre mesi; ma gli spazi accoglieranno anche in esclusiva la capsule in lana merinos **Rinascente Knitwear Collection** e una limited edition di intimo by **Paladini**.

Il quarto piano però vuole essere **un viaggio attraverso i cinque sensi**: qui si trovano anche le proposte *home&fragrance* che, in continua evoluzione, faranno scoprire nuove proposte ai visitatori. Da febbraio sono disponibili le capsule di Salvatori, Laboratorio Olfattivo, Waiting for the bus, Fornasetti, Gio Bagnara; le beauty-addict ritrovano invece una selezione tailor-made ideale per la propria skin-care giornaliera (grazie a Budapest Omorovicza, Green Beauty di Angela Caglia e Oribe). **La Craft Gallery** invece permetterà di entrare in una vera e propria

stanza dedicata all'artigianato: 60 metri quadri dove poter conoscere le eccellenze locali e internazionali che si distinguono per le loro capacità tecniche e l'attenzione ai particolari. Curiosare nella stanza dell'artigiano e poter scoprire prodotti realizzati a mano, frutto della cura del particolare: si inizia, da febbraio ad aprile 2019, con vasi di fatture, materiali e dimensioni diverse. Nello stesso spazio sarà possibile acquistare **piante, fiori e composizioni** curate da Artemisia Fioristi Firenze.



**4| Il cibo toscano.** Merita una menzione a parte l'area food. A deliziare il palato, il concept di **Tosca&Nino**, alla scoperta delle ricette della regione più golosa d'Italia da provare nel caffè/ristorante al 4° piano, nell'enoteca e bottega ospitata dal 5° piano e sulla terrazza con la suggestiva vista sul Duomo di Firenze. Nel menu del ristorante, *Pappardelle al ragù di cinghiale* e *Giotto di gelato alla crema fiorentina con cialde di Montecatini*. In enoteca, un'ampia scelta di vini, dove vengono raccolte le migliori etichette della regione, note e meno note. Tosca&Nino è aperto dalla mattina a mezzanotte: perfetto per uno spuntino, i pasti e l'after dinner. Il *place to be* è corredato anche da un reparto gastronomia d'asporto e uno di oggettistica per la tavola, rigorosamente *Tuscan oriented*.

**5| L'architettura "firmata".** Prosegue la sfida di Rinascente nell'investire su collaborazioni con grandi nomi dell'architettura italiana e internazionale, già confermata dall'apertura del flagship store di Roma Tritone e il rinnovamento di quello di Torino. I designer coinvolti avranno il compito di creare un dialogo tra le sinuose linee della città e quelle dello store, per un progetto finale di grande valore artistico: il 5° piano e la terrazza, il 4°, 3° e 2° avranno la firma di Caruso Torricella Architetti; il 1°, il piano terra e il -1° quella di Marco Costanzi Architects. A rendere unici gli spazi del 4° piano dedicati alla moda donna è un design elegante ed essenziale studiato dal Caruso Torricella Architetti che vede l'impiego di materiali primari quali il cemento per le pareti e la struttura e il legno di rovere per il pavimento. Gli arredi metallici bianchi e neri, i tavoli e le pedane di rovere naturale che richiamano il rivestimento a doghe del pavimento e la serra che domina il piano creano uno sfondo minimale ideale per ospitare i prodotti sempre diversi e in dialogo tra loro. lalla1669