

# ELLE DECOR

ITALIA

## RETAIL BOOK

DAL FLAGSHIP AL DEPARTMENT STORE  
IL RETAIL CAMBIA LOOK

\_ LA BOUTIQUE DIVENTA SPETTACOLARE  
SECONDO GEHRY E ADJAYE

\_ LO SHOPPING TRASVERSALE DI CAPUTO E NICHETTO

\_ SPAZI IN RELAZIONE CON LA CITTÀ BY BIG E NENDO

\_ GLI STORE DEDICATI AL DESIGN FIRMATI  
VAN DUYSSEN, BAVUSO E QUINCOCES-DRAGÒ

NEW SHOPPING EXPERIENCE





L'area calzature al terzo piano, sempre progettata da Fantolino: pavimento in pietra rossa asiago, laminati e pannelli colorati in fibra di legno e resina. Il progetto è stato sviluppato a più mani, selezionando i nomi dei progettisti più interessanti della scena italiana. Pagina accanto, dall'alto, il basement disegnato da Fabio Fantolino; una vista del quarto piano, firmato da Quincoces-Drago & Partners.

“Il 2019 ha regalato alla città di Torino il suo department store”, così il CEO di Rinascente Pierluigi Cocchini ribadisce la vocazione, volutamente urbana, del progetto di ristrutturazione degli storici grandi magazzini sabaudi. Tre piani in più in altezza; una superficie quasi raddoppiata, da 4.300 a 7.500 metri quadrati; un remake completo della facciata, dei piani e delle scale mobili. “Un progetto che Rinascente ha voluto fortemente, un investimento importante che ha portato il department store a raddoppiare non solo la sua superficie ma anche il numero dei brand al suo interno”, spiega Cocchini. Lo store di via Lagrange amplia infatti la sua offerta con l'ingresso di nuovi marchi, italiani e internazionali, di moda, bellezza, design e l'integrazione dell'offerta gastronomica. Il tutto per adeguarsi alle esigenze della clientela. “Come di consueto Rinascente si è avvalsa della collaborazione di importanti architetti per regalare alla città un progetto di rinnovamento di grande impatto, che si relaziona perfettamente con l'eccellenza architettonica e culturale del territorio che lo ospita”, aggiunge. Ogni piano ha il suo segno distintivo, frutto del dialogo fra storia e contemporaneità. A partire dalla facciata e dal piano terra, ridisegnati da Gianmattéo Romegialli, che ha dato l'impronta all'intero progetto. Il risultato è un fronte rigoroso nelle proporzioni e raffinato nei materiali: l'arco a tutto sesto ritorna l'alzato, diventando un leitmotiv grafico e astratto; l'uso del travertino si armonizza con i palazzi circostanti così come il portico,

tipicamente sabauda, è un omaggio alla città. È lo stesso marmo ad accompagnare i clienti all'ingresso dello store, facendo dialogare interno ed esterno: al piano terra, dedicato al beauty, il travertino ritorna nelle lastre rettangolari a pavimento e nei pilastri che delimitano il Fragrance Bar. Colori e finiture Anni 60 e 70 per i piani disegnati da Fabio Fantolino: il basement, 1.000 metri quadrati dedicati al design e alla gastronomia, mixa laminati plastici, vetri colorati in pasta e finiture in nocce canaletto. Il terzo piano, che ospita le collezioni donna e un'area calzature, si accende nei toni del laminato giallo dorato e del vetrocemento bronzo. Al primo e al secondo piano dedicati all'uomo, Paolo Lucchetta sceglie materiali che rimandano all'universo maschile, come metalli bruniti e legni spazzolati. Altro mood per il quarto piano, che porta la firma del duo David Lopez & Fanny Bauer Grung: 1.200 metri quadrati dedicati alla donna, lingerie e bambino, con un mix di finiture eleganti e ricercate. Dal pavimento in graniglia di marmo rosata al controsoffitto in pannelli di Celenit, legno impastato con materiale cementizio, fino agli espositori in noce e ottone. Da questa sintesi di stili nasce un progetto dal grande impatto estetico, in perfetta affinità con le eccellenze del territorio. Come commenta orgoglioso Cocchini: “Lo store è già diventato un punto di riferimento per cittadini e turisti, una nuova arteria del commercio ma soprattutto un luogo dove vivere esperienze e fare un salto al termine di una lunga giornata”.