



**Cibo di lusso e non solo: così la Coop fa rinascere la Galleria San Federico**

LONGHIN A PAGIAN IV

# Cibo di lusso e non solo Così rinasce il salotto di Galleria San Federico

“Fiorfood”, 1300 metri quadrati accanto al Lux, apre domani  
Arrivano Frau, & Other Stories (gruppo H&M), Moët, Krug

Finito il semi-abbandono lo spazio nel cuore di Torino recupera moda hi-tech, grandi catene

Sui due piani del nuovo store ci sono anche libreria, ristorante, caffè enoteca e spazio incontri

**STEFANO PAROLA**

**A**NCHE se gli scaffali sono pieni di 2.500 prodotti Fiorfiore, il marchio di alta qualità della Coop, qui dentro pronunciare la parola “Eataly” non è un tabù: «In fondo ne siamo soci con il 40 per cento» dice Ernesto Dalle Rive, presidente di Novacoop, il colosso della grande distribuzione che in Piemonte possiede 62 tra piccoli e grandi supermercati. Se n'è appena aggiunto uno, il Fiorfood, un punto vendita ricco di cibi di qualità che aprirà al pubblico domani in galleria San Federico: «È la prima struttura con queste caratteristiche che sia mai stata realizzata da Coop in Italia», dice Dalle Rive.

Nell'area tra via Roma, via Bertola e piazza San Carlo, da oggi ci sono così 1.300 metri quadrati di alimenti di qualità, sparsi tra scaffali e banchi ga-

stronomia, proposti allo stesso prezzo degli altri supermercati Coop. Non solo. Sui due piani del nuovo Fiorfood ci sono anche una libreria, un caffè, un reparto enoteca, uno spazio incontri (ricavati in una sala del cinema Lux) oltre a un bistrot e a un ristorante gestiti da Giovanni Grasso e Igor Macchia, gli chef stellati della Credenza di San Maurizio Canavese.

Il nuovo supermercato è costato due milioni e dà lavoro a 110 persone. È aperto tutti i giorni dalle 8 alle 23, e serve a Novacoop per stare al passo coi tempi: «Il consumatore - evidenzia il presidente - è profondamente cambiato. È molto più capace di scegliere. Per noi l'eccellenza è un terreno di sfida importante in cui abbiamo molte carte da giocare». I 12 monitor e i 21 tablet interattivi sparsi per il negozio servono proprio a questo, come evidenzia Dalle Ri-

ve: «Rispetto a Eataly facciamo uno sforzo in più rendendo l'atto d'acquisto ancora più trasparente, perché i clienti possano comprendere al meglio la qualità dei nostri prodotti e ottenere indicazioni. In più, questo è un nuovo modello di negozio, inteso come un luogo da frequentare e vivere».

L'operazione Fiorfood dà ulteriore slancio alla galleria San Federico, dopo anni di semiabbandono. «L'apertura di questo



store rientra nella nostra strategia di riqualificazione dell'area», spiega Massimiliano Morone, dirigente del settore immobiliare di Unipol, che dal 2012 possiede l'intero isolato.

Tutto attorno ci sono i grandi marchi della moda (l'ultima novità è l'ampliamento di Hermès) e della tecnologia (Apple), mentre dentro la galleria ci sono negozi e catene di consumo. Uno è appunto Fiorfood, ma a marzo arriverà pure "G Other Stories", il marchio d'ab-

bigliamento di fascia intermedia del gruppo H&M, che prenderà il posto di De Wan, trasferitosi su piazza San Carlo. Nella zona è poi spuntato un negozio temporaneo di poltrone Frau e presto arriverà anche una champagneria Moët e Krug.

Mentre la galleria rinasce, Novacoop guarda già a nuovi traguardi. Il primo Fiorfood dovrebbe garantire 6-7 milioni di fatturato, poco rispetto al miliardo di ricavi della cooperativa. Però, dice Dalle Rive, «l'idea

è di aprire concept store simili anche negli altri capoluoghi del Piemonte, anche se bisognerà valutare la sostenibilità economica caso per caso».

Ma il gigante della grande distribuzione piemontese guarda anche al resto della città: nei prossimi cinque anni investirà 200 milioni per creare tre superstore in zona Mirafiori-Tne, nell'ex scalo Vallino e in via Botticelli, per un totale di 500 nuovi posti di lavoro.

GRIPRODUZIONE RISERVATA

