

# Another bus in The Mall. Firenze, Firenzi e lo shopping tourism

Firenze. **Cinquantotto corse dirette** collegano giornalmente la stazione ferroviaria di Santa Maria Novella con il centro commerciale The Mall, il «luxury outlet» (nel comune di Reggello) che conta più di due milioni e mezzo di visitatori l'anno.

Il servizio è garantito da due società di trasporti, che operano in concorrenza. L'una (più o meno) pubblica: BuSitalia Sita Nord (del gruppo FS). L'altra privata: **Firenzi Servizi**. Sì, avete letto bene: Firenzi. Un bel gioco di rimandi: Fi come Firenze, Renzi come Renzi. Un'assonanza (del tutto casuale, ci mancherebbe) che riporta alla mente le indagini giudiziarie che vedono coi volti i Renzi, genitori di Matteo da Rignano, in una vicenda di fatture false, inerenti proprio al centro dell'outlet di lusso, nato sotto le insegne di Gucci.

Vediamo da vicino le due "offerte" ai plotoni di turisti, pazzi per il made in Italy.

1) La società del gruppo Ferrovie dello Stato, BuSitalia – attiva anche nel turistico City Sightseeing con bus rossi a due piani – impiega, **esclusivamente per la tratta in questione**, quale «servizio a mercato», una flotta di pullman neri col logo del M all a caratteri cubitali. Propaganda su gomma. Dal canto suo, Trenitalia fornisce, sul sito ufficiale, il "servizio integrato" di vendita del biglietto (7 euro) unitamente a tratta ferroviaria. 17 corse al giorno in andata e 19 di ritorno. Nell'orario estivo si contano 36 corse in totale dalla stazione Santa Maria Novella a quella "Firenze The Mall" (così nel sito di Trenitalia). La fermata Firenze The Mall è in località Leccio, a due chilometri e mezzo dalla stazione ferroviaria di Rignano sull'Arno. Poteva dunque bastare una navetta. E invece si è preferito investire nell'acquisto di pullman lussuosi, «al top dell'offerta nella categoria in termini di comfort». Così nel febbraio 2016 BuSitalia Sita Nord acquista – per lo svolgimento di questo servizio – cinque mezzi Setra, 14 metri, due piani, 84 posti a sedere, «tetto panoramico». Costo totale 2,2 milioni di euro.

2) L'offerta ad uso esclusivo degli shopping tourists è **raddoppiata** dalla Firenzi Servizi S.r.l., «da anni nel settore

trasporto di persone», al servizio dei «moderni touristic trend». Dal gennaio 2016 il servizio è attivo, autorizzato dalla Città Metropolitana presieduta da Dario Nardella, sindaco di Firenze. Gli autobus sono bianchi, privi stavolta del logo, ma con esplicite iscrizioni sulle fiancate, in inglese, giapponese e cinese. 22 corse in totale (biglietto a 5 euro, 2 in meno del servizio “pubblico”) partono e arrivano a piazzale Montelungo, a 100 m dalla stazione di SMN dove gruppi di giovani hostess propongono, sorridenti, un viaggio che promette sicura soddisfazione ai fanatici dell’acquisto. La Firenzi offre anche un servizio navetta che recupera i più pigri direttamente in albergo.

Un impeccabile – e iperdimensionato – servizio al consumatore globale. Un altro passo verso la trasformazione della città in un gigantesco centro commerciale, la cupola brunelleschiana ridotta a immagine pubblicitaria al centro di una rete di terminal del consumo, dai Gigli al the Mall. □ E un’insostenibile aggiunta di carico per una città già asfissata dal traffico su gomma e dai pulmann a servizio del turismo globale.

□ Per i “cittadini” vale sempre di più il vecchio detto: *Lavora Consuma Crepa*.

**\*Gruppo urbanistica perUnaItracittà**