

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

scritto da Urbanistica Puc

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 coinvolti 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 Mall 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 per Un'altra città**