

Novità in via Di Roma: Coin è sbarcata in città

Abbigliamento, accessori, arredocasa. E sosta gratis

C'È ANCHE il parcheggio gratuito, che di questi tempi, in centro storico a Ravenna, non è poco. Ecco la briscola che si gioca Coin, il nuovo 'department store' del gruppo Oviessa inaugurato ieri pomeriggio in via di Roma, in seguito alla conversione del negozio della catena Upim, acquisita a inizio anno dal primo gruppo italiano nel settore dell'abbigliamento. Il tradizionale taglio del nastro è stato caratterizzato dalla presenza di modelle in vetrina e da un cocktail di benvenuto.

MILLECINQUECENTO metri quadrati su due piani; abbigliamento, accessori e arredocasa; e, appunto, il parcheggio. Coin è dunque sbarcato in città, prendendo i ravennati per mano e proponendosi come alternativa all'Iper. Per poter usufruire del parcheggio gratuito occorrerà sottoscrivere la 'Coincard Easy', ovvero una carta di fidelizzazione studiata per i clienti abituali che dà diritto ad alcune facilitazioni, come la consegna a domicilio per spese superiori ai cinquecento euro. Con la Coincard (costo 5 euro, ma, per lo stesso prezzo, se ne può ottenere una supplementare per un proprio familiare) si ha diritto anche alla gratuità delle prime due ore nel vicino parcheggio di via Beatrice Alighieri. Non è tanto, ma non è nemmeno poco.

CON l'operazione-Ravenna, Coin — è questo il 66esimo punto vendita gestito direttamente in Italia, cui ne vanno aggiunti trentacinque affiliati — ha assorbito gli otto dipendenti della vecchia Upim, portando la forza lavoro a ventidue addetti gestiti in prima persona dal gruppo di Mestre, oltre a quattordici figure assunte dai marchi presenti all'interno dello store. Sarà comunque un ambiente di lavoro quasi esclusivamente al femminile: su trentasei commessi, solo due sono uomini.

INUMERI che Coin è in grado di snocciolare sul territorio nazionale — oltre ad un orario flessibile: dal lunedì al venerdì e la domenica dalle 9 alle 19.30; il sabato dalle 9 alle 20 — sono significativi: 2.200 dipendenti, 32 milioni di visitatori e oltre tre milioni di clienti, con 379 milioni di euro di vendite nette nel 2009.

NEGLI oltre 1500 metri quadrati del nuovo negozio, Coin propone un 'brand mix' con una importante selezione di marchi di abbigliamento (Mango, Desigual, Stefanel, I Blues, Free Soul, Killah, Napapijri, Peter Hadley) e di accessori (Kipling, Camomilla, Almaplena). Lo spazio dedicato alla casa propone uno stile unico che alla tradizione affianca accenti contem-

poranei ed etnici. Il mondo della bellezza e del glamour (Chanel, Yves Saint Laurent, Estée Lauder, Givenchy, Dior) trova spazio in un ambiente raffinato ed elegante.

Roberto Romin



Gli ultimi ritocchi al negozio, poi preso d'assalto (in basso) ieri pomeriggio al momento dell'inaugurazione ufficiale