

In giro con la mia personal shopper



mente laccata e profumata.

E invece? Maledetti pregiudizi! Cinzia scende dal treno e io neanche la vedo. Le telefono: ci troviamo davanti al bar delle ferrovie. Effettivamente sì, ho sbagliato tutto: Cinzia è una donna decisamente normale. Veste in modo ricercato, ma assolutamente non sfrontato. È molto affabile e piena di energia. Gli accessori ci sono, ma sono funzionali al suo modo di essere: un anello, un bracciale e una collana che un po' luccicano e un po' tintinnano mentre lei gesticola velocemente. Gli accessori parlano di femminilità, dolcezza, forza (non aggressività), dinamismo... questi sono i tratti della mia personal shopper.

Mi propone un cappuccio prima di iniziare il nostro tour dello shopping. Perché, prima di infilarsi nei negozi, ha bisogno di conoscermi almeno un po'. Mi racconta com'è arrivata a questo lavoro e intanto mi osserva, mi scruta con attenzione. Cinzia ha lavorato per molti anni nel settore turistico, poi la vita d'ufficio ha cominciato a starle stretta. È andata a Londra a frequentare un corso organizzato dall'Istituto Marangoni di Milano, una tra le più apprezzate scuole di moda italiane. Ha capito subito che quella sarebbe diventata la sua nuova professione.

Quando si racconta mi sottolinea continuamente che si tratta di un lavoro di grande professionalità, che non lascia spazio all'improvvisazione. Bisogna conoscere benissimo il territorio in cui si lavora, i singoli negozi, ogni tipo di attività, da quella artigianale e tradizionale a quella più innovativa e di tendenza. È fondamentale instaurare un buon rapporto con i titolari dei negozi e soprattutto bisogna saper ascoltare, capire e interpretare il cliente. La interruzione.

Toglimi una curiosità: chi sono i tuoi clienti? Chi si rivolge a una personal shopper?

“Non pensare che siano tutti vip o personaggi ricchi e famosi - mi spiega Cinzia pazientemente - i miei clienti sono anche donne e madri che lavorano e hanno pochissimo tempo a disposizione;

 **Federica Franzini**

Incrociamo le agende. Il nostro contatto ha un'agenda fitta e non è stato semplicissimo fissare un appuntamento. Fatalità, il buco sulla sua agenda corrisponde con l'unico buco della mia. Non posso tirarmi indietro: appuntamento confermato. L'ironia della sorte: io che scorro con indifferenza davanti a centinaia di vetrine... io che di base mi vesto di nero perché abbinare due colori diversi mi risulta troppo faticoso... io che sono talmente essenziale da non aver quasi mai pronunciato la parola accessori... Come andrà?

11 novembre, ore 11. Ci siamo date appuntamento in stazione a Vicenza. **Cinzia Fassetta**, la nostra personal shopper, è di Venezia, ma per esigenze particolari o per qualche cliente speciale non ha problemi a spostarsi.

Sono un pochino prevenuta. La sto aspettando sulla banchina della stazione e penso: dopo il personal trainer, il personal shopper. Ma ti pare che nessuno è più capace di arrangiarsi? E intanto me la immagino: una pseudo modella in prepensionamento, griffata dalla testa ai piedi e esagerata-

❖ 5 novembre.
Riunione di redazione: nel prossimo numero decidiamo di parlare del personal shopper. Abbiamo un nominativo interessante. Chi scrive il pezzo? Io non ci tengo particolarmente...

*Nella pagina
Cinzia Fassetta
in giro per negozi*



sono giovani, spesso uomini, che mi chiedono un po' di consulenza d'immagine o di rifargli il guardaroba quando, per esempio, un nuovo ambiente di lavoro suggerisce un determinato stile... Ma il mio cliente è anche il turista che cerca un pezzo d'artigianato (vero) piuttosto che un capo di sartoria; o ancora un uomo d'affari che in mezz'ora cerca un regalo decente da portare a casa ai figli". Cinzia continua l'elenco ma il mio pensiero si stacca. Rivedo la solita scena: viaggio di lavoro, rimango fuori casa più di qualche giorno, prometto un piccolo pensiero a mia figlia (perché m'illudo che l'attesa del regalino l'aiuti a sopportare meglio il distacco). E tutte le volte, il solito copione: la sottoscritta compra desolata una sciocchezza al duty free dell'aeroporto. Mi sto facendo convincere: il personal shopper ha un senso. Intanto usciamo. Passeggiamo per il centro storico, mi commenta le vetrine. Entriamo in qualche bel negozio: ha già un'idea molto chiara di quella che sono. Mi consiglia tessuti morbidi, in fibra naturale, abiti con un taglio regolare. Ma mi suggerisce anche di aggiungerci qualcosa, tipo una semplice cintura... che mi valorizzi il giro vita.

Ma il personal shopper non vive di boutique?

"Assolutamente no - mi smentisce Cinzia- o meglio non esclusivamente. Il personal shopper deve saper scovare il pezzo giusto per il suo cliente. E ci sono determinati reparti in determinate catene che offrono prodotti con un ottimo rapporto qualità prezzo. Se uno vuole un capo firmato, non ha bisogno di me. Entra semplicemente nel negozio dello stilista che trova, assolutamente da solo, in tutte le città del mondo. Il mio lavoro è più personal, appunto. E lavorare per valorizzare la singolarità e l'esclusività di ogni persona è un aspetto che mi affascina molto".

Ma non riceduta su questa nuova professione, nonostante io e Cinzia concordassimo pienamente che non diventerà mai un servizio per tutti. Comunque non son riuscita a comprar nulla, ma solo perché non c'è stato il tempo, giuro! ■

Entriamo
in un
negozio...
ha già
un'idea
molto
chiara di
come sono



Chi è il personal shopper?

Paolo Cogo

Ricerca su Internet: personal shopper. Dove? In Veneto. Ecco, trovato: Styleandshop.com. Consulenti di immagine, wedding planners, acquisti su commissione, shopping tours.

Propongono di tutto. Ma chi sono? Come sono organizzati? Come lavorano? Il contatto di questa agenzia è sempre lei, Cinzia Fassetta.

Quanti sono i personal shopper?

Molto pochi in Veneto, si possono contare sulle dita di una mano.

Come deve essere un buon personal shopper?

Deve conoscere il cliente prima dell'incarico, organizzarsi e capire cosa proporre in base alle esigenze e i budget del cliente.

Può essere un lavoro che permette di vivere?

Nel mio caso sì, anche perché ci vuole molto tempo per la preparazione, e poi un personal shopper non è solo un accompagnatore di acquisti, ma è un consulente di immagine a tutti gli effetti.

Qual è la tariffa di un personal shopper?

Si parte dai 35-40 euro l'ora per arrivare abbondantemente sopra i cento. Ma tutto dipende dal tipo di richiesta, dalla difficoltà della ricerca, dall'urgenza.

Dove lavora?

È sempre meglio lavorare nell'area che meglio si conosce, anzi è ancora meglio se ci si specializza su qualcosa di specifico, chi sugli abiti, chi sui vini, proprio per essere sempre aggiornati su un determinato tema.

Si fanno dei corsi di formazione?

Sì, finora io stessa ho tenuto 7-8 corsi con una decina di studenti per corso. Ora so che il 10% di quegli studenti ha aperto la propria attività di personal shopper, questo è un successo.

C'è un titolo di studio?

C'è solo l'attestato di partecipazione. Non ci sono riconoscimenti fiscali per questo lavoro, quindi per fare questo lavoro bisogna essere iscritti in categorie come "servizi di consulenza e formazione".

Quali sono le caratteristiche principali per essere un personal shopper "professionista"?

Curiosità, buon gusto, doti organizzative e comunicative, apertura mentale a 360°. E poi è sempre meglio conoscere le lingue straniere.