

Nuove professioni

In un libro i segreti dei personal shopper tra Milano e Londra

Massimiliano Del Barba

Una passione, quella di battere tutte le vetrine e di far impazzire i pur pazienti commessi del centro alla ricerca dell'abbinamento perfetto, che è diventata una professione. Talmente di successo da trasformarsi addirittura in un libro. Che, dato il volume di copie vendute, dopo appena una manciata di mesi è già in corso di ristampa.

Lei si chiama Monica Sirani, si occupa di shopping ed è l'autrice di *Professione personal shopper* (Franco Angeli, 128 pagine, disponibile anche in versione e-book), il primo libro edito in Italia dedicato al business della consulenza negli acquisti. «In realtà - spiega l'autrice - si tratta di una guida pratica che ha l'ambizione di fornire gli strumenti fondamentali per capire, avviare e gestire l'attività di consulenza e l'insieme dei servizi riguardanti il mondo dell'acquisto. Alla parte teorica, in cui ho cercato di affrontare tutti gli aspetti fondamentali per la progettazione e l'avviamento di questo mestiere come la formazione, la creazione di un business plan e la strutturazione dei servizi, si affiancano sezioni decisamente più operative che raccolgono testimonianze, suggerimenti pratici e documenti utili per trasformare con successo un hobby fra i più diffusi, ma anche costosi, in un business di successo».

Questione di gusto, certo, ma c'è dell'altro. Come l'esperienza e una certa capacità predittiva necessaria a interpretare i nuovi trend. Non a caso, il testo ruota attorno alla parabola professionale di Monica.

Trent'anni, originaria della bassa bresciana, si è laureata in scienze della comunicazione a Milano per poi atterrare sul pianeta moda attraverso un master in Fashion marketing al London fashion college e un'esperienza come style manager in una boutique di lusso della City. Ed è lì che le è venuta l'idea. Oggi è alla guida di Personal shopping Milano, un'azienda con dieci collaboratori che si muove fra Milano, Londra e la Versilia: «All'inizio - prosegue - i clienti erano soprattutto stranieri, in particolare russi e arabi innamorati dello stile italiano. Ma col tempo anche i milanesi hanno cominciato a contattarci. Ci arrivano richieste fra le più disparate e noi studiamo soluzioni specifiche in base al fisico del cliente. Facciamo addirittura l'analisi del guardaroba». E non solo donne fashion addicted: «Spesso sono persino i manager in carriera a chiamarci. Devono fare un regalo alla figlia o alla moglie e non hanno né tempo né voglia di passare il sabato pomeriggio a fare le vasche in centro. Beh, rispondiamo loro, *no problem*, ci pensiamo noi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

