



L'ESTETICA DEL BUSINESS

Tutti i trucchi per entrare in vetrina e farne un negozio

di **Vittorio Feltri**

■ Forse non tutti sanno che i vetrinisti italiani sono considerati tra i migliori del mondo. Hanno una grande tradizione, scuole di buon livello e spesso una preparazione che consente loro di farsi notare per buon gusto e capacità di allestire «scenografie» in grado di attirare l'attenzione del pubblico, cioè dei clienti, bisognosi di essere suggestionati dal modo in cui è esposta la merce.

Quello del vetrinista è un mestiere che si impara sul campo, con la pratica e con l'esperienza, ma richiede anche una certa inclinazione che non è esagerato definire di tipo artistico. Una bella vetrina, ricca al punto giusto, che metta in rilievo non solo i prodotti più preziosi, ma che ne esalti la qualità e l'estetica, incanta i passanti e accresce in loro il desiderio di possederli. In sostanza li invita a entrare nel negozio.

Per disporre armonicamente la mercanzia serve parecchia cura per non creare confusione e non disperdere l'interesse del potenziale acquirente, il quale va catturato ponendo in primo piano gli oggetti commerciabili, quelli di moda. Si tratta di dare corpo ai sogni di chi non compra tanto per comprare (e che di solito vi rinuncia) ma di chi spende allo scopo di soddisfare il proprio ego e di sentirsi ammirato.

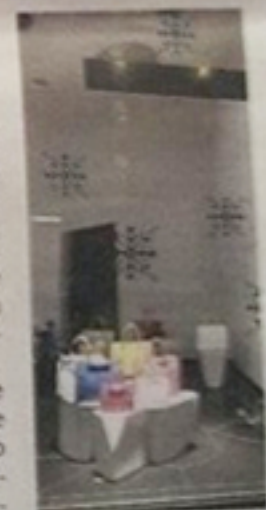
Spiegare la tecnica vetrinistica in un articolo di giornale comporta un rischio: quello della banalità. Eppure non c'è operatore nel ramo che non conosca a fondo i trucchi del mestiere. Che si apprendono

Attirare i clienti è un'arte e gli specialisti più bravi sono italiani. Ecco dove diventarlo

abbastanza velocemente da un maestro vetrinista di lungo corso. E come si fa a trovare un insegnante all'altezza del compito? Molto semplice. Basta affidarsi all'Associazione Vetrinisti & Visual europei, presieduta da Giuseppe Marco Pasquarella, che organizza dei seminari della durata da sei a sessanta ore riservati a giovani promesse e a professionisti già scalfati: una sorta di aggiornamento che fornisce nozioni utili per varie specializzazioni.

Occorre sapere che non tutti gli addetti alle vetrine sono in grado di proporre con efficacia ogni genere merceologico. Bisogna che coloro i quali intendono allargare il campo d'azione non si stanchino di assimilare nuovi sistemi per andare incontro alle esigenze di qualsiasi commerciante. Tra l'altro l'Associazione è pronta a indirizzare i giovani alle prime armi, dando loro consigli sulle scuole da frequentare onde non avere problemi in un lavoro creativo e ben remunerato, se svolto con passione e professionalità.

A qualcuno è venuta voglia di diventare vetrinista? Per superare ogni ostacolo si rivolga alla seguente e-mail: vetrinistievisualiuropei@gmail.com. Avrà le dritte per entrare in un settore in cui le soddisfazioni, anche economiche, non mancano.



IN BELLA MOSTRA. In alto: le vetrine della Rinascenza a Milano. Qui sopra: Hackett, accanto: una vetrina di Fragiaccino. Sotto: il negozio Blumarine in via della Spiga a Milano.

