Basta modelle in discoteca

anzelika-aladovic-31bd26bb

Le modelle sono utili per incrementare il business e attirare la clientela? Dipende. Ecco l’opinione di gestori, responsabili casting e dirette interessate.

Punto uno: attenzione a non confondere le modelle con le ragazze immagine. *"Le prime lavorano come indossatrici e fotomodelle attraverso un’agenzia che le rappresenta e che si occupa di segnalare loro casting ed eventi. In discoteca arrivano in gruppo capitanate dal proprio PR, non pagano l’ingresso e godono di un tavolo nel privé prenotato dall’agenzia"*.

Non percepiscono un gettone presenza e di conseguenza non sono obbligate a intrattenere in alcun modo i clienti. Le ragazze immagine, invece, spesso studentesse di buona famiglia, carine e con dimestichezza con l’inglese, lavorano a pagamento qualche sera a settimana in discoteche nei panni di animatrici», spiega Nicolò Casini, responsabile casting dell’agenzia Stars Management di Paolo Chiparo e Fabio Scarpati.

Detto questo: *"Il connubio modelle e discoteche è nato in modo spontaneo negli anni ’80 a Milano, capitale del fashion, in locali come Amnesy, Hollywood e Old Fashion, caratterizzati da un target di riferimento internazionale. In un secondo tempo, complice la crisi del settore, alcune agenzie hanno iniziato a offrire a pagamento il servizio di modelle animatrici, richiesto dalle discoteche di provincia per darsi un tono. Nulla a che vedere con la realtà autentica del circuito fashion che fa capo a Milano, dove le modelle scelgono di frequentare liberamente un locale piuttosto che un altro"*, precisa Roberto Cominardi, titolare dell’Old Fashion.

Che poi aggiunge: *"Le modelle vivono nel capoluogo lombardo, non a Torino, Verona o Napoli. Ospitarle in una disco di provincia è un’operazione di marketing che, secondo me, perde di significato in quanto falsa e poco credibile. Tra l’altro, nei club fuori Milano non arrivano mai le testimonial degli stilisti numero uno, ma le giovani emergenti. In questi casi, il loro ruolo non è molto diverso da quello delle ragazze immagine. E allora, meglio investire in animazione, meno cara e magari pure più competente"*. E scettico è pure Alessandro Piva, direttore della comunicazione e degli eventi del

Papeete Beach di Milano Marittima, succursale estiva del The Beach di Milano: *"Noi non paghiamo modelle o ragazze immagine perché tra le nostre clienti ci sono già splendide fanciulle. Può essere un servizio utile per i locali frequentati da uomini d'affari o imprenditori, che prenotano il tavolo nei privé e, per divertirsi di più, chiedono la presenza di una ragazza immagine con cui chiacchierare», commenta. Detto questo, puntualizza: «La presenza di modelle, inoltre, non è una forza di traino per avvicinare i giovani, che le percepiscono come inarrivabili"*.

Come si crea un locale fashion?

"Per richiamare modelle e personaggi dello spettacolo occorre creare un'infrastruttura pronta ad accogliere questo tipo di clientela. Funzionali, a tal fine, sono Pr, partnership con le agenzie, eventi e party. Anche il genere di musica e il target di frequentazione incidono: essere un locale fashion significa fare parte di un circuito. Craig David, per esempio, è stato nella mia disco perché prima di lui c'era stato pure Leonardo Di Caprio. Ed è il motivo per cui l'Old Fashion è sempre pieno di modelle" spiega Cominardi.

Meglio avvalersi di un'agenzia o lavorare direttamente con modelle e ragazze immagine?

"Non c'è dubbio: suggerisco di affidare la gestione dell'evento a un'agenzia di professionisti, che diventa responsabile anche dell'adempimento della normativa vigente in materia. Inoltre, è meglio che il gestore non disperda il proprio tempo trasformandosi in un manager per le ragazze immagine", risponde ancora Cominardi. Sulla stessa linea Nicolò Casini: *"L'agenzia assicura efficienza, puntualità e trasparenza. Il rischio che una presunta modella desideri guadagnare come escort è, infatti, sempre dietro l'angolo"*.

E ancora, la modella Arianna Anelli osserva: *"I locali che, invece di agenzie, puntano su Facebook o sul passaparola tra conoscenti per ridurre i costi, spesso non sono affidabili. Bisogna stare attente: il confine tra modella ed escort è diventato sottile"*.

Quanto costa il servizio di modelle e di ragazze immagine?

"Il mercato ha subito un crollo dei prezzi. Ricordo ancora quando, solo dieci anni fa, guadagnavo quasi 300 euro netti per lavorare tre ore di notte come modella d'animazione. Oggi i compensi difficilmente superano i 150 euro e si lavora il doppio delle ore", ricorda la modella Anzelika Aladovic. Detto questo, *"la cifra destinata a modelle o ragazze immagine non deve superare il 10-20% del costo della serata. Il rischio, diversamente, è di trasformare la disco in un night. Le parole chiave per avere successo sono divertimento e semplicità: la componente del privé non deve essere predominante"*, suggerisce Cominardi. Per attirare una maggiore presenza femminile, Nicolò Casini consiglia infine di

destinare parte del budget a modelli o ragazzi immagine. *"Un’attività ancora poco diffusa, che garantisce ottimi ritorni"*.