



Con Oki Doki vado al LAVORO FELICE

Maria Luisa Cutore ha aperto il suo negozio second hand in affiliazione a Scandicci, un comune della città metropolitana di Firenze. Oggi, dopo circa un anno e mezzo, tira le prime conclusioni di questa esperienza di successo e di soddisfazione personale.

“Io sono stata al negozio di Prato, aperto da Silvia Bertini, la franchisor del brand, portata da una mia cara amica che già si serviva da lei” comincia così il racconto di Maria Luisa Cutore che, **come molti franchisee, è stata prima che affiliata, una cliente del brand Oki Doki**, specializzato in abbigliamento di seconda mano. “In quel periodo ero senza lavoro e chiesi se cercavano personale... Silvia mi spiegò che non assumeva, ma mi propose di aprire un mio negozio. Mi confrontai con mio fratello Aldo, che era anche lui in cerca di occupazione e, a differenza mia, aveva anche una lunga esperienza nel settore abbigliamento

e decidemmo di aprire il nostro punto vendita”. Le abbiamo chiesto di raccontarci più nel dettaglio la sua esperienza.

Quali sono state le tappe che ti hanno portato ad aprire il negozio?
Ho conosciuto Silvia circa tre anni fa e un anno e mezzo fa ho finalmente aperto il punto vendita a Scandicci, nell'aprile del 2022. La ricerca della location è stata complessa, perché non è stato facile **individuare la zona giusta, con un affitto che mi permettesse di sopravvivere, ma che fosse anche di passaggio oltre che con un accesso per le macchine e la possibilità di**

parcheggio. Chi porta la merce in conto vendita da me deve poter arrivare in macchina fino al negozio! Uno dei lati positivi di questa attività è che il budget iniziale non è inarrivabile, all'incirca sui **6-8mila euro**, tutto compreso, ovvero arredamento, spese legate all'inizio della gestione, l'anticipo sull'affitto del negozio, l'agenzia che ci ha aiutato e i primi acquisti per iniziare. Non ho avuto bisogno di finanziamento perché il capitale iniziale l'ha messo mio fratello, che però non è a tempo pieno in forza al negozio, ha una collaborazione part time. La titolare del punto vendita sono solo io.

Come ti ha aiutato il franchisor?
Innanzitutto, proprio nella ricerca dell'area commerciale adatta, sia in termini di prezzo che di clientela. Il second hand, per esempio, non è adatto in centro città e non sarebbe stato approcciabile neppure in termini di costi. **Il franchisor mi ha supportato con la formazione** prima di iniziare, perché la gestione dell'usato in conto vendita è particolare, **bisogna imparare a usare un software** oltre che a scegliere bene i capi che si intendono prendere e rivendere. Silvia Bertini, comunque, mi è sempre vicina e mi aiuta ogni volta che ne ho bisogno anche sulle piccole difficoltà quotidiane, i dubbi su un vestito per esempio.

A che target vi rivolgete?
Il nostro non è un mercatino, siamo un negozio di abbigliamento vero e proprio. Non trattiamo il vintage, anche se firmato, abbiamo solo merce il più possibile di tendenza e non andiamo sotto al livello di capi tipo H&M, per intenderci. Non ci sarebbe guadagno, né per noi né per la cliente, se si andasse sotto questo livello perché i prezzi, anche del nuovo, sono già molto bassi. **Da noi compra-**



Uno dei lati positivi di questa attività è che il budget iniziale non è elevato: circa 6-8mila euro.

no, e vendono, soprattutto donne intorno ai 40-60 anni, ma mi piacerebbe che il target scendesse un po' in termini d'età. I ragazzi, oggi, sono così attenti all'ambiente e al riciclo degli oggetti, che credo che il retail second hand sia proprio nelle loro corde! Sarebbe anche un modo per risparmiare. Comunque io in prima persona credo in questi valori, io sono l'attività che svolgo: non mangio carne e sono attenta a non sprecare nulla.

Come vi fate pubblicità?
Lavorare sui **social** funziona tantissimo, ma non sempre riesco a starci dietro. Mi faccio aiutare dagli amici per le foto e la pubblicazione. Collaboriamo molto con il franchisor anche in questi termini, per intenderci ci passano immagini da pubblicare e sto frequentando un corso proprio per la gestione di questa attività. Ma è importante lavorare sulla collezione del proprio negozio: chi ci segue a volte ci scrive per mettere da parte un capo che è stato visto sui social... **Non facciamo e-commerce vero e proprio, ma siamo disponibili a venire incontro alla cliente** che vede qualcosa online che le piace. Vale soprattutto per gli accessori, le borse, che non devono essere neppure provate.



Più di 9.000 i clienti venditori di Oki Doki



13 negozi sul territorio italiano



25 miliardi di euro il mercato del second hand



“

Il mio è più che un negozio, le clienti che entrano trovano un piccolo spazio dove passare anche del tempo.

”

”

piacerebbe ampliare l'attività. Ove-
ro **trovare magari un'altra location più grande, che mi permetta di gestire più merce.** Oggi trattiamo esclusivamente abbigliamento femminile e accessori, scarpe e soprattutto borse, un po' di bigiotteria e cosmetici. Con più spazio potremmo trattare anche la moda uomo. Anche un secondo negozio, perché no, mi piacerebbe, ma prima devo convincere mio fratello...

Q **Qual è per te la difficoltà più grande?**

Essendo che non sono proprio del settore, per me è stato sempre un po' difficile scegliere il capo giusto. Capire quello che funziona e quello che non può andare. Per questo mi faccio aiutare da una ragazza giovane e appassionata di moda. **E anche decidere il prezzo giusto** non è semplice, non troppo alto, ma neppure troppo basso. Ma io credo che sia soprattutto una questione di esperienza, dopotutto sono in questo settore solo da un anno e mezzo!

Q **Che cosa ti piace della tua attività?**

Che tutte le mattine mi sveglio e **sono felice di venire in negozio a lavorare.** Io mi sono occupata di tante attività differenti, dall'estetista all'educatrice in un nido, ma non sono mai stata così soddisfatta. Il negozio è una cosa mia e vedere che funziona, in particolare lo scorso Natale è andato così bene, mi motiva, mi fa credere di potercela fare, insomma mi dice che sono brava, che se mi impegno ce la posso fare. Questo è un dono!

Monica Bianchi

TUTTI VOGLIONO UNA SECONDA VITA!

Il mercato dell'usato sta vivendo un momento di particolare successo e anche di trasformazione. Sempre più persone sono alla ricerca di soluzioni sostenibili, specialmente nel settore della moda e il marchio Oki Doki rappresenta il punto di congiunzione perfetta tra fashion, sostenibilità e accessibilità. Oltre a offrire capi di grandi firme (e non solo), il brand garantisce standard elevati di igiene e qualità. Il negozio dell'usato con Oki Doki ha cambiato faccia: non più il mercatino di cianfrusaglie dove è difficile orientarsi, e anche fare affari, ma un vero e proprio negozio di abbigliamento multimarca dove è piacevole curiosare e fare acquisti che fanno anche bene all'ambiente.