

# IL PERSONAL SHOPPER SBARCA IN VENETO

Un agguerrito arsenale di carte di credito e uno stoico cavalier servente disposto a trasportare pile di pacchi griffati, sembravano essere fino a ieri l'unico equipaggiamento necessario alle irriducibili dello shopping. Ma i diktat del lusso si evolvono vertiginosamente e pare che l'imperativo categorico dello chic oggi sia un altro: ingaggiare un esperto personal shopper che ci sollevi dall'estenuante affanno di correre da una boutique all'altra, conducendoci subito nel negozio giusto o procacciando per noi i capi e gli oggetti più esclusivi.

Vezzo da diva hollywoodiana? Lusso principesco? Se fino a poco tempo fa tali servizi restavano appannaggio di pochi eletti o celebrità, negli ultimi anni la crescente diffusione della figura professionale del personal shopper è andata di pari passo con l'ampliarsi di un bacino di utenza sempre più sensibile al fascino del lusso e ai ritmi frenetici dei tempi moderni. E non soltanto nei centri a più alta densità di fashion victim, come Roma o Milano, ma anche presso la clientela più abbiente del Veneto, che identifica il suo epicentro, manco a dirlo, proprio a Venezia.

"E' cominciato tutto tre anni e mezzo fa - racconta la veneziana Cinzia Fassetta, pioniera del personal shopping veneto -. Ho seguito a Londra un corso ad hoc indetto dall'Istituto Marangoni di Milano, ma poi ho fatto una scelta precisa e ostinata: tornare a lavorare qui, nel mio territorio". E, resistendo alle "sirene" dei santuari nazionali della griffe, come il leggendario quadrilatero della moda milanese o l'altrettanto noto tridente romano (via Condotti, viadel Corso e via del Babuino), Cinzia Fassetta si è dedi-



**Cinzia Fassetta**

cata con profitto alla sua professione trasformandosi, al tempo stesso, in una tenace ambasciatrice del made in Venice.

"I clienti più esigenti, magari stranieri, che scelgono di fare acquisti a Venezia sono spesso alla ricerca dell'oggetto unico e originale, che rappresenti un'alternativa non scontata rispetto al lusso un po' massificato delle grandi firme multinazionali - osserva -. Per questo io talvolta propongo loro le raffinate tessiture tipicamente veneziane di Bevilacqua o Fortuny, le rinomate calzature di Caovilla o anche le manifatture di artigiani locali meno noti, ma altrettanto pregevoli".

E dal consiglio per l'acquisto al suggerimento mirato sul look il passo è talmente breve che, nella sua intensa e variegata attività, Cinzia Fassetta ha affiancato al servizio di personal shopping anche quello di consulenza di immagine: "E' inevitabile la difficoltà di valutare se stessi in modo obiettivo -

continua -. L'errore più comune, soprattutto da parte delle donne, è quello di voler inseguire a tutti i costi l'ultima moda o il trend del momento, senza domandarsi se ciò che gli stilisti propongono sia di volta in volta compatibile con la propria tipologia fisica o il proprio modo di essere. Il mio tentativo è quello di aiutare il cliente a valorizzarsi attraverso la ricerca di uno stile personale".

Non è infrequente che il personal shopper, d'intesa con le boutique di fiducia, recapiti perfino al domicilio del cliente i capi d'abbigliamento da provare e scegliere. Ma qual è il corrispettivo adeguato per un servizio così attento? "Il compenso può essere calcolato a percentuale e, più spesso, a tariffa oraria, cioè a giornata o mezza giornata - spiega -. In città come Roma o Milano, dove la concorrenza è molto più agguerrita che a Venezia, un personal shopper può guadagnare tra i 500 e i 1.000 euro a giornata".

E quali possono essere le richieste più stravaganti? "Mi è capitato un cliente tedesco che cercava una bottiglia di vetro di una particolarissima tonalità di verde e, dopo laboriose ricerche, l'abbiamo trovata acquistando un vino pregiato imbottigliato nel vetro giusto - conclude Cinzia Fassetta -. Spesso però i casi più singolari riguardano l'abbigliamento o gli accessori per cani: alcuni clienti chiedono addirittura collari-gioiello con diamantini o incisioni d'oro per il proprio animale. E il bello di questo lavoro è anche l'imprevedibilità delle situazioni: a volte un personal shopper può ritrovarsi perfino a fare il dog sitter".

**Yamina Oudai Celso**