

DONNE IMPRENDITRICI

Clementina Perin, titolare di "ModeTina" festeggia i 35 anni di attività

Un atelier su misura

Gli abiti sono personalizzati a seconda del cliente in modo da renderli unici

di Raffaella Mestroni

Entri e sei avvolta da un'atmosfera vagamente spagnoleggiante. Il bianco candido delle pareti, della scala che spezza il rigore degli spazi e delle colonnine che compongono la ringhiera del soppalco, è mitigato dai colori e dalle fantasie degli abiti disposti in un organizzato disordine. Piante rigogliose sono strategicamente posizionate accanto a mobili per i quali si indovina un paziente e accurato lavoro di ricerca. Nulla è lasciato al caso da "ModeTina", (nel cuore del centro San Marco tra Pozzuolo del Friuli e Mortegliano) un negozio/atelier/salotto gestito con maestria da Clementina Perin, sorriso accattivante, sguardo diretto e fisique du role. È perfetta, nel suo completo nero sportivo ma molto femminile, ravvivato dai gioielli giusti e da una maglietta bianca semplice e raffinata. Parla a ruota libera e racconta con entusiasmo dei suoi trentacinque anni di attività, gratificanti e vissuti all'insegna della passione per il lavoro.

"Sono una donna fortunata, lo so - ammette - perché ho potuto cominciare, seguendo quella che era sempre stata un'aspirazione, grazie a mio padre Egidio che ha creduto in me e mi ha aiutata a rilevare un negozio a Lavariano (una sorta di emporio che vendeva di tutto, dal "Tide" ai veli per andare a Messa, dai bottoni, cerniere e filati ai prodotti per la casa)



Clementina Perin fotografata assieme al marito Gianfranco Campaner

che io pian piano ho trasformato. Un ruolo importante lo ha avuto anche mio marito, il quale mi ha convinto a proseguire e rilanciare quando volevo abbandonare tutto".

Il "salto" Tina lo ha fatto nel 1999, "precisamente il 19.09.1999, una data che ricordo veramente quasi con commozione - spiega - perché quel giorno ho inaugurato questo spazio, spostando l'attività da Lavariano". Una scelta che si è rivelata vincente "perché le mie clienti affezionate mi hanno seguita e il passa parola ha fatto il resto".

Particolare, mettibile, elegante, sono le caratteristiche dei modelli che Tina propone alle sue clienti "ma per coniugare queste tre qualità - precisa - c'è un solo percorso da seguire: l'abito va fatto praticamente su misura". Come? Attraverso speciali accordi

presi con le case di moda che forniscono il modello base. "Noi lo personalizziamo addosso alla cliente. Se l'abito piace ma è troppo lungo, si accorcia; se sta bene addosso ma la cliente lo vuole più aggressivo si aggiunge una balza o un ricamo vistoso. Insomma lo si "lavora" in modo da renderlo unico".

L'unicità è un chiodo fisso di questa instancabile ed entusiasta signora che non ha avuto timore di "snobbare" le grandi firme. "Io pretendo l'esclusiva - chiarisce - perché non posso accettare che gli abiti del mio negozio si trovino anche negli out-let delle vicinanze e nemmeno nei punti vendita dei dintorni. Voglio evitare l'omologazione dell'offerta". E allora? "E allora da parecchi anni ho privilegiato gli stilisti emergenti, dei quali vado a caccia frequentando fiere, sfilate, eventi di moda in

tutto il mondo". Matilde Kano, una firma spagnola molto femminile, Raffaelli, una linea da sposa giovane e innovativa e perfino una

ditta turca, scovata da poco "ma incredibilmente bella e originale" le proposte più singolari. Contraria alle aperture domenicali ("non sono un servizio in più - afferma decisa - anzi. L'eccesso di afflusso disturba chi vuole provare e scegliere gli abiti con calma"), ma flessibilissima negli orari ("se una cliente ci telefona, noi siamo qui fino a tardi la sera e la aspettiamo"), sta addirittura meditando di aprire nel primo pomeriggio e lavorare poi fino alle 21, "perché, a mio parere - conferma - è questo il servizio di cui la donna oggi ha bisogno".

Servizio, disponibilità e innovazione sono gli elementi indispensabili per essere competitivi. "Innovazione sì, anche nel commercio - chiarisce - che

significa proporre eventi dove la sfilata è solo un momento, o piccole iniziative come quella che abbiamo appena avviato. Per festeggiare i 35 anni di attività ho chiesto alle clienti di mandarmi una foto nella quale indossavano un abito acquistato da me. Suddivise in 10 categorie (retrò, romantico, sportivo...) le immagini sono state selezionate da una giuria che ha individuato, per ogni sezione, la migliore, alla quale è andato un buono acquisto.

L'iniziativa ha riscosso tanto successo da convincerci a proseguire, creando "Protagonista sei tu", uno spazio apposito (abbiamo appena cominciato) sul nostro sito web www.modetina.it da trasformare in una vera e propria galleria del bel vestire".



"ModeTina" è nel cuore del centro San Marco tra Pozzuolo del Friuli e Mortegliano