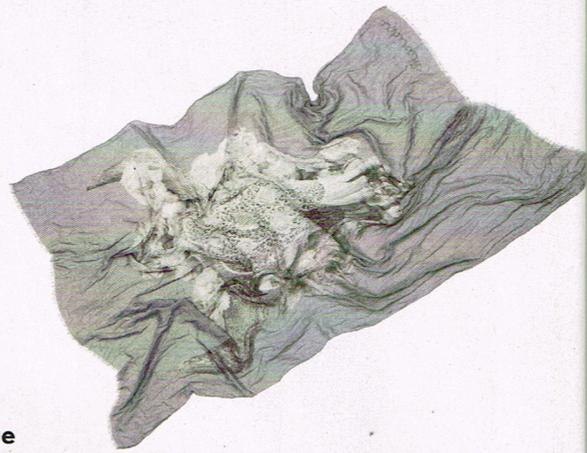


LES ÉCHARPES GRIS-GRIS DE FANNY CALUORI

Chics et bohèmes, sauvages et romantiques, mais aussi protectrices. La jeune trentenaire vaudoise Fanny Caluori imagine des écharpes à message. Sa marque, Manidou, lancée en 2012, est désormais vendue à Saint-Tropez.

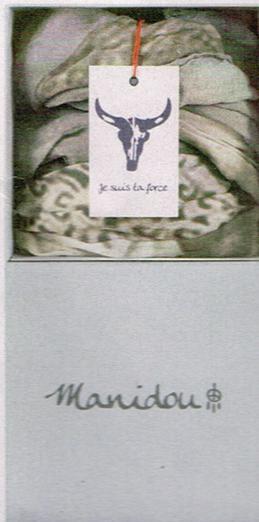


La mode n'a jamais eu de secrets pour Fanny Caluori, qui a grandi dans cet univers, entre les pulls de toutes les couleurs et les chemisiers aux teintes fraîches. «Mes parents avaient des magasins de prêt-à-porter italien. Alors, forcément, à la maison, on parlait mode», se souvient-elle en riant. Après des études en relations internationales à Genève, Fanny Caluori travaille pendant trois ans pour une marque suisse de joaillerie avant de passer un master en Fashion, Experience & Design Management à l'Université Bocconi de Milan. Elle enchaîne ensuite avec un passage chez Salvatore Ferragamo, à Florence, où elle collabore au lancement d'une nouvelle ligne de bijoux. Si elle se concentre sur l'aspect management du luxe, la jeune femme ne laisse pas pour autant sa créativité de côté. «J'avais pris l'option arts visuels à la maturité. La création, sous toutes ses

formes, a toujours fait partie de ma vie. Du reste, j'ai fait moi-même le logo, le site et le packaging pour ma marque.» C'est pendant qu'elle prépare son master qu'elle a l'idée de créer sa marque, dont elle a déjà dessiné les modèles. «Je voulais faire des accessoires car les femmes les adorent, raconte-t-elle. Je me suis demandée ce que je portais moi-même, un sac, un bijou... J'ai tout d'un coup réalisé que j'avais toujours un foulard sur moi. En plus, comme je ne trouvais jamais ce

que je voulais dans les magasins, c'était l'occasion de lancer mes écharpes.» Mais pas n'importe lesquelles. Celles de Fanny Caluori portent des symboles protecteurs puisés dans différentes cultures: le scarabée égyptien qui signifie «je tiens fort à toi»; l'attrape-rêve «je te protège»; le buffle «je suis ta force» et le gri-gri qui est associé à un message porte-bonheur «je suis ton gri-gri». Côté matières, l'extrême douceur s'imposait, le nom de la marque Manidou étant inspiré du mot mains en italien et de l'adjectif doux en français. Les écharpes, déclinées dans des teintes naturelles – beige, blanc cassé, gris, kaki – et réalisées dans des mélanges de soie, cachemire ou modal, sont d'une légèreté extrême. «C'est une manière de porter ses rêves autour du cou», résume Fanny Caluori. Les siens la mènent vers de nouveaux projets avec le lancement, en octobre, d'un nouveau symbole – le lion – et une ligne de bijoux, en or 9 carats et en plaqué or, actuellement à l'étude. Une histoire à suivre.

ODILE HABEL



Infos:

Pop Up Store Manidou,
du 7^e oct au 31 déc,
Galeries Saint-François, Lausanne.
www.manidou.com