

# SOUS LE SOLEIL EXACTEMENT

**TENDANCE.** Déçue de l'offre existante, Letizia Cramer, galeriste à Genève, s'est associée à une amie pour lancer une ligne de maillots de bain au succès inattendu.

WILLIAM TÜRLE

**L'**une est banquière à Singapour, l'autre anime une galerie d'art à Genève. Yu Chia Min et Letizia Cramer se sont rencontrées dans la ville asiatique. Ensemble, elles ont lancé l'année dernière la marque de maillots de bain Mileti avec un succès inattendu et spectaculaire (10 000 pièces fabriquées par collection!), dopé par de larges retombées dans la presse. Avec leurs jolis maillots, les deux associées surfent sur la vague, elles seront présentes en juillet au Miami Swim Show, capitale mondiale du maillot de bain où se retrouvent chaque année les acheteurs internationaux, afin de présenter une troisième collection très enjouée.

**Manque de choix.** Tout débute donc à Singapour, ville dans laquelle les expatriées ne tardent pas à faire connaissance: «Le mari de ma partenaire est de Genève et nous nous sommes rencontrés peu après mon arrivée à Singapour, en janvier 2010», raconte Letizia Cramer, 31 ans. Sa comparse, Min, 32 ans, a travaillé dans le secteur bancaire plusieurs années. Letizia est pour sa part active dans le milieu de l'art: elle gère une galerie à Genève – Cramer Contemporary à Plainpalais – et est marchande d'art contemporain. Comment, dans ce contexte, leur est venue l'idée de créer une marque de maillots de bain? «A mon arrivée à Singapour, il était impossible pour



PHOTOS: MILETI

**CONFORTABLES ET ABORDABLES** Lancés en 2011, les maillots de bain Mileti connaissent un succès florissant à travers le monde.

moi de trouver un joli maillot de bain bien coupé et à un bon prix, poursuit Letizia Cramer. J'en ai parlé autour de moi, et les gens se sont beaucoup plaints du manque de choix concernant maillots et bikinis. Min et moi avons donc décidé de les réaliser nous-mêmes et de monter cette marque ici, à Singapour.»

**Variété des styles.** La première collection est lancée en mars 2011. Aujourd'hui, leur marque – baptisée Mileti, un condensé des prénoms des deux consœurs, qui dessinent elles-mêmes leurs modèles – est représentée à travers le monde. Elle est présente dans

des points de vente en Grèce, en Belgique, à Munich, à Dubaï, à Bangkok, aux Maldives, en Malaisie et bien sûr à Singapour. A Genève, on la trouve chez Noa et Sab's, deux boutiques situées en Vieille-Ville. Le style? Des pièces «très féminines» mais aussi «confortables et abordables»: «un mélange d'extravagance, de provocation et de simplicité», résume la créatrice. Toutes les pièces sont vendues séparément. Il faut compter environ 45 francs pour un haut et 55 francs pour un bas. Quant aux une-pièce, ils coûtent moins de 180 francs. Chaque collection compte une quinzaine de modèles.

Les couleurs sont fortes et les matériaux «exclusivement italiens», avec peu de motifs et d'accessoires «afin de garder une ligne propre et sans chichi», poursuit Letizia Cramer. Le projet est entièrement financé par les deux associées, qui ne comptent pas d'employés fixes et font fabriquer tous leurs articles directement à Hong Kong. Pour ce qui est de la clientèle visée, enfin, elle se répartit entre des pièces plus conservatrices s'adressant aux femmes de tout âge et d'autres, aux styles plus échangés et sexy, vendus à des jeunes femmes âgées entre 20 et 35 ans. ◦

LARGEUR.COM