



«Il faut vendre ce qu'on aime»

par Isabelle Bagnoud Loretan

mode 49

DOMENICO FERRARIS EST UN PERSONNAGE ATTACHANT. VOUS L'AVEZ CERTAINEMENT CROISÉ À CRANS-MONTANA OÙ IL VIENT RÉGULIÈREMENT DEPUIS TRENTE ANS. NOUS L'AVONS RENCONTRÉ DURANT LA SEMAINE DE LA MODE À MILAN.

A Milan, c'est l'effervescence, la ville accueille chaque automne les plus importants protagonistes du monde de la mode, stylistes, journalistes et acheteurs pour une semaine proche du délire. Au centre ville, à la via Pietro Mascagni, c'est bien plus calme mais tout aussi intéressant. On pénètre dans un show room du 18^e siècle, où quatre collections printemps/été 2010 attendent, prêtes à être choisies par des revendeurs. Une collection de tricots, du prêt-à-porter, des fourrures. Domenico Ferraris nous y accueille, chaleureux. Nous sommes en fait chez Giuseppe Fornelli, Nadia Iori et Laura Cerri, ils viennent de reprendre l'affaire que Domenico a débutée il y a une trentaine d'années. L'ambiance est familiale. Une belle allure, des yeux bleus rieurs, Domenico Ferraris traverse le salon avec classe. Un français parfait, un bagout attachant, il dégage une nostalgie contagieuse, celle d'une époque où l'on aimait s'habiller pour les occasions.

Originaire de Turin, Domenico Ferraris a d'abord travaillé chez Fiat dans les relations publiques avant de s'apercevoir rapidement que les voitures n'étaient pas pour lui. A l'époque, peu de grands couturiers français sont distribués en Italie. Nous sommes dans les années 70, Gunther Sachs et Brigitte Bardot lancent «Mic Mac St-Tropez», collection de vêtements estivaux très en vogue. Domenico Ferraris se trouve justement sur place et décroche l'exclusivité pour l'Italie. Il poursuit avec les

Milan is bubbling with excitement, every autumn the town hosts the most important protagonists of the fashion world, designers, journalists and buyers, for a week bordering on frenzy. In the town centre, in the Via Pietro Mascagni, things are much calmer, but still just as interesting. You enter an 18th century showroom, where four 2010 spring/summer collections await, ready to be chosen by the buyers. A collection of knitwear, ready-to-wear and furs. Domenico Ferraris welcomes us warmly. This is, in fact, the domain of Giuseppe Fornelli, Nadia Iori and Laura Cerri, who have just taken over the business that Domenico began thirty or so years previously. A family atmosphere reigns. Domenico Ferraris cuts a fine figure, laughing blue eyes, he crosses the room with class. An endearing volubility, he radiates a contagious nostalgia, that of times when people enjoyed dressing for the occasion. Domenico Ferraris, who originates from Turin, first worked in public relations for Fiat before rapidly realizing that cars were not his thing. At that time, very few of the top French fashion designers were distributed in Italy. During the 70s, Gunther Sachs and Brigitte Bardot launched "Mic Mac St-Tropez", a collection of very popular summer wear. Domenico Ferraris, in fact, found himself in the right spot and landed the exclusive rights for Italy. He continued with the great French labels such as Balmain, Givenchy, Sprung, Sherrer... At that time,



grandes marques françaises comme Balmain, Givenchy, Sprung, Scherrer... A cette époque, la mode italienne ne s'est pas encore éveillée! Mais dès les années 80, elle explose. Domenico se met alors à exporter cette fois-ci les savoir-faire de la péninsule dans le monde entier avec son associé Armando Fornelli. Rien qu'à Hongkong, ils fournissaient 32 boutiques! Domenico Ferraris ne vend pas des marques mais des produits, confectionnés par de petites usines reconnues pour leur adresse. *«Nous choisissons les tissus ensemble et créons les modèles»*. Aujourd'hui, beaucoup de choses ont changé avec la télévision, internet, la publicité et la toute-puissance des marques. Il n'y a pas que des avantages à cette mondialisation. La mode est devenue un peu trop uniformisée au goût de Domenico: *«Les femmes s'habillent aujourd'hui de la même manière été comme hiver, les saisons ont disparu, je le regrette un peu»*. Peut-être plus pour longtemps car l'avantage de lieu d'achats comme celui-ci c'est la personnalisation des modèles aux tailles désirées. La commande file ensuite aux usines où il faut faire vite, les collections de l'été sont en vitrine au mois de décembre! Sportif, Domenico Ferraris voyage beaucoup et vient à Crans-Montana depuis 28 ans, été comme hiver. Ce qu'il apprécie ici c'est la tranquillité, le climat et la qualité des contacts: *«Tout le monde se dit bonjour, du point de vue de Milan cela semble incroyable»*. Et pourtant c'est vrai, c'est pourquoi il revient toujours...

Italian fashion had not yet awakened! But from the 80s, it boomed. Domenico, together with his associate Armando Fornelli, then started exporting the peninsular know-how throughout the world. Just for Hong Kong, they were suppliers for 32 shops! Domenico Ferraris does not sell labels, he sells products, made by small factories known for their deftness. *"We choose the materials together and create models"*. Today, many changes have taken place with television, the internet, publicity and the super power of the labels. There are not only advantages in this globalization. The world has become somewhat too standardized for Domenico's taste: *"Today, women dress in the same way both in the winter and the summer, the seasons have disappeared, which I regret a little"*. Perhaps not for much longer, for the advantage of this type of outlet is the personalisation of the models in the required sizes. The order is rushed to the factories, where they have to work quickly, the summer collections are in the shop windows in December! Domenico Ferraris, who is fond of sports, travels a great deal and has been coming to Crans-Montana for 28 years, both in the summer and the winter. What he appreciates here is the tranquility, the climate and the quality of the contacts. *"Everyone says good morning, and from a Milanese point of view this seems incredible"*. It is, however, true and this is why he keeps coming back...

«Aujourd'hui, toutes veulent des robes, c'est très féminin. Il suffit d'ajouter des talons et hop on est habillé.»