



Valeria, mini princesse de la toile

Quand on n'a pas les moyens d'avoir une boutique pignon sur rue, le meilleur moyen de faire commerce est de passer par le web. La concurrence étant rude, il faut être rigoureux et original dans sa sélection. La preuve avec le site créé par Valeria Sanapo-Dickenmann.

Lancé en mai 2009, cela va tout juste faire un an que Valeria Sanapo-Dickenmann a activé son site de vente en ligne dans un marché pour le moins encombré, et le ventre déjà lesté de la future Annalina Amelia. Mais elle a réussi à se faire une place grâce à une sélection exigeante, volontiers rétro, avec des jouets pour certains à la limite du désuet. Toupie mécanique, memory dessiné par Natalie Lété, poupées Mini Labo, ne manque que la boîte à meuh. Elle explique: «Je suis principalement à la recherche de pièces captivantes et qui sont très peu vendues en Suisse. Je suis ainsi toujours très active dans la recherche de designers du monde entier, des jeunes, mais aussi d'autres déjà reconnus. Les différents pro-

Fiche technique

SOCIÉTÉ: LITTLE MISS MOMA
LIEU: ZURICH
DATE DE NAISSANCE: MAI 2009
TEMPS DE GESTATION: PAS MAL DE RÉFLEXION, ET 6 À 7 MOIS POUR FINALISER
SITE WEB: WWW.LITTLEMISSMOMA.CH
1 ENFANT: ANNALINA AMELIA

duits doivent correspondre à mon assortiment, être un peu spéciaux et de bonne qualité.» Elle choisit ce qui lui plaît et, force est de constater, que cela fonctionne plutôt bien. Pour le visiteur, l'impression première est celle de replonger avec délice dans les aventures de Martine ou Didier, voire les dessins du génial Alain Grée.

Une aventure personnelle

Enceinte, elle l'était jusqu'au cou quand tout a commencé, même si l'idée lui trottait dans la tête depuis quelque temps déjà. «Alors que j'étais à la recherche d'objets et de jouets sortant un peu de l'ordinaire – c'était la période où j'étais sur le point de préparer la chambre d'enfant – j'ai été très déçue de l'offre assez limitée proposée en Suisse.» La mise en place aura pris six ou sept mois. Comme, en premier lieu, trouver un nom! «Je crois que c'est le choix qui a été le plus difficile. Je me suis décidée finalement pour un nom à consonance anglaise, parce que je n'ai pas eu l'idée qui fait tilt en allemand. En premier lieu, Little Miss Moma est dédié à ma fille. Elle est ma "Little Miss Sunshine" (mon petit rayon de soleil), parce que c'est une enfant joyeuse et éveillée. Malheureusement, le nom de domaine était déjà réservé sur la toile.» Et un film oscarisé est sorti entre-temps! «Là-dessus, j'ai opté pour Moma (NDLR: comme le Museum Of Modern Art new-yorkais), parce que je trouvais le nom extra et que les articles vendus dans mon espace boutique ont quelque chose à voir avec l'art.» Pour le coup, c'est très réussi, limite si on ne pense pas que le célèbre musée s'est doté pour l'occasion d'un secteur enfants! Mais, le nom ne suffisant pas pour tirer son épingle du jeu, elle avoue avoir eu quelques coups de pouce avec une poignée d'articles dans divers magazines. «Sinon, je fais régulièrement des flyers que je distribue ici et là, et, par ailleurs, je fais des ventes dans un super marché créatif.»

La force combinatoire des contraires

Pour mener à bien une telle entreprise, Valeria a deux atouts: de la joie et de l'engagement. Et sa fille? «Ce n'est pas toujours très facile, parce qu'elle demande encore beaucoup d'attention, ce que je lui accorde du reste naturellement volontiers. Je m'occupe généralement de ma petite entreprise pendant sa sieste de l'après-midi ou alors, le soir, quand elle est occupée avec son papa. Mon objectif était de trouver une activité que je pourrais effectuer à la maison sans que je ne doive pour cela abandonner mon enfant dans un coin.»