Lettre de New York

Autor(en): **Chambrier, Thérèse de**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suisses [Édition française]**

Band (Jahr): **- (1959)**

Heft 4

PDF erstellt am: **30.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-792206

Nutzungsbedingungen

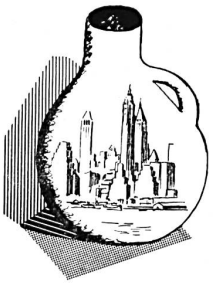
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch



Lettre de New-York

Chaque année, au printemps et en automne, une foule d'experts américains de la mode et des textiles font leur navette saisonnière de New-York en Europe, pour se renseigner sur les tendances de la mode de Paris ou de Rome, sur les tissus créés dans les centres textiles de Suisse, d'Autriche, du Royaume-Uni. La raison vitale de cet exode est la recherche, disons aussi la « chasse » aux idées neuves ; bien que les créateurs américains aient fait la preuve de leurs capacités dans les modèles sportifs et jeunes, au style si nettement défini.

Comme des oiseaux migrateurs s'envolent, à un moment déterminé par la nature, vers de nouveaux terrains de ravitaillement, de même les acheteurs, les modélistes de maisons de couture, les producteurs de tissus et de confection américaine s'aventurent, à chaque saison nouvelle, vers les terrains plus productifs de la vieille Europe. Ils y sont attirés par le foisonnement ininterrompu des idées créatrices qui surgissent toujours encore des sources inépuisables de Paris, de Vienne, de Rome, des centres textiles disséminés en Suisse et ailleurs.

Que retireront de ces tours d'Europe les acheteurs et experts qui visitent successivement des dizaines de foires commerciales, nationales ou internationales, de nombreuses fabriques et d'innombrables magasins et boutiques, où ils sont attirés par l'espoir de découvrir le dessin inédit, l'idée originale qui sera le succès de l'année pour leur maison américaine, qui constituera le pivot des développements sensationnels de la production et de la vente de dizaines de milliers de yards.

De retour en Amérique, ces voyageurs pressés auront-ils rapporté ce qu'ils cherchaient ? Leur chasse aux nouveautés sera-t-elle vraiment fructueuse ? — Dans bien des cas, oui. — Dans bien d'autres, non. — Le nombre de ces prospecteurs américains qui se déversent sur l'Europe est chaque année plus grand, et c'est précisément cela qui empêche une fructueuse exploitation des trouvailles européennes. Deux concurrents américains peuvent se lancer sur la même découverte et annuler par là l'effet de surprise que chacun attendait.

D'autre part, les modèles, les tissus exposés dans une grande foire internationale par des fabricants européens représentent une excellente sélection de leurs bons crus ; mais, ces expositions étant publiques, chacun peut en profiter et exploiter les idées intéressantes. C'est pourquoi les maisons de textiles avisées gardent, sans l'exposer, un choix exclusif de leur production, qu'ils réservent aux yeux de leur clientèle attitrée, française ou américaine. Dans le cas des tissus fins de coton et des broderies de Saint-Gall, des soieries de Zurich, des tricotages et des autres spécialités suisses connues, les foires internationales ou locales montreront le meilleur au point de vue qualité, mais la crème en dessins et en inventions inédites restera un « top secret » réservé aux couturiers et confectionneurs de grande classe, parfois deux ans avant d'arriver sous les yeux du public.

De plus, les industriels textiles suisses ne livrent pas volontiers leurs spécialités à la copie, à la diffusion en quantité massive et ils préfèrent, pour garder leur prestige de qualité, des commandes moins énormes, mais non soumises aux exigences des délais de livraison américains, qui ne sont pas toujours compatibles avec le système de production suisse.

Renonçant à la course parfois effrénée à la nouveauté, aux dépenses invraisemblables qu'entraînent ces tours d'Europe, un acheteur new-yorkais averti pourra, dans certains cas, s'éviter bien des peines en cherchant calmement, du fond de son bureau. Armé de sagesse et de son téléphone seulement, il réussira à trouver, à New-York même, d'excellentes sources d'idées encore non exploitées. Préservés de la vulgarisation par le secret qui les entoure et par leur éclosion toute récente, il pourra découvrir des tissus splendides, des broderies d'une délicatesse incroyable, des cotons travaillés et apprêtés avec le plus grand art, qui sont disponibles à quelques blocs des meilleurs ateliers de couture new-yorkais. Il suffit d'y penser ; messieurs les chercheurs, les acheteurs et les experts de la mode, allez donc à Broadway et dans les rues avoisinantes visiter les admirables collections que les avions de Swissair amènent rapidement de Suisse aux représentants étatsuniens.

Alors vous aurez l'occasion d'éprouver, sans frais ni fatigue, l'émerveillement de la découverte. Dans un bureau d'un building commercial quelconque, vous trouverez un agent qui représente des textiles de fabrication suisse. Qu'il s'agisse de broderies, de tissus, de tricotages ou d'autres spécialités, après vous avoir montré la bonne production classique, cet agent, si vous savez attirer sa confiance, vous ouvrira quelque tiroir caché d'où sortira justement l'idée, l'exclusivité, la nouveauté que vous auriez cru ne trouver qu'en Europe, après bien des recherches.

Ainsi, avant de vous embarquer pour des destinations célèbres et lointaines, pensez, Messieurs les acheteurs, à toutes les possibilités qui existent sur place, à New-York, de découvrir, à deux pas de votre bureau peut-être, tout ce que la mode peut exiger de plus nouveau et ingénieux.

Il n'y a rien là, d'ailleurs, de surprenant. — A qui, finalement, est destinée la quintessence de la production suisse ? — Avant tout elle s'adresse à la haute couture française, à celle des capitales de la mode, à la haute confection américaine et aux meilleures maisons spécialisées des villes de toute l'Amérique, dont New-York reste le principal centre de distribution.

Il est donc naturel que l'on ait les meilleures chances de découvrir chez les agents new-yorkais de textiles suisses, ce que l'on va souvent chercher si loin, c'est-à-dire le modèle inédit, le dessin original, le dernier cri de la fantaisie en tissage, tricotage ou finissage.

Thérèse de Chambrier