

**Zeitschrift:** Générations : aînés  
**Herausgeber:** Société coopérative générations  
**Band:** 26 (1996)  
**Heft:** 2

**Artikel:** La mode se porte en couleurs  
**Autor:** Pidoux, Bernadette  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-828589>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 15.04.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# La mode se porte en couleurs

*Fini le temps des tenues tristes et des teintes ternes! Les femmes aujourd'hui ont de l'audace et aiment s'entourer d'habits confortables et pleins de couleurs. Nous avons glané pour vous quelques idées pour le printemps qui s'annonce, avec les conseils de professionnels.*

«**Q**uelle drôle d'époque! Autrefois, les femmes, à partir d'un certain âge, ne portaient plus que du noir, tandis que les jeunes mettaient des couleurs pimpantes. Aujourd'hui, c'est tout le contraire! Ce sont les adolescentes qui se promènent en noir de la tête aux pieds, alors que les femmes mûres adorent le rouge et les couleurs gaies». C'est Antoinette, 65 ans, qui fait ce constat. Elle-même arbore un bel ensemble jupe et casaque verte en lainage, sous un manteau de pluie bordeaux. Sortant à peine du magasin «La Maison du Tricot», où elle fait souvent ses emplettes, Antoinette s'intéresse à la mode et compte bien rester coquette.

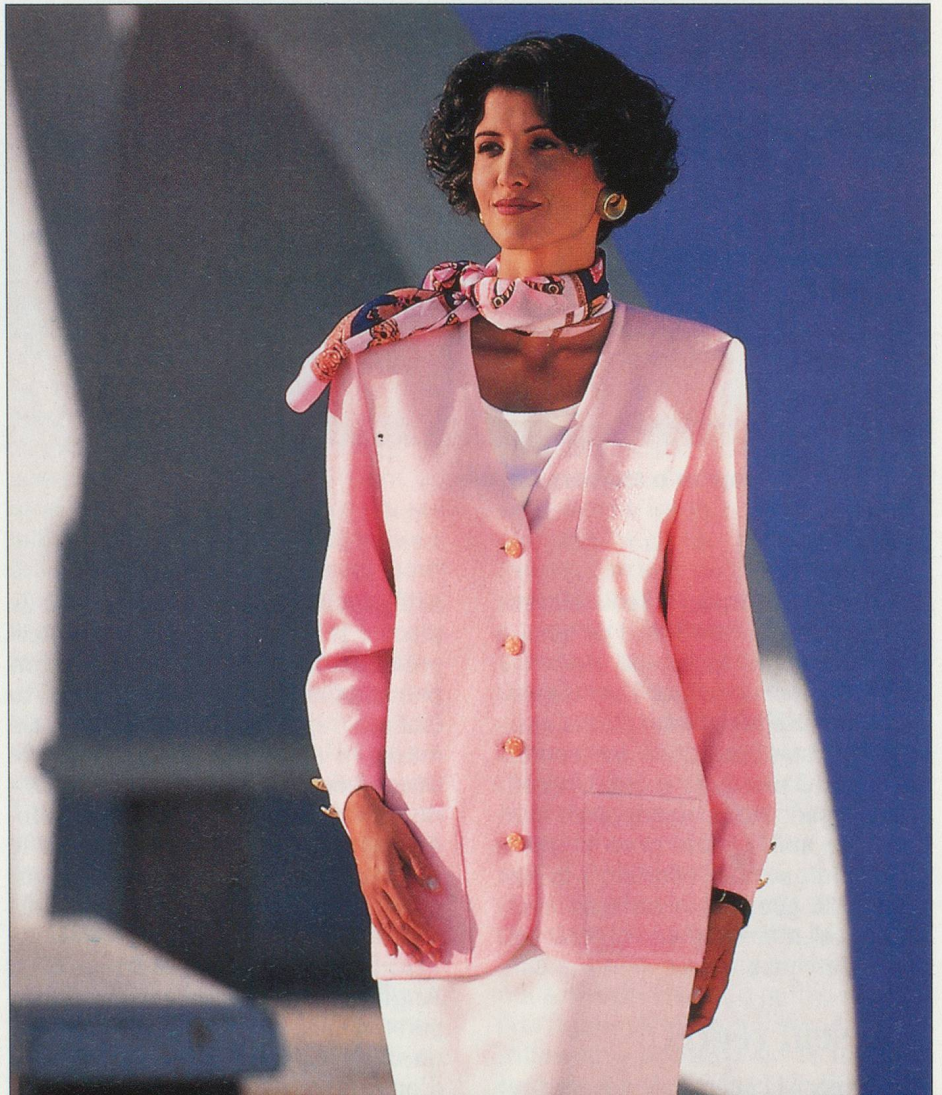
La coquetterie, le goût des belles choses, confortables et de bonne qualité sont les mots-clés qui apparaissent sans cesse dans la bouche des consommatrices. Madame Strehl-Zbinden, gérante de la boutique Damart à Lausanne, s'en réjouit. «Les robes tristounettes en polyester passe-partout n'ont décidément plus la cote», remarque-t-elle. L'une de nos meilleures ventes d'hiver, c'est une veste matelassée, mi-longueur, rouge vif. Et je me souviens d'une cliente de plus de 70 ans qui la portait à merveille». C'est vrai que les temps ont changé: la jolie veste rouge d'allure sportive que montre Madame Strehl pourrait plaire aussi bien à une femme de trente ans qu'à sa grand-mère.

## Confort avant tout

Chez Damart, maison française affiliée à la firme allemande Beyeler, la gamme de vêtements est vaste, de la chemise de nuit aux manteaux en passant par les chaussures. Le rayon sport ou tenue d'intérieur a du succès. Des joggings pimpants, roses ou bleus, assurent un bon confort chez soi ou en voyage. «Et beaucoup de nos clientes aiment s'offrir des petits week-ends ou des cures de santé, où l'ensemble sport est très pratique», précise la gérante. Pour l'hiver, Damart possède bien sûr un

assortiment de sous-vêtements incomparablement chauds. Mais le thermolactyl n'est pas réservé aux grands froids. Il existe plusieurs épaisseurs de fibres, ainsi que des modèles de chemisettes printemps, à manches courtes.

En règle générale, cet été verra le retour des teintes pastel, pour les chemisiers et les tailleurs, mais le bleu marine classique assorti de blanc demeure toujours, raconte M<sup>me</sup> Strehl. Contrairement à une certaine époque, les femmes d'aujourd'hui cherchent à se sentir à l'aise: elles n'hésitent plus à porter des



*Des vêtements joyeux que l'on porte de 30 à 80 ans...*

manches courtes, lorsqu'il fait chaud. Sensible aux tendances de la mode française, Damart est particulièrement attentif aux petites tailles, s'adressant à des femmes menues, tandis que Beyeler offre un choix étendu dans les grandes tailles. Madame Strehl apprécie tout particulièrement la clientèle plus âgée, très fidèle à sa boutique: «Nous jouons, comme vendeuses, un vrai rôle de conseillère, quitte à dire franchement qu'un vêtement n'est peut-être pas approprié». Et la gérante d'ajouter un petit conseil: «Mesdames, venez seules faire vos achats de vêtements! En général, les maris ne sont guère patients et les filles pas toujours très réalistes!» En effet, les filles ont tendance à vouloir transformer leurs mamans soit en vieilles dames strictes soit en gamines à pull court et pantalons moulants.

Au Comptoir suisse, la maison Damart organise avec Pro Senectute un défilé de mode suivi par plus de 700 personnes, ce qui prouve bien que l'intérêt des femmes pour la mode ne diminue pas avec le temps.

### Conseils avisés

Des magasins comme Damart ou la Maison du Tricot ont une clientèle stable et fidèle, parce qu'elles jouent la carte du conseil, du service personnalisé. On est ici loin de l'anonymat des grands magasins. C'est aussi sur le contact personnel et le temps accordé à ses clientes que mise Kathleen Davidson. Dans sa chaleureuse échoppe de la rue de la Mercerie à Lausanne, l'Écossaise présente de magnifiques vestes en lainage de la marque autrichienne Geiger. Très classique, son assortiment permet toutes sortes de coordonnés, avec des jupes confortables et amples, des casaques brodées, dans les bleus, verts bouteille et rouges.

«Les femmes sont nettement plus audacieuses qu'il y a même dix ans, explique M<sup>me</sup> Davidson. Elles refusent les couleurs sombres et veulent

des tissus d'excellente qualité qu'elles pourront porter longtemps». C'est ce qui explique l'immense succès des jupes écossaises à carreaux que M<sup>me</sup> Davidson fait confectionner spécialement dans son pays natal. Comme elle est mince et petite, cette ancienne professeur, reconvertie dans la mode, cherche des modèles qui conviennent aux petits gabarits. «Mes clientes se déplacent depuis le Valais pour venir chez moi, ajoute-t-elle fièrement, parce qu'elles savent que nous nous souvenons d'elles, que nous voulons les mettre en valeur, sans jamais les forcer à acheter».

### La valse des prix

Le service attentif, beaucoup de femmes y sont attachées: «Lorsqu'on a de la peine à faire certains mouvements, ne serait-ce que de remonter une fermeture éclair, ajoute Lydia, 77 ans, une vendeuse aimable est indispensable. Dans les grands magasins, il y a de moins en moins de personnel et l'on s'y sent bien seule».

Certaines femmes craignent pourtant d'entrer dans une boutique, par timidité, par peur de ne pas oser dire non. Elles s'imaginent souvent que la boutique pratique forcément des prix plus élevés que le grand magasin. Or, ce calcul n'est pas toujours exact. Des grandes chaînes comme Jelmoli ou La Placette proposent souvent des prix similaires à des magasins spécialisés comme Spengler ou La Maison du Tricot. Pour des prix plus légers, il faut se tourner vers les articles de Vögele ou C&A, qui affichent aussi une grande gamme de produits destinés à une clientèle plus âgée.

«Cette clientèle représente à peu près un tiers de notre public», précise M. Dubulluit, gérant d'une succursale C&A. Là aussi, le professionnel de la mode constate que ses clientes sont désormais plus audacieuses. Chez Vögele, on cite volon-



tiers le leggings, ou caleçon moullant, assorti d'un long pull, comme la grande révolution des années 80. Le leggings a été lancé dans la mode jeune, mais a eu un succès sur le long terme chez les femmes plus âgées. Il est confortable, parce qu'il est élastique et la casaque qui l'accompagne permet de cacher les rondeurs. C'est la tenue idéale pour la maison ou les vacances, qui ne nécessite, de plus, pas de repassage. ▶

### Balade et défilé

Danièle Vuagniaux, à Yvonand, s'occupe d'une entreprise d'autocars et de voyages à Yvonand. Elle propose, une ou deux fois par an, une excursion à Lenzbourg pour un défilé de mode organisé par la maison Beyeler/Damart. Il ne s'agit pas d'un voyage réclame, puisque les visiteurs ne sont nullement tenus à un achat. Pourtant, à l'issue du défilé présentant les nouveautés, et après un petit goûter offert par Beyeler, certaines – et elles sont nombreuses – ne manquent pas de faire un petit tour à la boutique. Pour les dates et autres précisions, s'adresser à M<sup>me</sup> Vuagniaux : 024/ 31 17 22. Le prix de l'excursion s'élevait l'an dernier à Fr. 43.– et Fr. 41.– pour les personnes à l'AVS.





sont pas inférieurs à ceux des magasins, exception faite de certaines actions ponctuelles. De plus, sur une photo, les tissus se ressemblent tous – allez savoir si tel pull est doux au toucher, s'il va faire des «peluches», ou si cette taille 40 n'est pas un peu trop petite.

Les professionnels de la branche connaissent bien ces problèmes techniques. Ils s'efforcent de fournir des explications détaillées sur les matières et les formes.

«Nous devons veiller au vocabulaire employé, précise Madame Ederlin, acheteuse de la ligne «classic» pour la maison Veillon. Bien souvent, le vocabulaire est devenu tellement spécialisé, bourré d'anglicismes que le public ne s'y retrouve plus.»

La vente par correspondance s'est fait une clientèle bien à elle. Il s'agit souvent de jeunes femmes avec des

enfants en bas âge, qui redoutent les courses avec bébé, de personnes éloignées d'un centre urbain ou qui ont des difficultés à se déplacer. Certains clients, qui ont besoin de vêtements grande taille, ne se sentent guère à l'aise sous le regard d'une vendeuse ou d'autres clients et préfèrent la discrétion de l'achat sur papier.

Après analyse de son public cible, le catalogue Veillon a opéré un revirement vers la clientèle d'un certain âge. La maison vaudoise suit les tendances de la grande mode qu'elle réadapte pour son public. M<sup>me</sup> Ederlin surveille également de près la production des articles: «80% des vêtements classiques pour les dames sont fabriqués en Europe, parce qu'elles ont une exigence élevée quant à la qualité des tissus et des finitions, le 20% produit en Extrême-Orient, ce sont par exemple des tee-shirts». La spécialiste de la mode remarque que la cliente suisse est attachée aux matières dites nobles comme le cachemire, le coton, la soie et tolère mal le polyester, même si cette fibre a beaucoup évolué et offre maintenant des possibilités étonnantes.

Madame Ederlin observe que, si les formes évoluent peu, il y a tout de même des nouveautés intéressantes dans le rayon dit classique. En plus des leggings, les pantalons flottants en viscose fleuris pour l'été ont été très largement adoptés par les dames même rondettes. La mode du gilet coloré, porté sur un chemisier assez large, plaît aussi beaucoup. Il donne, aux femmes jeunes ou moins jeunes qui aiment le porter, un air de décontraction et anime un ensemble uni.

## Comportement d'achats

Si les adolescentes se précipitent sur le catalogue et commandent rapidement, sur un coup de cœur, des habits pour la saison suivante, le

## Par la poste

Autre possibilité de faire ses emplettes: le bon gros catalogue de mode de vente par correspondance. On peut tout à loisir y faire sa sélection, avec le temps de la réflexion et sans le stress de la ville. Mais il y a aussi des inconvénients. Les prix ne

## Seconde main

Pourquoi ne pas essayer le «seconde main»?

Vous êtes peut-être lassée d'un vêtement, mais, comme il n'est pas usagé, vous hésitez à le jeter. Vous pouvez le confier à une boutique dite de «seconde main». Le magasin qui va le revendre garde généralement le 50% du prix obtenu et vous donne l'autre moitié. Le commerce de seconde main fonctionne très bien dans le secteur des habits pour enfants, utilisés très peu de temps. C'est une alternative avantageuse qui, dans des périodes de crise, entre peu à peu dans les mœurs. Les habits proposés n'y sont pas forcément démodés, contrairement à ce que l'on imagine. Et l'on peut s'offrir – entre autres – une robe de soirée qui n'a probablement pas été portée plus d'une fois! Voici quelques adresses de boutiques plutôt chic:

**La Malle aux Trésors**, route de Thonon, à Vézenaz, Genève: des vêtements pour hommes, femmes et enfants. Le foulard Hermès qui paraît toujours flambant neuf y coûte 100 frs.

**les Quatre Saisons**, rue de la Gare, à Pully: des articles de grande marque (Dior, St Laurent), à un tiers du prix normal.

**La Dégriffonne**, avenue des Alpes, à Lausanne: des foulards, jupes et manteaux de marque, à un quart du prix. Juste en face, la boutique Il propose des vêtements «seconde main» pour hommes. La cravate Valentino passe de Fr. 120.– neuf à Fr. 40.– environ.

**Torill's**, rue des Chavannes, à Neuchâtel.

**Eurêka**, rue de la Madeleine, Lausanne, des vêtements simples pour de petits prix.

Lucien TARDY Appareillage auditif

**Acoustique médicale** > service après vente  
> tous accessoires

Fournisseur agréé AI/AVS 4, cours de Rive  
1204 GENEVE

Acousticien brevet fédéral Tél. 311 30 97

**MON-DÉSIR** Pension chrétienne  
Famille P. Salvisberg  
6644 ORSELINA / TICINO  
Tél. 091/743 48 42 Fax 091/743 31 02

Membre de l'Association des Hôtels chrétiens (VCH). 49 lits.  
Vue splendide sur le lac Majeur. Terrasse panoramique. Tranquillité.  
Recueillement journalier en allemand.

Ouvert du 1.3. au 31.10.96. Mon Désir – aussi votre plaisir!

### Hôtel de l'Ardève

Mayens de Chamoson  
1911 Ovronnaz

Tél. (027)86 57 57 • Fax: (027)86 60 32

#### LA MEILLEURE OFFRE

06.01 – 02.02.96

01.03 – 15.07.96

15.08 – 20.12.96

7 nuits et petits déjeuners

«Buffet»

7 menus comprenant:

potage ou dessert,

plat principal

(A la brasserie)

7 entrées aux bains thermaux  
d'Ovronnaz

3 saunas/bains turcs

aux bains thermaux d'Ovronnaz

*Dès Fr. 424.-*

**NOUVEAU** **DOULEURS ?**  
**La solution.**

**Dermapunktur un appareil pratique, simple et efficace, qui vous libère de la douleur après quelques passages sur la zone sensible.**

Des études médicales rigoureuses, réalisées dans des hôpitaux universitaires Allemands et Américains ont confirmé objectivement l'action anti-douleur du Dermapunktur. Chez les patients souffrant de **maux de tête, nuque, arthrose, dos épaules, rhumatisme.** Les études scientifiques menées sur l'appareil Dermapunktur dans le centre anti-douleur à Mainz, confirment l'effet anti-douleur puissant et prolongé. Une enquête auprès de plusieurs centaines d'utilisateurs a montré que beaucoup ont pu diminuer leur consommation de médicaments anti-douleur. **Chez vous, facilement, sans effort** vous apprécierez rapidement les effets bénéfiques du Dermapunktur.

**DERMAPUNKTUR SFr. 139.-**

**Anti-Douleur 560 pointes spéciales argentées**

Pour recevoir des renseignements ou de la documentation s'adresser à  
jld DIFFUSION - Rte de Sonzier - CP 95 - 1822 Chermex-s/Montreux  
Tél.: 021/964.26.29 - Tél.: 021/964.57.60 - Fax : 021/964.44.46



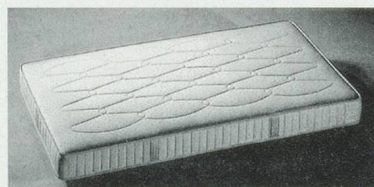
Jean-Luc Dubois

**CONSULTATION GRATUITE DE L'AUDITION**  
**DÉPLACEMENTS DANS LES EMS SUR DEMANDE**  
**CONSEILS ET RÉPARATIONS APPAREILS**  
**ACOUSTIQUES TOUTES MARQUES**  
Fournisseurs: AI - AVS - CNA - AMF

**SURDITÉ DARDY**  
**APPAREILS ACOUSTIQUES**  
AUDIOPROTHÉSISTES DIPLÔMÉS UNIVERSITAIRES

<b>Lausanne</b>	Av. de la Gare 43 bis	Tél. 021/323 12 45
<b>Yverdon</b>	Rue des Moulins 19 face Arsenal	Tél. 024/21 58 28
<b>Montreux</b>	Av. des Alpes 29	Tél. 021/963 45 59
<b>Aigle</b>	Rue du Midi 17 jeudis et vendredis	Tél. 025/27 29 28
<b>Monthey</b>	Av. de l'Industrie 29A face parking Migros	Tél. 025/72 10 30
<b>Martigny</b>	Angle Av. de la Gare/ Rue du Léman 12 lundis et jeudis	Tél. 026/23 36 30
<b>Sion</b>	Rue Pré-Fleuri 5	Tél. 027/23 68 09
<b>Neuchâtel</b>	Rue des Moulins 30	Tél. 038/24 53 24
<b>Chaux-de-Fds</b>	Rue de la Serre 61	Tél. 039/23 34 07
<b>Delémont</b>	Rue de Molière 13	Tél. 066/22 16 66
<b>Porrentruy</b>	Rue G. Amweg 7 Tous les lundis	Tél. 066/66 77 22
<b>Moutier</b>	c/o Droguerie BOREL Centre Migros Tous les mardis	Tél. 032/93 28 80

**Conseillé médicalement,**  
la gamme  
**Super Luxe**  
vous offre un confort sur mesure



Grand choix de lits – sommiers  
électriques – duvets, toutes marques

Disponible chez votre dépositaire



Tout pour le lit, tout près de chez vous!

**MULTI LITS**

Boulevard de Grancy 14, 1006 Lausanne, Tél. 021/617 39 40  
Rue de Genève 75, 1004 Lausanne, Tél. 021/626 21 70

## Vente par correspondance

Les catalogues et les commandes peuvent être obtenus aux numéros suivants. Les téléphonistes parlent également le français.

**Ackermann** à Entlebuch:  
041/ 482 82 20

**Veillon** à Bussigny: 021/ 702 29 11. Une boutique et un discount sont ouverts à Bussigny pour la vente directe.

**Quelle** à Zurich: 01/ 802 35 35

**Beyeler/Damart** à Lenzbourg: 062/ 888 88 00. Des boutiques existent en Suisse romande à Fribourg, Genève et Lausanne.

**Spengler** son catalogue s'appelle Topas, à Münchenstein: 061/ 75 21 11. Les magasins Spengler ont des succursales à Vevey, Lausanne et Genève.

► comportement de la femme d'un certain âge est complètement différent. Généralement, elle prend son temps et commande le vêtement au moment où elle en a besoin, ce qui pose souvent des problèmes de stockage aux organismes de vente par correspondance. Comme les coûts postaux ont considérablement augmenté, les clients sont devenus aussi plus prudents: tout renvoi d'une marchandise qui ne leur conviendrait pas est onéreux, il faut donc choisir d'une manière plus stricte qu'auparavant. Les très jeunes clientes sont à l'affût des prix bon marché, alors qu'avec l'âge, on devient plus sensible à la qualité, même s'il faut y mettre le prix.

Les grands catalogues – Ackermann, Quelle, Veillon, etc. – possèdent des fichiers d'adresse impressionnant: un million de noms pour Ackermann, 900 000 pour Veillon. Ces entreprises gèrent donc un gros volume de commandes, 650 000 par exemple par catalogue pour Veillon. C'est une garantie indéniable de sé-

rieux commercial, mais par conséquent, vous avez de fortes chances de porter le même ensemble que votre voisine de palier! Par contre, les clientes des catalogues jouissent d'un privilège. Elles reçoivent en janvier déjà leur volume, ce qui leur permet de connaître les tendances de la mode avant qu'elle n'apparaisse en boutique.

Question prix, les soldes ont légalement disparu, mais la pratique va subsister, puisque les magasins doivent faire de la place aux articles de la saison suivante. En janvier comme en juin, les prix vont donc connaître leur fléchissement habituel. Mais pour attirer la cliente qui, avec la récession, rechigne aux achats superflus, les commerçants vont inventer cette année toutes sortes de braderies et d'actions. Il sera sans doute bien difficile de s'y retrouver.

## Toujours jeunes

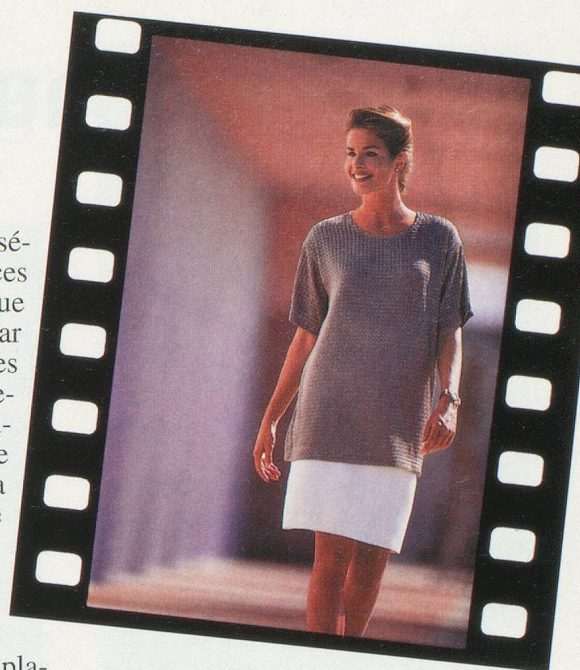
Si les boutiques pour adolescents abondent, les femmes plus âgées n'ont finalement pas à se plaindre. Il existe, en plus des magasins cités, une foule de petits commerces locaux où les vendeuses sont serviables et les prix tout à fait corrects.

La mode vestimentaire a beaucoup évolué, il suffit de feuilleter quelques anciens magazines de mode pour s'en rappeler. Aujourd'hui, tout le monde doit paraître jeune et mince. La preuve: dans les catalogues, les mannequins qui présentent les modèles grande taille sont si sveltes qu'elles doivent à peine avoir du 40. Et les lignes classiques plutôt destinées à un public plus âgé sont portées par des femmes qui n'ont pas quarante ans!

Peu importe ces subterfuges des stylistes: l'important est de se sentir bien dans ce que l'on porte.

*Bernadette Pidoux*

Photos Veillon



## Adresses intéressantes

**La Maison du Tricot** est un magasin spécialisé, présentant des articles de qualité, avec deux boutiques à Genève, une à Morges et deux à Lausanne.

**Ulla Popeken** est une maison allemande, bien implantée en Suisse alémanique, qui se consacre uniquement aux grandes tailles (dès la taille 42 jusqu'au 60) pour les jeunes et moins jeunes. Une succursale à Lausanne et une à Bienne.

**Les grands magasins C&A** possèdent 32 succursales en Suisse, avec beaucoup d'articles très bon marché.

**Vögele:** depuis 1996, la maison Vögele abandonne la vente par correspondance au profit de ses magasins (16 en Suisse romande pour un total de 50 en Suisse). Elle a récemment repris l'entreprise Frei, ce qui va élargir son assortiment, notamment pour hommes.

**Davidson:** un coup de cœur spécial pour la boutique de Kathleen Davidson, rue de la Mercerie à Lausanne, qui vend de superbes jupes écossaises et un très bel assortiment de vêtements autrichiens de la marque Geiger.