

**Zeitschrift:** Textiles suisses [Édition française]  
**Herausgeber:** Office Suisse d'Expansion Commerciale  
**Band:** - (1953)  
**Heft:** 4

**Artikel:** Lettre de Los Angeles  
**Autor:** Miller, Hélène-F.  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-792404>

#### 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:** 30.12.2025

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



## LETTRE DE LOS ANGELES

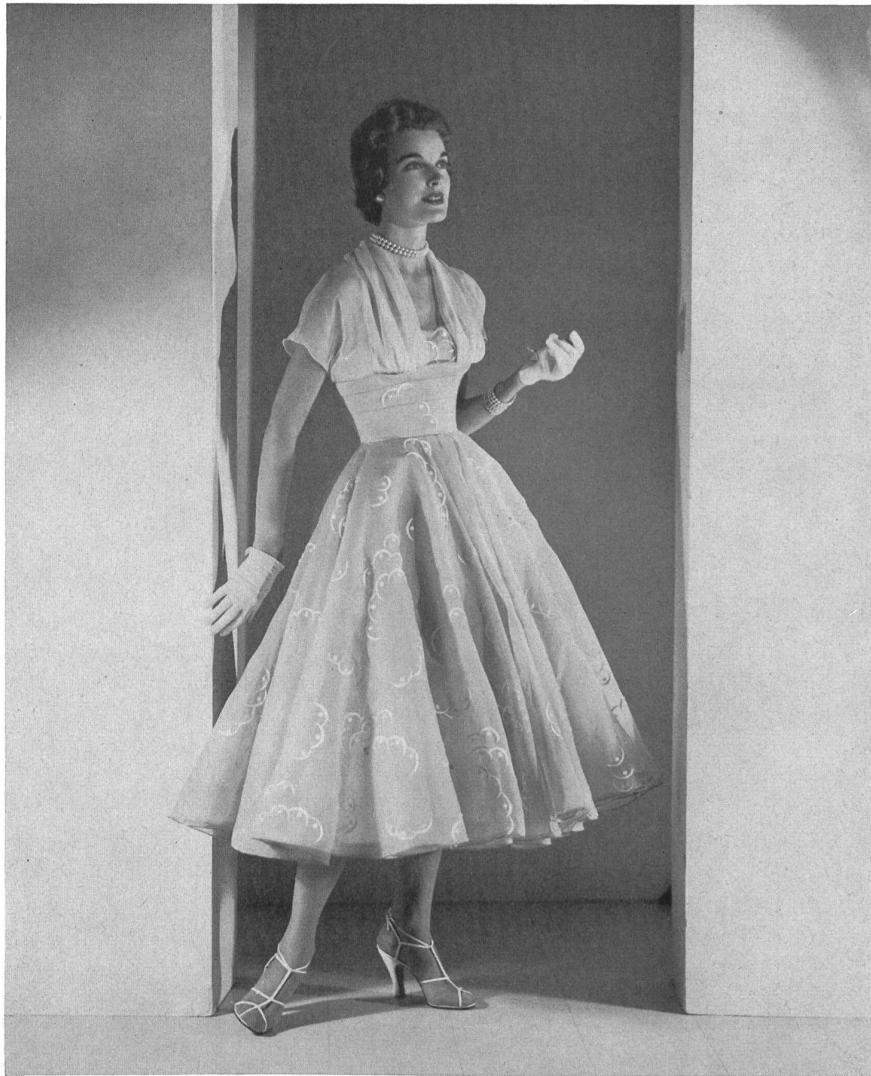
A Hollywood, où les nouvelles formules techniques du cinéma font fureur, Don Loper passe sans conteste pour une « personnalité 3-D » (c'est-à-dire « à 3 dimensions »), par son « format » et le sens des réalités dont il fait preuve. Ses trois « D » sont la danse, le dessin

et la décoration. C'est dans ces trois domaines différents qu'il a acquis une célébrité rarement atteinte sur la scène de l'opinion américaine.

Il débute de bonne heure. Ayant eu, à partir de la neuvième année, une éducation européenne, il se lança

### DON LOPER, LOS ANGELES

Party dress in embroidered organdy  
by Forster Willi & Co., St-Gall.



peu après dans la danse où il fit une brillante carrière comme danseur d'attraction et il se fit connaître aussi bien comme artiste chorégraphique original que comme dessinateur de mode unique en son genre. Bien de ses trouvailles sont devenues d'un usage si général au théâtre, qu'on a oublié que c'est lui qui les a introduites

sur la scène américaine. Je me souviens, par exemple, des longs bas noirs en filet de pêche qu'il lança dans les revues du « Copacabana » à New-York et que l'on revoit presque dans chaque revue. Mentionnons encore, parmi les innovations de Loper, le « pettidress » amoureusement créé dans les plus charmants tissus et laissant

largement voir le jupon fait généralement des plus élégants tissus suisses.

Après une passionnante existence de danseur, Loper se mit tout naturellement à dessiner des costumes pour la scène, puis pour certaines personnalités du monde théâtral et il ouvrit enfin un studio privé de création de mode. La liste de ses clientes ressemble au « Bottin mondain » du théâtre américain et va de Catherine Cornell, la « great lady » de la scène américaine, à Lana Turner, la reine du cinéma, pour laquelle il a dessiné un trousseau de 41 000 dollars qui a fait pâlir d'envie tout Hollywood.

Bien que continuant son activité de créateur de mode, Loper a fait une concession à l'esprit du temps en se lançant lui-même dans la couture en gros et en accordant à trois grandes maisons l'autorisation de présenter des collections « dessinées par Don Loper ». Dans sa propre fabrication, Don Loper a maintenu la façon à un niveau très élevé, de sorte que ses vêtements ne peuvent être vendus que par les meilleurs magasins du pays.

On comprend donc facilement que la note que donne Loper ait pu devenir un signe distinctif en matière de mode. Mais il y a aussi là une conception très nette : Loper croit que les femmes doivent s'habiller pour paraître jolies et particulièrement aux yeux des hommes (de n'importe quel âge). Il pense que la mode est une chose personnelle et ne doit pas marquer l'époque, ne pas dépendre d'engouements passagers. Il pense que les vêtements doivent se mouvoir avec celle qui les porte, ne jamais l'écraser mais toujours la faire paraître à son avantage. C'est pourquoi il utilise des tissus élégants, des dentelles et des broderies, très adroitemt et généralement avec réserve, à moins qu'il ne veuille réaliser une création particulièrement marquante pour une personnalité.

Lorsqu'une femme achète un modèle de Loper, elle achète de l'élégance et du cachet en même temps qu'elle

agrandit une garde-robe harmonieusement composée. Les vêtements de Loper sont conçus pour être conservés et faire corps avec les créations passées et futures de la même maison, de sorte qu'une femme peut être ce qu'elle est avec beaucoup plus de beauté, plus profondément qu'elle n'avait jamais rêvé de l'être auparavant.

Dans un autre domaine, trois des plus grands et plus agréables hôtels de Los Angeles, — l'Ambassador, le Beverly Wilshire et le Beverly Hills — ont donné à Don Loper l'occasion de montrer ses talents de décorateur sur une large échelle. Dans ses décorations, Loper fait toujours usage d'un style caractéristique qui n'est attaché à aucune époque, empruntant ce qu'il y a de mieux à chaque période, ce qui donne des réalisations qui ont de l'allure, qui sont cossues, élégantes et impressionnantes mais n'écrasent pas et ne sont pas de tristes antiquités.

Néanmoins, Loper consacre la plus grande partie de son temps et de ses talents à la mode. Dans ce domaine, il règne comme un monarque débonnaire et taquin sur le nombreux peuple de ses fidèles clients. Son sens de la comédie le pousse à garder ses pointes les plus caustiques pour ses plus gros clients, mais il fait largement profiter chacun de son humour. Comme une grande partie de sa clientèle appartient au monde du théâtre et se trouve constamment en vedette, Loper aime les vêtements qui ont un genre qui les distingue et les met à part des créations de clinquant en usage à la scène. Il y parvient grâce à un dessin adroit et en utilisant les plus fins tissus que l'on puisse trouver et grâce à sa conception très nette de la mode.

Comme un véritable artiste, il dit : « Je ne pense pas à la robe que je crée, mais à celle qui la portera. J'ai manqué mon but si quelqu'un remarque d'abord la robe, puis ensuite seulement que c'est une de ses bonnes amies qui la porte. »

Hélène-F. Miller.

1



2



1 DON LOPER, LOS ANGELES

Black dress coat with a puf bow made in silk taffeta by Schwarzenbach Huber Co., New York, fabric manufactured by Robt. Schwarzenbach & Co., Thalwil.

2 DON LOPER, LOS ANGELES

Sequin sewn lace mounted on taffeta and taffeta lined overskirt. Taffeta by Schwarzenbach Huber Co., New York. Fabric manufactured by Robt. Schwarzenbach & Co., Thalwil.

Photo John Engstead.