

**Zeitschrift:** Textiles suisses [Édition française]  
**Herausgeber:** Office Suisse d'Expansion Commerciale  
**Band:** - (1956)  
**Heft:** 1

**Artikel:** Nouveauté ne signifie pas extravagance  
**Autor:** Miller, Helene  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-791852>

### 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

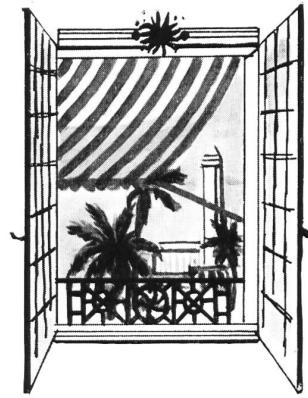
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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:** 22.02.2026

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



## LETTRE DE LOS ANGELES

### *Nouveauté ne signifie pas extravagance*

« Les extravagances ne m'intéressent pas, nous dit le modiste Rex, je crée des chapeaux audacieux, bien sûr, qui doivent attirer les regards, mais pas d'extravagances uniquement destinées à faire parler de moi. »

Rex est le plus coté des créateurs de haute mode sur la côte du Pacifique et le plus productif modiste de cinéma. Malgré sa modestie, il fait parler de lui. Comment ? Pourquoi ? — Tout simplement en embellissant les femmes, en leur donnant une note d'élégance distinguée, en leur insufflant confiance en elles-mêmes. Pour parvenir au point où il en est, Rex n'a pas passé par des voies détournées, comme tant d'autres qui ont fait carrière dans les professions de la mode. Au contraire, il s'y est préparé le plus systématiquement du monde, comme on le fait pour d'autres professions. Il a appris le « merchandising » dans un des plus grands magasins à rayons multiples des Etats-Unis et acquis ses connaissances des marchandises en travaillant dans plusieurs maisons d'importation. Il apprit enfin, dans une des plus importantes fabriques de chapeaux pour dames, la technique de la modisterie et l'organisation de la production. Et lorsqu'il eut ainsi complété sa formation, il ouvrit son propre atelier à Beverly Hills, avec son vieil ami et collaborateur Wally Twinting. Ils remportèrent un succès immédiat et la raison sociale « Rex » fut rapidement connue dans tous les pays.

Le succès de cette entreprise n'est pas dû à la recherche du sensationnel mais au bon goût de M. Rex et à son art de faire de chaque cliente une femme chic. Car il n'est pas le modiste seulement, mais aussi le confident d'une nombreuse et brillante clientèle. Les femmes viennent lui demander des conseils. Il dit que la plupart des femmes souffrent trop de leurs petits défauts alors que les grandes « beautés » doivent souvent leur succès non pas à des traits impeccables mais à une grande étude d'elles-mêmes, à des vêtements soigneusement choisis et à leur assurance.

Le principal conseil que Rex donne aux femmes c'est d'être, avant tout, naturelles. Beaucoup de ses plus belles clientes sont des femmes aux cheveux blancs, qui sont parvenues à développer un charme personnel et qui, étant assez âgées pour se connaître elles-mêmes, ont renoncé à lutter vainement pour être autres qu'elles sont... et plus jeunes.

Swiss white organdy  
Hat by :  
*Rex, Beverly Hills*

Photo : William Murphy



Swiss straw lace  
Hat by :  
*Rex, Beverly Hills*

Photo : William Murphy





**STOFFEL & Co., SAINT-GALL**

Center panel of white tucked organdy  
Model by: *Don Loper, Beverly Hills*

Rex s'est fait connaître comme le créateur des sweaters ornés de perles et de pierres. Cette nouveauté ayant obtenu du succès, il alla encore plus loin et réalisa un pullover de cachemire avec un col de vison puis alla jusqu'à la limite du portable avec un pullover garni d'hermine, pour une grande dame qui ne peut être nommée. Aujourd'hui, il offre dans sa boutique des sweaters ornés de guipure de Forster Willi montée en forme, des étoiles, des écharpes et d'autres accessoires qui se vendent à des prix fantastiques parce qu'ils sont les premiers à exister en leur genre et qu'ils sont toujours très recherchés par une clientèle voyageant sans cesse dans le monde entier. Certaines clientes, certes, sont excentriques, comme cette femme qui aime porter ses chapeaux à l'envers et exige que l'étiquette soit placée en conséquence.

Rex pense qu'il n'y a pas de femme vraiment difficile à habiller si l'on connaît sa personnalité. Il y a, par exemple, une vedette de cinéma qui paraît particuliè-

ment à son avantage avec un drapé semblable à un voile de nonne autour du visage ; une autre, réputée longtemps pour sa beauté, ne supportait pas les chapeaux bas sur le front tandis qu'une autre encore ne peut porter que de petits « bibis » juvéniles. La télévision pose aujourd'hui de nouveaux problèmes, car il faut veiller à ne pas faire paraître les femmes trop grandes ou trop larges. Rex prépare maintenant une série de chapeaux pour une nouvelle émission TV de Rosalinde Russell. Il a également produit les chapeaux du dernier film de Grace Kelly, qui n'a pas encore été lancé.

Les chapeaux de presque tous les films produits depuis dix ans à Hollywood ont été dessinés par Rex. Beaucoup de nos lecteurs se souviennent d'*« Autant en emporte le vent »* qui fut le premier pour lequel il travailla. Ce n'était pas un mauvais début pour une aussi brillante carrière ! Rex dit qu'il ne se rappelle jamais les titres des films, mais il considère que ce travail offre les plus larges possibilités à un créateur, car un chapeau ne doit

**ROBT. SCHWARZENBACH & Co.,  
THALWIL**  
**Schwarzenbach Huber Co., New York**  
Beige printed silk and eagle blue alpaca  
*Model by: Don Loper, Beverly Hills*

pas être seulement une forme et une garniture, mais une véritable « carte de visite ». Un chapeau doit indiquer le caractère de celle qui le porte, ce qu'elle fait et où elle va. Sa large expérience a valu au modiste de Hollywood la clientèle de célébrités telles que Gloria Swanson, Sza Sza Gabor, Joan Crawford, June Allyson, Anne Sothern et combien d'autres. Il n'est donc pas étonnant qu'une foule de clientes, n'appartenant pas au monde de l'écran, s'empresse dans les salons de Rex pour profiter de ses conseils et idées.

Une partie de ses idées, il les réalise avec des organdis suisses, des organzas de soie, des tresses de paille, des dentelles, des velours coupés, des voilettes de chenille et des rubans étroits. Comme il nous l'a déclaré, les tissus et garnitures suisses conviennent admirablement à la modisterie, car cette année, c'est précisément le chapeau qui donne le ton à la mode. Cela signifie que le modiste doit connaître à fond l'usage de ces matières, pour créer non pas des chapeaux plus chers, mais des chapeaux plus chics.

Dans sa collection actuelle, Rex utilise beaucoup de guipure suisse ornée de petites pierres du Rhin ; il a plusieurs modèles en dentelle et en organdi avec du muguet ou de la voilette en chenille, par-dessus des



bretons en leghorn blanc. Un chapeau très applaudi est une grande forme papillon plate, couverte de plusieurs épaisseurs d'étoile dentelle blanche, un autre est en crin artificiel avec des pétales en organdi.

Au cours de sa présentation, Rex a relevé qu'il faut, cette saison, plus qu'un petit morceau de satin ou de velours ou un fichu pour faire une femme bien habillée. Ce qu'il faut c'est un véritable chapeau dans lequel se manifeste l'art et l'imagination de son créateur, une technique adroite et le choix judicieux du matériau. Les garnitures sont extrêmement importantes, car elles doivent accentuer la nouvelle ambiance de cette saison qui est romantique. Un beau chapeau, et l'on ne saurait trop insister sur ce point, dit notre modiste — doit avant tout être seyant, car sa première tâche est d'embellir la femme qui le porte. Le succès chaleureux remporté par M. Rex prouve qu'il se dégage, de cette conception simple, une grande force de persuasion.

*Helene Miller*

**ROBT. SCHWARZENBACH & Co.,  
THALWIL**  
**Schwarzenbach Huber Co., New York**  
Floral warp-printed silk satin and moss  
green satin (lining)  
*Model by: Don Loper, Beverly Hills*