

Zeitschrift: Textiles suizos [Edición español]
Herausgeber: Oficina Suiza de Expansión Comercial
Band: - (1952)
Heft: 2

Artikel: Paris : derrière le rideau
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-797035>

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: 03.04.2026

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





*Champs-Élysées ...
... ses premiers pas ...*

dans la nuit, obligé, à chaque minute de s'interroger. Est-il dans la bonne voie ? Ce mouvement nouveau plaira-t-il ?... — Il y a les angoisses de la dernière heure, le trac de l'entrée en scène. Mais, tout cela est à présent terminé, le couturier a été congratulé, félicité, fêté. Il sait bien que tout n'est pas parfait, mais on l'a encensé de telle sorte qu'il en garde une joie double, celle du souvenir des paroles aimables et celle, plus profonde, de la tâche accomplie.

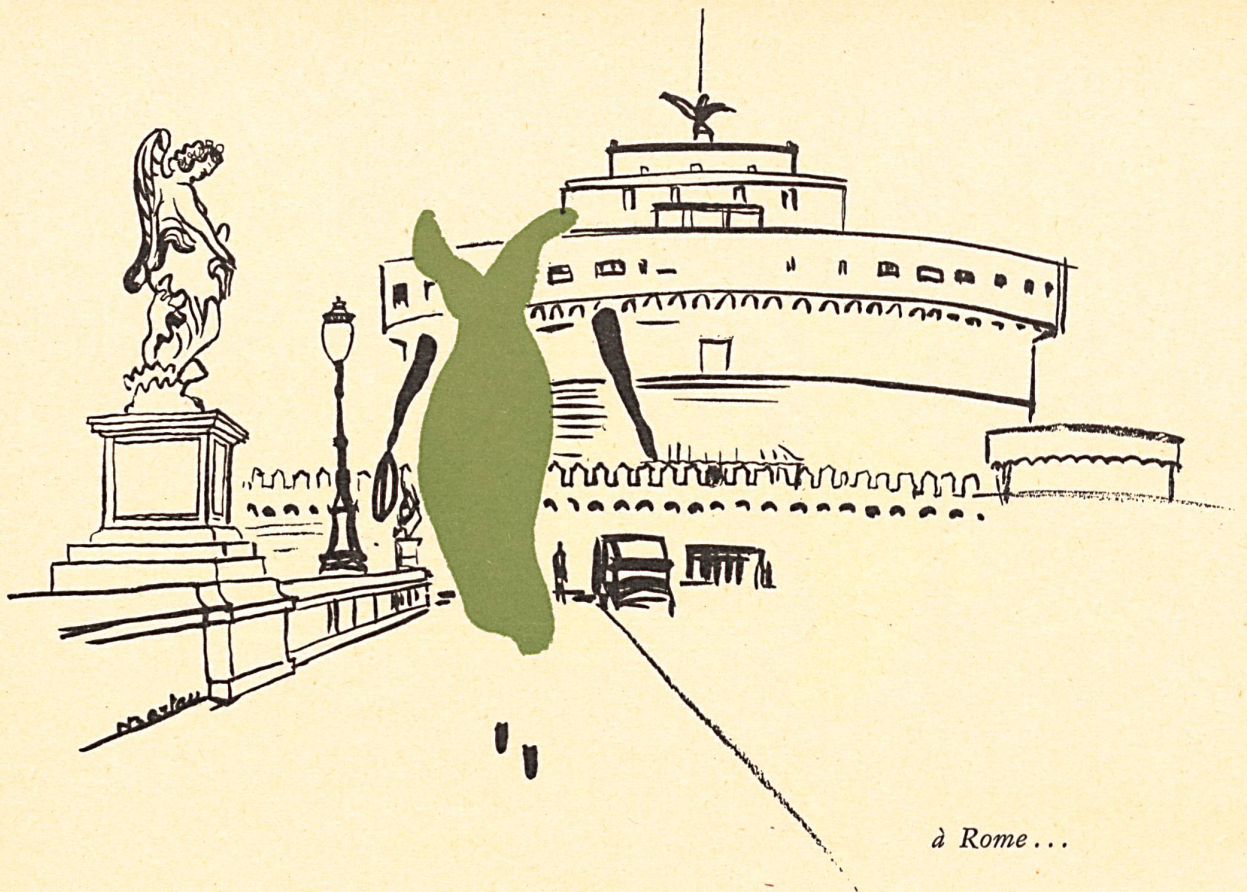
Mais, lorsque le rideau descend, un nombre considérable de forces entrent en action, en pleine lumière ou dans l'ombre. C'est qu'il faut, dorénavant, utiliser les idées du créateur pour vendre, loyalement ou traîtreusement. Ce sont d'abord les représentants de la presse mondiale qui exigent des photographies ou des croquis. Ceux-là se heurtent aux sages prescriptions de la Chambre Syndicale de la Couture qui fixe la date des premières publications autorisées, en la reportant à un peu plus d'un mois des présentations. Mais, il s'agit ici de journalistes véritables, qui font leur métier au grand jour. Derrière eux s'agite un autre monde, celui de la copie, à qui tous les moyens sont bons pour vivre des idées du créateur. Tous les systèmes ont été employés pour voler, depuis l'appareil microscop-



à Londres ...

pique jusqu'aux tentatives de corruption des modélistes et des premières d'atelier, en passant par le plus ingénieux, la grille.

C'est la méthode de Léonard de Vinci, mise au goût du jour. Ce peintre génial, pour ne pas être obligé de faire des esquisses dans les lieux publics, avait répertorié toutes les formes de visages et de corps et les avait mentalement numérotées. Il reproduisait une ressemblance de façon parfaite d'après des notes de ce genre : front 12, nez 17, bouche 9, etc... Il suffit à un spécialiste d'avoir en mémoire une grille comme celle servant de support aux mots croisés, avec les chiffres verticaux et horizontaux, pour noter sur son carnet les mouvements et les détails d'une robe. Il a le droit d'écrire, et non de dessiner. Mais ces notations, d'apparence bénigne, lui permettront de téléphoner, une heure après la présentation, la position exacte d'une découpe, la ligne d'un décolleté, l'enveloppement d'une écharpe — à moins qu'il ne s'adresse directement à une maison de Paris, qui, sur ses indications, lui livrera une toile identique au modèle. Jamais la couture n'a réussi à tourner cet obstacle, elle a toujours été volée et continue de l'être. Chacun sait que les barrières peuvent toutes être



franchies et que la meilleure ligne de fortification peut être détruite, à moins qu'elle ne soit tournée. Les esprits clairvoyants ont compris depuis longtemps que le seul salut de la couture est dans l'aménagement de sa propre copie, à moins de frais, donc à prix de vente inférieur à celui des organisations clandestines. Mais, ceci est une autre histoire.

*

Parce qu'il y a tout de même un aspect honnête de la question, celui de la vente, c'est-à-dire de la vie, non seulement de la maison de couture, mais des industries et métiers qui vivent en partie grâce à elle. Sur les mille coupes de tissu à condition alignées dans le studio du créateur et qui marquent l'effort considérable du textile, un certain nombre seront retenues, utilisées, commandées à nouveau, ce seront celles des modèles à succès, celles de la mode d'aujourd'hui. De ce double verdict du couturier et de la clientèle dépend l'orientation d'une production et d'un marché.

Lyon, Saint-Etienne, Roubaix, Bohain, Saint-Gall, Zurich, Bâle, suivent les ventes avec un intérêt soutenu. Qu'une nouvelle soierie ait été lancée par Dior, une coton-

nade originale par Fath, une guipure par Balenciaga, un ruban par Dessès, un lainage par Balmain, la demande se fera dans le monde entier. Le métrage employé par le couturier, même important, est minime en regard de la vente de tissu que déterminera, un peu partout, la vogue de son modèle. C'est pour cela que les intérêts du textile et de la couture sont liés. Celle-ci semble, à première vue, coûter fort cher à celui-là : frais de recherches, renouvellements incessants, stocks rapidement démodés, nécessité de confier un échantillonnage considérable pour aboutir, en fin de compte, à des achats assez restreints, mais, en regard, quelle publicité ! Sans cet instrument de propagande idéal qu'est la Couture, comment le fabricant ferait-il connaître ses produits à travers le monde ? Grâce à elle, il a la totalité de la presse, de la radio, de la télévision, du cinéma, du théâtre à sa disposition ; même dans les circonstances politiques ou sociales les plus graves, les plus angoissantes, il y a toujours place pour la photographie ou la description d'une jolie fille portant la dernière robe de Paris...

Encore convient-il que tous ces efforts, que cette propagande multiforme ne soient pas rendus vains par le jeu des barrières douanières, par les cruelles mesures économiques d'une époque instable ! Encore faut-il que ces tissus, que ces robes puissent passer les frontières et que la clientèle soit satisfaite ! Il y aurait beaucoup à dire à ce sujet, mais cela sortirait du cadre de cette revue...

X. X. X.

En Amérique

