

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1983)
Heft: 55

Artikel: Reflets de Paris
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795697>

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: 13.04.2026

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

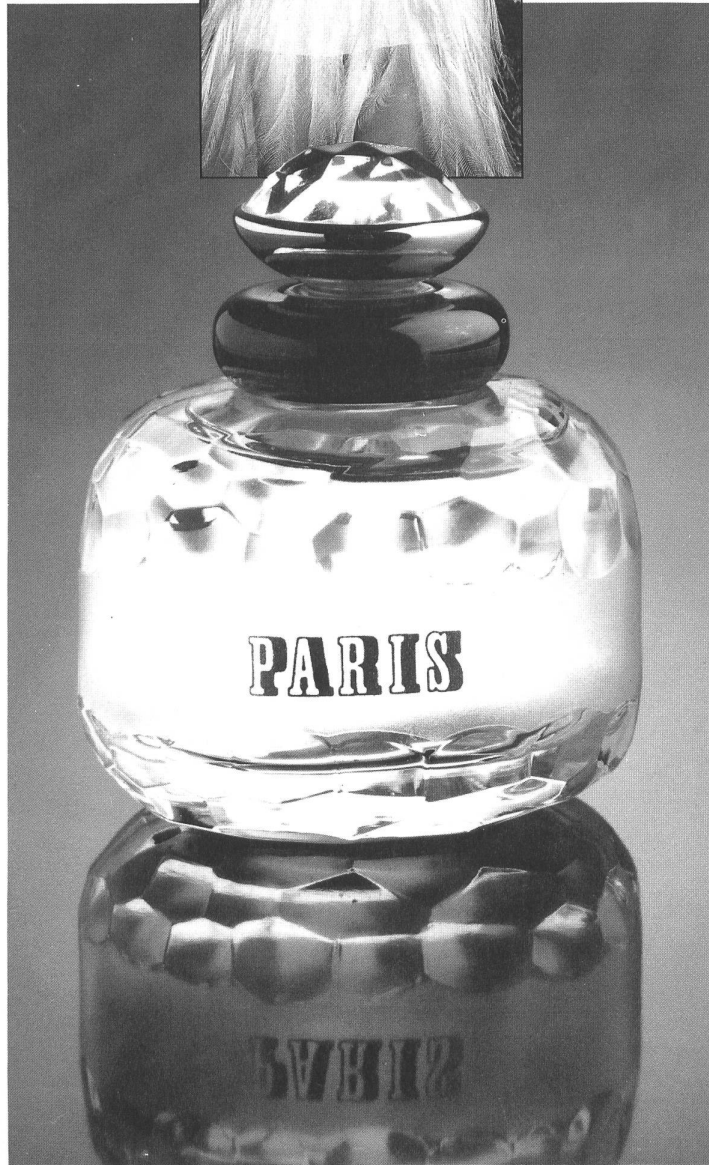
REFLETS DE PARIS



«PARIS»

LE NOUVEAU PARFUM

D'YVES SAINT LAURENT



Ainsi qu'il sied à cette maison mondialement connue, c'est avec élégance que le plus jeune parfum d'Yves Saint Laurent fut tenu sur les fonts baptismaux: à la fin de l'éclatant défilé, le mannequin star Mouna apparut – non pas vêtue de la traditionnelle robe de mariée, mais parée d'une robe ultra-courte en plumes et, dans ses mains soignées, un flacon à facettes taillées étincelant – avant de traverser l'es-trade d'un élégant pas de danse. «Paris» est le nom de la nouvelle senteur, un mélange composé de roses, mimosa, violettes, géraniums, iris et œillets poivrés, qui se fondent en un parfum tendrement sensuel, à peine passionné, reflet de la poésie de la Ville Lumière.

«PARIS»

Les essences précieuses qui le composent sont suggérées par le flacon en verre taillé à facettes qui rappelle le diamant par sa forme. «Paris» – en hommage à la seconde patrie de ce couturier plein de talent et qui lui inspire sans cesse des idées nouvelles.

CHEZ CHANEL

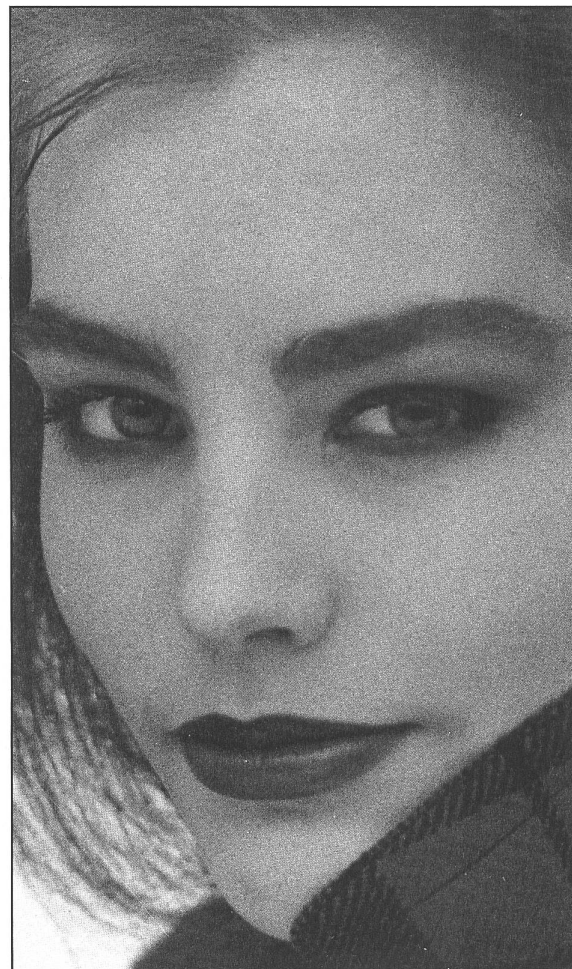
LA RICHESSE



La seconde collection Chanel imaginée par Karl Lagerfeld nous rappelle 1932, l'année où l'intrépide Gabrielle Chanel – dont les bijoux mode connaissaient un immense succès – avait lancé une collection de bijoux en pierres véritables, qui eut l'heur de surprendre même le monde des spécialistes. Edmond Charles-Roux écrit à ce sujet dans son livre «Le Temps Chanel»: «En novembre 1932 fut inaugurée une exposition comme il était rarement donné d'en voir chez un particulier. Cela se passait chez Chanel, au rez-de-chaussée de l'hôtel Pillet-Will. Dessinés par elle, des bijoux étaient présentés sur des bustes, dénichés chez de vieux coiffeurs, des bustes en cire, maquillés à la perfection et surveillés de près par des gardiens aux revolvers très visibles. C'était inattendu qu'une femme qui n'était ni diamantaire ni joaillier s'avisât de faire des bijoux vrais, elle qui s'était faite la championne des bijoux fantaisie.»

Sans doute Karl Lagerfeld s'est-il souvenu de cette époque pour hisser ses fulgurantes toilettes du soir et ses tailleurs de gala au rang de bijoux précieux. Ces modèles étaient ornés d'éléments baroques, de volutes, rameaux et coquillages or et les féeriques broderies main faisaient resurgir une tradition artisanale française d'antan: tabatières en émail et nacre serties d'or, marqueteries en bois précieux et écaille, interprétées de façon très personnelle. Rien d'étonnant à ce que la seule broderie d'un modèle coûte plus de FF 300 000.-. Une question cependant: qui donc peut s'offrir cela?

UN MAQUILLAGE NOMMÉ « DIMENSIONS »



Entreprise mondiale de cosmétiques étroitement liée aux milieux de la Haute Couture – le maquillage des mannequins des plus grands salons parisiens suivent toujours ses dernières tendances – Helena Rubinstein SA a baptisé son nouveau make-up pour l'automne/hiver

« DIMENSIONS »

La nouvelle ligne capte avec subtilité les nuances à la mode, libre à celle qui les utilise d'en intensifier ou atténuer les tons. Elle dispose de deux harmonies de teintes: mauve – un rouge tirant sur le violet – et fauve – un brun délicat à reflets roux. Le jour, la fraîcheur et le naturel sont de rigueur et la couture les traduit par les fibres naturelles – pure soie, pure laine.

DÉ D'OR POUR ERIK MORTENSEN

Chaque saison, la presse de la mode accréditée à Paris attend avec impatience le verdict du jury qui attribue le Dé d'Or. Cette manifestation, patronnée depuis 1979 par la société de cosmétiques Helena Rubinstein SA, a

toujours lieu sur les toits de Paris, à la terrasse Martini des Champs-Élysées, et récompense «le» couturier qui s'est révélé le plus créatif dans la réalisation de sa collection.

Cette année, Claude Ury, président directeur de Helena Rubinstein SA, a remis le Dé d'Or – trophée particulièrement convoité – au successeur de Pierre Balmain, le Danois Erik Mortensen, pour sa collection très éla-

borée d'automne/hiver, extravagante à peine et teintée de sex-appeal. En janvier dernier, Erik Mortensen était encore sous l'influence de son maître et ami récemment décédé, Pierre Balmain; cette fois-ci, il signait la collection de sa personnalité propre, qui s'épanouira sans doute à l'avenir. D'ores et déjà, sa tendance à actualiser la mode et son style personnel sont évidents.



△ Modèle Givenchy
▷ Modèles Scherrer



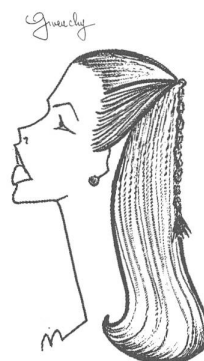
Les écologistes, les défenseurs de la nature peuvent respirer. Les animaux menacés de disparition ne seront plus sacrifiés à la coquetterie féminine. Révolu le temps où un manteau d'ocelot ou de tigre tenait lieu de symbole de rang pour les dames du jet-set. Actuellement, la couture s'empare de peaux de poulains et de veaux pour leur imprimer – avec raffinement il est vrai – les dessins si convoités autrefois du chat sauvage, du zèbre, de la girafe. Hubert de Givenchy et Jean Louis Scherrer les transforment en vestes et spencers très applaudis; ils en garnissent chapeaux et cols. Le cuir, lui aussi, est imprimé de dessins très actuels ou encore transformé en trompe-l'œil par un relief peau de crocodile. Givenchy et Scherrer font également figure de sauveur de l'espèce, sans pour autant renoncer à l'optique à la mode. N'est-ce pas une attitude fort méritoire?

PEAUX ET CUIRS IMPRIMÉS



Que les coiffures soient soumises aux mêmes fluctuations de la mode que les tissus et les façons, cela ne fait aucun doute. Ce qui plaît aux couturiers lors de l'élaboration des collections n'est pas adopté sans autre par les figaros; car tout ce qu'il est possible de concevoir à partir d'une chevelure ou du cheveu en général dépasse souvent l'imagination.

Alexandre, le coiffeur des têtes couronnées ou non, des femmes les plus élégantes du monde, et qui est également et de long-



temps déjà le «coiffeur de la cour» des couturiers les plus en vue tels que Givenchy, Ungaro, Chanel et Balmain, où il transforme la chevelure des mannequins en coiffures à la mode, sait

quelle coiffure convient à chaque nouvelle entrée en scène. Longs ou courts, relevés ou retombant sur les épaules – les cheveux sont l'étoffe dont il matérialise ses rêves de coiffure.



Claude Ury (à gauche) vient de remettre à Erik Mortensen le Dé d'Or, présenté par deux mannequins du couturier.

LES MAILLOTS D'UNE NUIT SIDÉRALE

Ces maillots de bain en Lycra® d'une pièce, moulant le corps comme une seconde peau et qui pointent en direction de l'espace leurs flèches et éclairs brodés de strass, appartiendront-ils au «tableau de minuit» d'imposantes réceptions? Ou encore seraient-ils destinés déjà à de futurs marchés prévus sur d'autres planètes? Peu importe, Jean Louis Scherrer a su obtenir – avec ce gag – un succès spectaculaire. Les costumes de bain assortis de longues vestes taillées près du corps en satin et drap de laine noirs ont éveillé l'intérêt de la presse.

Autre caractéristique: les bandeaux à la garçonne qui ceignent le front. Mélodie d'avenir? Les «filles de l'espace» trouvent ces modèles parfaitement à leur goût.

