

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition française]
Herausgeber: Office Suisse d'Expansion Commerciale
Band: - (1957)
Heft: 4

Artikel: Lettre de Londres
Autor: Fonteyn, Ruth
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-792089>

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: 26.07.2025

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



Lettre de Londres



Stand of the Swiss Cotton and Embroidery Industry at the First International Trade Fashion Fair, London (November 18-22, 1957).

Photo R. W. Luckins Studio London

Quel automne chargé nous avons vécu, dans le monde de la mode ! Augmentation du taux d'escompte et diminution des chiffres de ventes au détail ; un renouveau des discussions sur le thème éternel des tailles féminines et une épidémie d'ergotages du côté des fabricants et des acheteurs professionnels au sujet de la ligne sac et de son influence sur la mode de printemps. Il y a aussi une certitude qui s'affirme de jour en jour : la zone de libre-échange n'est plus du domaine de la théorie, c'est une réalité devant laquelle nous serons placés sous peu — et que nous devons peut-être appeler de nos vœux ; sur un plan moins grave, il y a les nouveaux programmes de mode de la

télévision, la discussion de leurs mérites, de leur valeur pour créer une demande directe et de l'influence qu'ils peuvent exercer sur le sens de la mode des hommes et des femmes. Si, après tout cela, quelqu'un continue à considérer nos activités comme mortellement sérieuses ou réellement importantes, il ne nous reste plus qu'à nous lancer dans la lecture d'écrits passionnants tels que la « Revue de productivité », « Vente au détail », ou autres études sur l'influence de la femme dans la production et la distribution.

C'est sur cette toile de fond que se sont déroulées les présentations des collections printemps/été : les fabricants ont eu peut-être un peu plus de peine à vendre et les

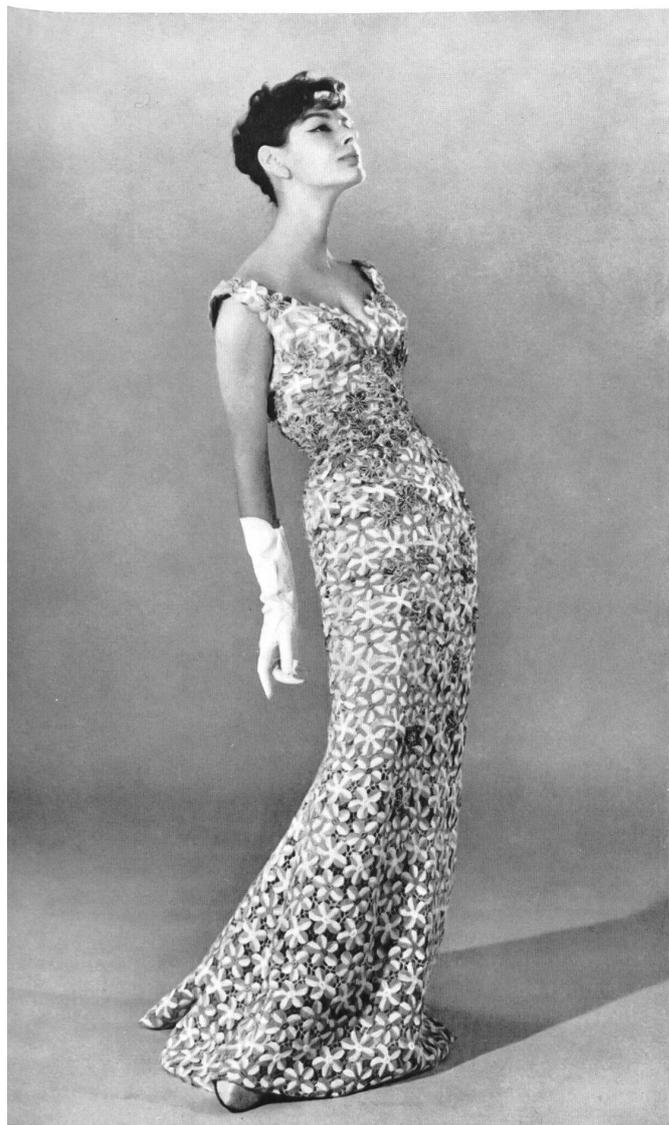
acheteurs ont acheté avec un peu plus de prudence. Il n'y a cependant pas un véritable manque de confiance, ni de crainte irraisonnée, mais simplement une réserve calculée chez la plupart des détaillants. Pour revenir brièvement sur certains traits de la situation relevés plus haut, disons que l'élévation du taux d'escompte a été certainement désagréable mais qu'elle était évidemment nécessaire. Quant à la question des tailles, elle n'a pas une portée aussi considérable, mais elle n'est pas indifférente non plus. Car cela n'a pas le sens commun — et c'est aussi très inconmode — que les vêtements féminins soient marqués selon des échelles différentes d'un fabricant à l'autre. Si la taille 10 de certaines maisons correspond à la taille 9 d'un autre groupe mais à la 12 d'une troisième catégorie, alors il est grand temps que les détaillants partent en guerre pour leur compte et celui de leurs clients, afin que les femmes puissent savoir quelle taille elles doivent indiquer dans les magasins sans avoir recours à une table de conversion ! Il est très probable, du reste, que la perspective d'une zone de libre-échange donnera du poids aux arguments et fera finalement triompher la cause du bon sens.

Un nombre toujours croissant de petits fabricants, qui ont été effrayés ou décontenancés jusqu'à maintenant par



Part of the stand of the Swiss Cotton and Embroidery Industry at the First International Fashion Fair, London.

Photo R. W. Luckins Studio, London



la perspective d'exporter, réalisent aujourd'hui qu'il y a là un nouveau problème qui doit être résolu d'une manière ou de l'autre et qui, en réalité, n'offre pas seulement de nouvelles possibilités à l'étranger mais leur aidera à étendre leurs affaires en Grande-Bretagne même.

Beaucoup d'entre eux essayeront, au cours des prochaines saisons, de se familiariser avec les particularités et les goûts des diverses clientèles européennes et s'efforceront de déterminer quels sont les facteurs communs à la fois à certains débouchés étrangers et au marché intérieur. Il est possible que les conditions économiques nouvelles provoquent une augmentation de la spécialisation et un resserrement de l'éventail des prix et des genres, en délimitant plus étroitement le domaine de chaque producteur.

Jusqu'à cet automne, les présentations de mode par TV n'ont été qu'occasionnelles et limitées aux couturiers les plus connus comme Hardy Amies, Hartnell, Victor Stiebel,

UNION Ltd., SAINT-GALL

Heavy cotton guipure.

Model by Marty & Co., Zurich (Shown in the fashion parade at the International Fashion Fair, London)

Photo Tenca



JACOB ROHNER Ltd., REBSTEIN

Embroidery on fine cotton.

Model by R. Cafader & Co., Zurich (Shown in the fashion parade at the International Fashion Fair, London).

Photo Tenca

Dans le monde de la mode, tous ces facteurs exercent un effet stimulant, développent un nécessaire sens du risque, réveillent les endormis, suscitent la curiosité publique et affinent le sens critique. La première Foire internationale de la Mode, qui s'est tenue en novembre à l'Albert Hall, a aussi joué son rôle sous ce rapport. La Suisse et l'Italie y ont présenté quelques-uns de leurs produits de choix et ont contribué à apporter une certaine fraîcheur continentale.

Le stand suisse, organisé par les industries du coton et de la broderie de Saint-Gall, était l'une des principales curiosités et fut spécialement remarqué à cause de son élégance, de sa composition équilibrée et de la qualité des produits présentés. Naturellement, on y voyait les produits de plusieurs maisons bien connues; il y avait effectivement

etc. Ces émissions ont été maintenant développées et exerceront une influence considérable sur le public moyen. Leur force de choc s'exerce principalement par les postes récepteurs qui atteignent des couples ou des familles entières. Bien qu'il y ait encore beaucoup de progrès à faire dans la préparation de ces émissions, par exemple dans l'adaptation des éclairages aux divers genres de tissus, il est certain que les présentations vont s'améliorer au cours de ces prochains mois et que ces programmes provoqueront une augmentation des ventes dans les zones de réception. Ces programmes de mode, payés par des entreprises commerciales, sont diffusés, bien entendu, sur des réseaux privés; le nombre de postes récepteurs est actuellement de 4 millions et demi mais il augmente chaque mois d'environ 150.000.

J. G. NEF & Co. Ltd., HERISAU

Plain and imago printed organdy.

Model by H. Haller & Co., Zurich (Shown in the fashion parade at the International Fashion Fair, London).

Photo Tenca





**L. ABRAHAM & Co. Silks Ltd.,
ZURICH**

Pure silk floral print.
Model by Frederick Starke, London

Photo David Olins

trente-six maisons suisses intéressées, toutes ayant un représentant dans le Royaume-Uni.

Christian Fischbacher Co. avait quelques cotons à tissage fantaisie mais le plus délicieux, à mon avis, était un tissu à rayures ton sur ton de largeur croissante, d'un éclat discret rappelant le satin. Honegger & Co. et Jacob Rohner avaient de fins mouchoirs de linon, bien que la seconde de ces maisons soit plus connue ici pour ses très élégantes broderies, dont des firmes de renom, telles que Morleys et d'autres, achètent des quantités. Des cotons imprimés d'Otto Moetteli, des broderies de Reichenbach et de Bischoff Textil, divers tissus brodés de Walter Schrank, des organdis brodés de E. Roelli & Co. et de Forster Willi

& Co., voilà ce que nous avons noté parmi beaucoup d'autres produits et d'autres noms aussi, familiers ou moins connus peut-être, et qui se montraient à leur avantage en une exposition remarquable pour la qualité des produits et du travail qu'ils représentent.

Pour ma part, j'espère que cette participation suisse à une exposition commerciale n'a été qu'un début et deviendra une tradition. Le marché britannique n'a jamais été facile à conquérir mais il constitue certainement un objectif appelant la conquête... et peut-être même une juste récompense.

Ruth Fonteyn