

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition française]
Herausgeber: Office Suisse d'Expansion Commerciale
Band: - (1959)
Heft: 3

Artikel: La semaine de la soie 1959
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-792200>

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: 25.07.2025

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

La Semaine de la soie 1959

Une impressionnante campagne de propagande collective

Depuis des années, l'Association zurichoise de l'industrie de la soie qui est (malgré son nom) l'organisme central qui groupe, en Suisse, les associations de la branche, se charge de la propagande collective auprès du grand public en faveur de la soie naturelle. Mentionnons, parmi les mesures qu'elle prend à cet effet, l'édition de brochures et dépliants de propagande, la production et la diffusion de films documentaires et de publicité, l'organisation de séances d'information pour la presse avec exposition de dernières créations en tissus et de présentations de modèles réalisés en soie naturelle; tous ces efforts complètent l'activité déployée par l'A. Z. S. pour propager l'idée que la soie est le textile convenant le mieux pour les robes des grandes occasions. Nous ne saurions passer sous silence la magnifique exposition de soieries du salon «Création» à la Foire suisse de Bâle de ce printemps (v. p. 90); en outre, de grandes annonces paraissant au printemps dans les magazines féminins et de mode rappellent qu'il n'y a «Rien de plus beau que la soie naturelle».

La semaine de propagande, qui a lieu chaque printemps et dont les vitrines des magasins sont le théâtre, occupe une position particulière parmi toutes ces mesures, car elle est le résultat d'une action exécutée en commun par l'Association zurichoise de l'industrie de la soie et les détaillants en tissus et habillement.

Cette année, il y a eu de nouveau environ 240 magasins qui ont mis leurs vitrines au service de cette propagande, du 18 au 25 avril. Toutes ces maisons utilisaient comme signal de reconnaissance l'affiche en couleurs qui a souvent été utilisée, pendant les semaines suivantes, à l'intérieur des magasins pour signaler les articles en soie. Toutes les maisons distribuaient à leur clientèle le petit prospectus contenant les «Douze règles d'or pour laver la soie naturelle», établi avec la collaboration de spécialistes dans le lavage et le repassage de la soie.

Comme la campagne se déroulait sans aucune contrainte, la date de départ du 18 avril 1959 n'a pas été unanimement observée, c'est-à-dire que certains participants ont démarré plus tôt et d'autres avec un certain retard. On n'attache du reste pas une importance capitale à ces vétilles, surtout lorsqu'on sait que le détaillant le plus favorable à la soie, que le plus adroit décorateur ne peuvent espérer d'autre récompense qu'un mot de reconnaissance de la part du représentant des organisateurs, en tournée de contrôle. Tout bien considéré, donc, on ne peut que se réjouir de l'élan dont tous ont fait preuve à cette occasion.

Beaucoup de détaillants se donnèrent la peine de confectionner des transparents avec des silhouettes japonaises; des lattis de bambou peints, des bambous, des lanternes japonaises et des panneaux muraux brodés contribuaient à créer une atmosphère orientale. Une importante maison zuricoise fit imprimer des cartons portant, en caractères japonais, le slogan «Il n'y a rien de plus beau que la pure soie». Ce même texte japonais était reproduit dans

les dix vitrines de ce magasin. Mais même dans les petites boutiques de campagne ou de faubourgs, là où on n'exposait que deux blouses de soie et un jupon et peut-être quelques fichus... ce modeste coin de la soie était arrangé avec soin et sympathie.

Dans les magasins plus importants, ici et là, on pouvait voir des comptoirs attrayants consacrés à la soie où l'on n'offrait que des tissus de soie, très artistement présentés. C'est là une mesure intelligente, car, si les vitrines exercent un indéniable pouvoir d'attraction, on ne peut pas toucher les soieries qui y sont exposées... or, on doit pouvoir en éprouver la «main» pour les apprécier pleinement.

Il est peut-être difficile, pour bien des commerçants, d'inclure une campagne de propagande de ce genre à la date voulue dans le programme établi de leurs décorations de vitrines. L'Association zurichoise de l'industrie de la soie est d'autant plus heureuse et reconnaissante de trouver chaque année des détaillants fidèles à la soie, pour participer à sa propagande collective.

