

# Paris : when the curtain falls = París : detrás del telón

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suizos [Edición español]**

Band (Jahr): - (1952)

Heft 2

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-797036>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

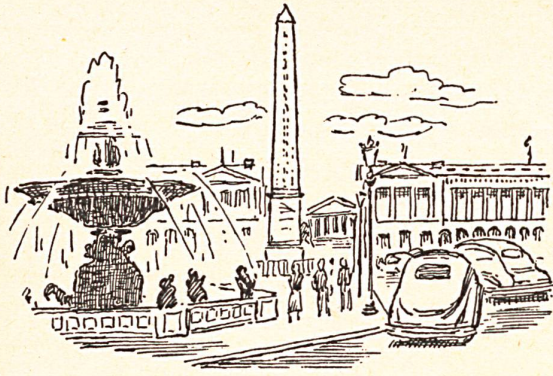
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.





## PARIS

### When the curtain falls

When the curtain has fallen on the spectacular showing of his collection, the designer generally leaves the scene to go and have a well-earned rest. He has just lived through an exhausting month or more, driving his staff, working late into the night, compelled at every turn to ask himself, « Am I on the right road? Will this new movement catch on? ». There are the last minute qualms, the stage-fright. But all that is over and past now; the couturier has been toasted, congratulated and complimented. He knows very well that everything was not perfect, but so much praise has been showered on him that he feels a double joy, that of the memory of the kind words and that, more deeply felt, of a task well done.

But when the curtain falls, a considerable number of forces come into action, either openly, or covertly in the shadows. Henceforth the ideas of the designer will have to be used to sell, whether loyally or treacherously. First of all there are the representatives of the world press who demand photographs or sketches. These come up against the wise precaution of the « Chambre Syndicale de la Couture » which fixes the date of the first authorised publications, postponing it for more than a month after the showings. But these are the regular journalists who carry on their profession in the open. Behind them swarms quite a different set — the copyists, to whom all methods are justified as long as they help them live on the ideas of the designer. Every system has been used to steal his ideas, from the microscopic camera to attempts at bribing his assistants, including the most ingenious of all — the grid.

This is Leonardo da Vinci's method with a modern touch. In order to avoid having to make sketches in public places, this inspired painter listed all the forms of the face and body and numbered them mentally. He was able in this way to reproduce perfect likenesses from notes of the following kind: forehead 12, nose 17, mouth 9, etc... It is sufficient for an expert to memorise a grid like that used for crossword puzzles, with horizontal and vertical figures, to be able to jot down in his notebook the lines and details of a dress. He is allowed to write but not to draw. But these notes, that are so harmless in appearance, enable him to telephone, one hour after the showing, the exact position of a drape, the line of a décolleté, the wrap of a scarf — unless he goes direct to some Paris firm which, from his instructions, makes him a pattern identical to the model. Haute Couture has never succeeded in overcoming this obstacle; it has always been robbed and continues to be so. Everyone knows that all barriers can be overcome and that even the best lines of fortification can be destroyed — if not by-passed. Farseeing minds have long been aware that

Couture's only salvation lies in the organisation of its own copying service, at less expense and consequently at selling prices lower than those of the clandestine organisations. But that is another story.

\*

Because there is after all an honest side to the question, that of the sales, which is to say the life-blood not only of the fashion house but of the industries and trades that depend on it in part for their livelihood. Out of the thousand and one lengths of fabric on approval, piled high in the designer's workroom and the result of so much effort on the part of the textile industry, a certain number will be kept, used and ordered again; they will be those used for the successful models, those of to-day's fashions. On this double verdict of the designer and the public depends the direction taken by an industry and a market.

Lyons, Saint-Etienne, Roubaix, Bohain, Saint-Gall, Zurich and Basle follow the sales with breathless interest. If a new silk is launched by Dior, an original cotton by Fath, a guipure by Balenciaga, a ribbon by Dessès or a woollen by Balmain, a demand for it will soon be felt all over the world. The quantity used by the couturier, even when fairly large, is minute compared with the sale of the fabric that will be determined, almost everywhere, by the popularity of the model. It is for this reason that the interests of the textile industry and Couture are so closely bound up with one another. The latter would seem at first sight to be very costly to the textile industry: costs of research, the continual search for novelties, stocks rapidly becoming out of date, the need to send a considerable quantity of samples to achieve, when all is said and done, a very small sale; but, when you look at it, what publicity! Without this ideal instrument of publicity that is Couture, how would the manufacturer make his products known all over the world? Thanks to Couture, he has the whole of the press, radio, television, cinema and theatre at his disposal; even in times of the most serious and alarming political or social crises, there is always room for the photograph or description of a pretty girl wearing the latest Paris creation...

On top of this it is necessary that all these efforts, all these different forms of publicity, should not be brought to nothing by the action of customs barriers, by the harsh economic measures of an unstable era! These fabrics, these dresses still have to be allowed to pass the frontiers, and the customers to be satisfied as well! There is a great deal more to be said in this connection, but that would be outside the scope of this periodical...

X. X. X.

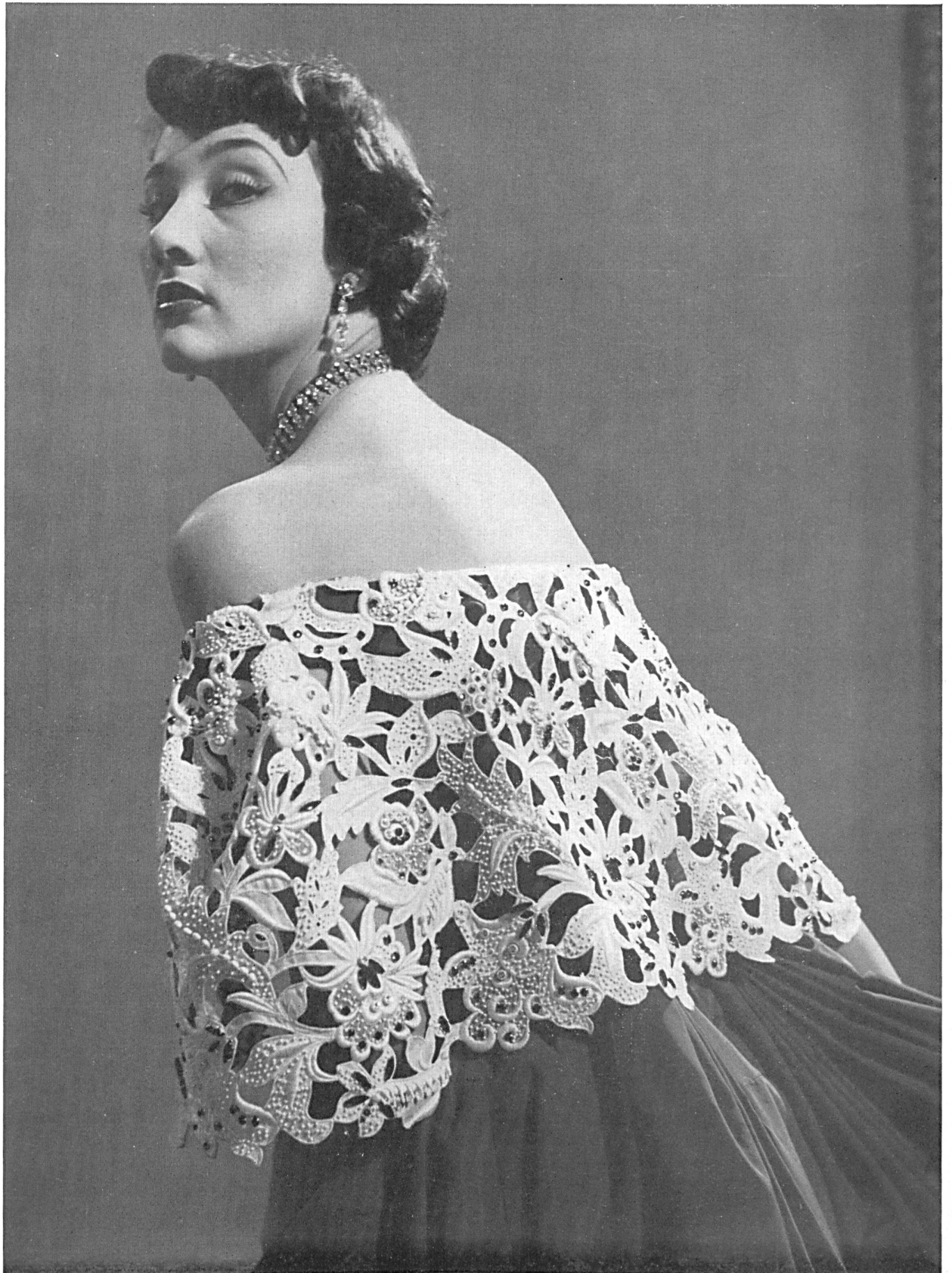


# Broderies et dentelles de Saint-Gall

Photo Ostier-Heil

BRUYÈRE

Broderie découpée sur organdi de *Forster Willi & Co., St-Gall*; placée par Inamo, Zurich.





CHRISTIAN DIOR

Galon brodé avec fleurs superposées de  
*A. Naef & Cie, Flawil*; placé par *Inamo, Zurich*.

Photo Ostier-Heil.



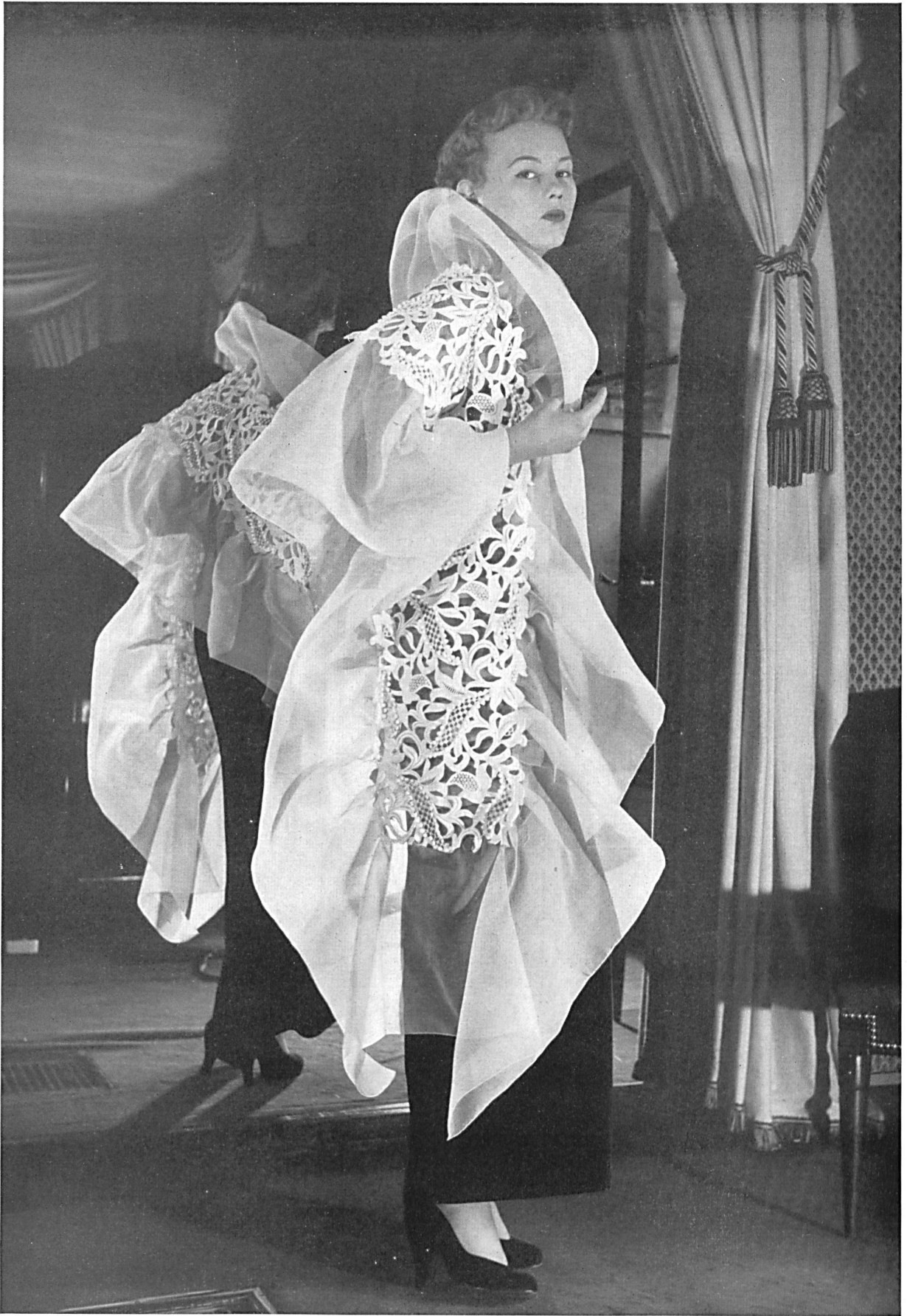


Photo Ostier-Heil

HUBERT DE GIVENCHY

Fleurs brodées de *A. Naef & Cie, Flawil*; placées  
par *Inamo, Zurich*.





JEANNE LANVIN (CASTILLO)

Guipure fantaisie de *Forster Willi & Co., St-Gall* ;  
placée par *Inamo, Zurich*.



Photo Lucien Lorelle

PIERRE BALMAIN

Dentelle guipure sur organdi de *Forster Willi & Co., St-Gall*, brodée par *Judith Barbier, Paris*.







SUZANNE TALBOT

Photo Seeberger

Broderie noire sur organdi noir de *Union S. A.*,  
*St-Gall*; grossiste à Paris : Châtillon Mouly Roussel.





Photo Seeberger

HUBERT DE GIVENCHY

Frangé en guipure de *Union S. A., St-Gall*; grossiste à Paris : *Pierre Brivet S. à r. l.*

SCHIAPARELLI

Organdi brodé de *Forster Willi & Co., St-Gall* ; grossiste à Paris : Châtillon Mouly Roussel.

Photo Seeberger



JACQUES FATH

Broderies anglaises de *Walter Stark, St-Gall* ; grossiste à Paris : Montex.

Photo Seeberger







BALENCIAGA

Organdi brodé de *J. G. Nef & Cie, Hérissau.*

**LEGROUX SOEURS**  
Fleurs brodées de  
*A. Naef & Cie, Flawil* ;  
placées par Inamo, Zurich.



Photo Ostier-Heil

Photo Seeberger

**BALENCIAGA**  
Fleurs brodées de *A. Naef & Cie, Flawil* ; grossiste  
à Paris : Châtillon Mouly Roussel.







BALENCIAGA

Fleurs en relief de *Forster Willi & Co., St-Gall*;  
placées par *Inamo, Zurich*.

Photo Ostier-Heil

BALENCIAGA

Organdi-crin blanc de *Union S. A., St-Gall*; grossiste à Paris : *Pierre Brivet S. à r. l.*

Cotons fins





de Saint-Gall

JACQUES FATH

Organdi imprimé « Nefloc » de J. G. Nef & Cie,  
Hérisau.





HUBERT DE GIVENCHY

Tissu « Cilaperl » de *Union S. A., St-Gall*; grossiste  
à Paris : Pierre Brivet S. à r. l.



HERMES

Honana or de Stoffel & Co., St-Gall.



Photos Ostier-Heil



SCHIAPARELLI

Piqué fantaisie de Stoffel & Co., St-Gall.

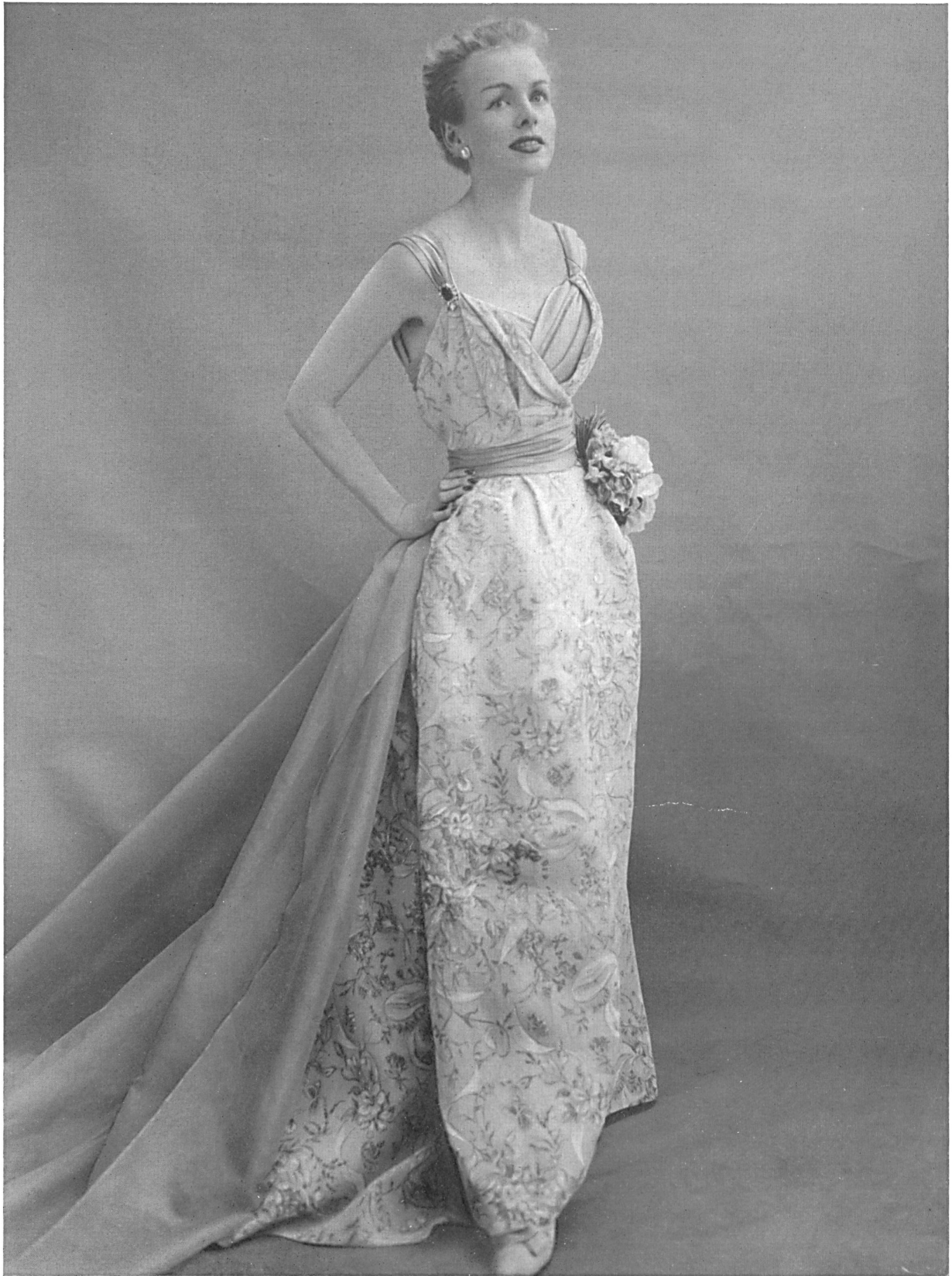


Photo Matter/Kublin

CHRISTIAN DIOR  
Organdi imprimé «Nelovog» de J. G. Nef & Cie,  
Hérisau.



MAGGY ROUFF

Organdi imprimé « Neloflor » de J. G. Neff & Cie,  
Hérisau

Photo Seeberger



# Tresses de Wohlen

MAGGY ROUFF

Crin noir; grossiste à Paris:  
Pierre Brivet, S.à r.l.

Photo Louis-R. Astre





# Soieries de Zurich

JACQUES FATH

Taftillon imprimé de *L. Abraham & Cie, Soieries S. A., Zurich*

Photo Guy Arsac





Photo Ostier-Heil

CHRISTIAN DIOR  
Miyako uni de *L. Abraham & Cie, Soieries S. A.,*  
*Zurich*





Photo Ostier-Heil



Photo Guy Arzac

**JACQUES FATH**

Rafiata de *L. Abraham & Cie, Soieries S.A., Zurich*

**PIERRE BALMAIN**

Miyako brodé de *L. Abraham & Cie, Soieries S.A., Zurich*

BALENCIAGA

Satin Duchesse de *L. Abraham & Cie, Soieries S. A.,  
Zurich*

Photo Ostier-Heil

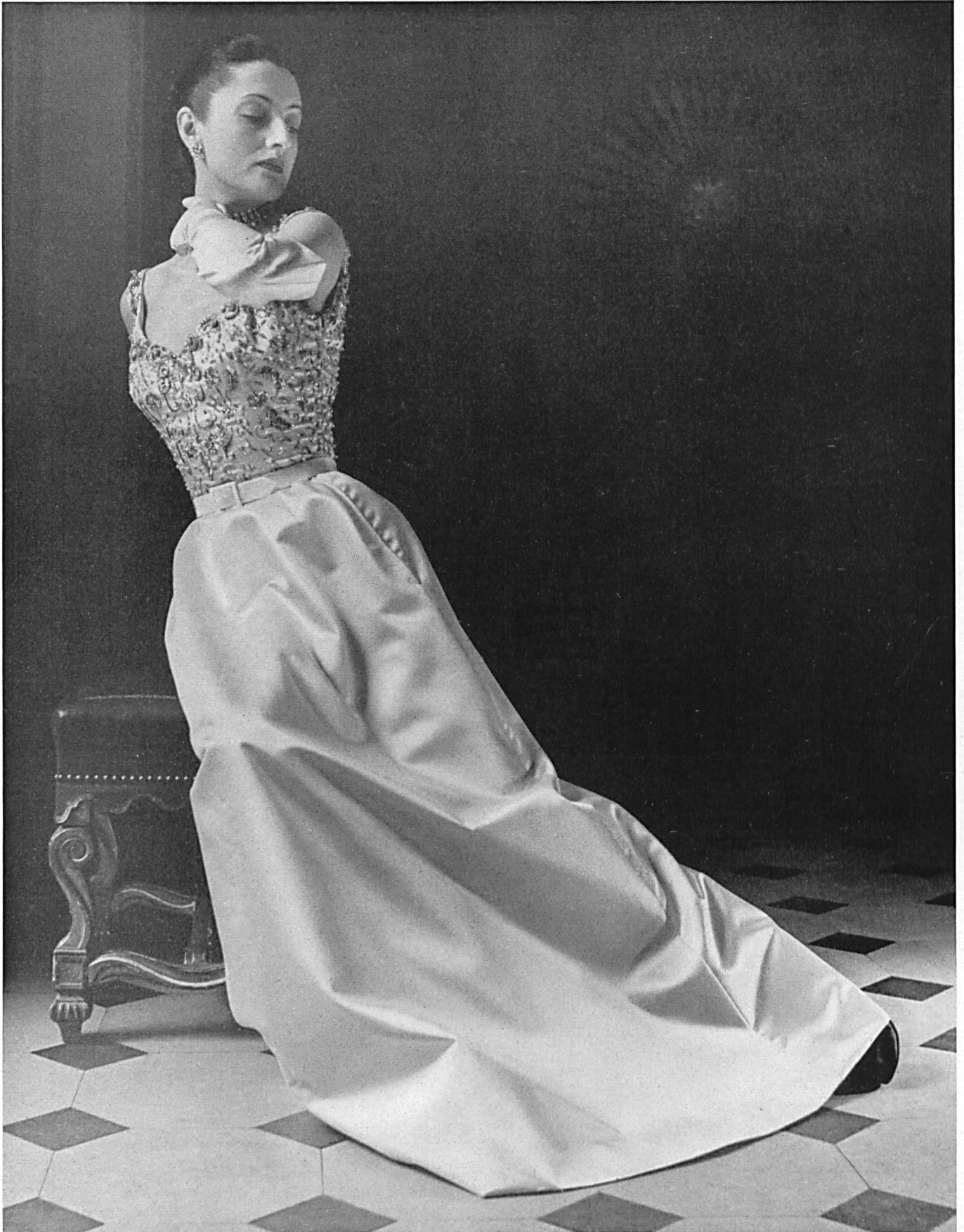






Photo Guy Arsac

JACQUES FATH

Strobi et Satin Duchesse de *L. Abraham & Cie, Soieries S. A., Zurich*

JACQUES GRIFFE

Taffetas noir tout soie, teint en fils,  
de la S. A. Stünzi Fils,  
Horgen

Photo Maywald





# PARIS — *Detrás del telón*

Cuando cae el telón tras la presentación tan espectacular de la colección, su creador abandona generalmente el escenario en busca de descanso. Acaba de vivir durante más de un mes en un tráfigo agotador, hostigando a sus empleados, trabajando hasta muy tarde de noche, obligado en todo momento a estrujarse las meninges. ¿Acertará? — ¿Gustará esta caída? ... Vienen luego las angustias de última hora, el pánico al entrar en escena. Mas ya pasó todo ello y el modisto recibió la enhorabuena y fué felicitado y agasajado. Bien sabe él, para sus adentros, que no todo fué perfecto, pero tanto se le ha incensado con lisonjas que le queda una doble alegría, la que le causa el recuerdo de las palabras amables y esa otra, más profunda, de la labor cumplida.

Pero en el momento de bajarse el telón, un número considerable de fuerzas se pone en acción, unas en plena luz, otras en la sombra. Porque es necesario, enseguida, utilizar la ideas del creador, lealmente o a traición. En primer lugar, existen los representantes de la prensa mundial que exigen fotografías o croquis. Éstos están sometidos a las sabias y acertadas disposiciones de la Cámara Sindical de la Costura, quien fija la fecha para las primeras publicaciones autorizadas, retrasándolas en algo más de un mes a partir de la presentación. Pero, en este caso, se trata de los periodistas verdaderos, que ejercen su oficio a la luz pública. Detrás de ellos pulula otro mundillo, el de la copia, para el cual todos los medios son buenos con tal de vivir de las ideas del creador. Para robarlas, todos los sistemas imaginables han sido ya aplicados, desde la cámara fotográfica microscópica hasta las tentativas de corrupción de las modelistas y de las primeras oficiales del taller, pasando incluso por el más ingenioso de todos, la rejilla.

Ésta es la misma como la que empleaba en su método Leonardo de Vinci, pero arreglada al gusto del día.

Ése genial pintor, para no verse obligado a dibujar apuntes en los sitios públicos, había hecho un repertorio con todas las formas de caras y de cuerpos, dándoles mentalmente un número a cada una de ellas. Reproducía un perfecto parecido guiándose por anotaciones por el estilo de éstas: frente 12, nariz 17, boca 9, etc... A un especialista le bastará conservar en la memoria una rejilla como la que sirve para los crucigramas, con cifras verticales y horizontales, para anotar en su cuadernillo los rasgos principales y los detalles de un vestido. Cada cual puede escribir anotaciones, pero queda prohibido dibujar. Pero esas anotaciones, de aspecto inocente, le permitirán telefonar a la otra orilla del Atlántico y apenas una hora después de la presentación, la posición exacta de un recorte, la línea de un escote, el drapeado de un chal — a no ser que se dirija directamente a una casa de París, la que, según sus indicaciones, le suministrará una tela idéntica a la del modelo. Jamás lograron los modistos suprimir semejante obstáculo y siempre les fueron robadas sus ideas y seguirán siéndolo. Todos sabemos que

las barreras pueden ser franqueadas y que la mejor línea de fortificaciones puede ser destruída, y quien hizo la ley, hizo la trampa. Los espíritus clarividentes comprendieron hace ya tiempo que la salvación de la costura consiste en organizar su propia copia a menor coste, es decir, a un precio de venta menor que el de esas organizaciones clandestinas. Pero eso es harina de otro costal...

\* \* \*

No obstante, existe también un aspecto honrado del asunto, precisamente el de la venta, que significa la vida, no sólo para la casa del modisto, sino también para las industrias y los oficios que viven en parte gracias a éste. Entre los miles de cortes de tejidos en consignación alineados en los anaqueles del estudio creador, que indican el considerable esfuerzo del ramo textil, cierto número de ellos serán retenidos, utilizados y pedidos de nuevo; serán los de los modelos que tengan éxito, los de la moda del día. De ese doble veredicto dictado por el modisto y por su clientela dependerá la orientación de la producción y del mercado.

En Lyon, Saint-Etienne, Roubaix, Bohain, San-Gall, Zurich, se observan las ventas con constante interés. Basta que un nuevo tejido de seda haya sido lanzado por Dior, uno de algodón original por Fath, un encaje por Balenciaga, una cinta por Dessès, una lana por Balmain, para que la demanda por el artículo en cuestión se produzca en todo el mundo. El número de metros empleado por un modisto, aunque éste sea importante, es mínimo frente a la venta del mismo artículo que, en todas partes, ha de producir el éxito de su modelo. Debido a ello están mancomunados los intereses del ramo textil con los de la costura. A primera vista parece que ésta le sale muy cara a dicho ramo: coste de las investigaciones, renovación incesante, existencias pasadas de moda en poco tiempo, necesidad de suministrar muestras en gran número, para, en fin de cuentas, lograr unas compras bastante restringidas, como contrapartida, empero, ¡qué propaganda! Sin el instrumento de propaganda ideal, representado por la Costura ¿cómo haría el fabricante para dar a conocer sus productos por todo el mundo? Gracias a ella, tendrá a su disposición toda la prensa, la radio, la televisión, el cinematógrafo, el teatro; incluso en circunstancias políticas o sociales angustiosas y de la mayor gravedad, siempre cabrá la fotografía o la descripción de una joven bonita revestida con la última moda de París.

Además, será necesario que tanto esfuerzo, tanta propaganda multiforme no resulte vana debido al juego de las barreras arancelarias. Falta también que esos tejidos, esos vestidos puedan franquear las fronteras y que sea posible satisfacer la clientela. — Sobre ello habría mucho que decir, pero nos saldríamos y del marco de esta revista...

X. X. X.

## MISE AU POINT

A la suite d'une confusion que nous déplorons, due à notre informateur, le service de presse de l'Association suisse des fabricants de rubans de soie, nous avons publié dans le dernier numéro de cette revue, entre divers documents suisses, les chapeaux ci-contre de JANE BLANCHOT et de MAUD ET NANO (pages 50 c et 50 d), en indiquant que les rubans qui les garnissent sont d'origine suisse. Or, il s'agit en réalité de produits français, vendus en exclusivité par MM. Marcel Guillemín et Cie à Paris. Nous tenons à exprimer à la maison en question, dans cette mise au point, nos regrets pour cette erreur par laquelle notre bonne foi a été surprise. *La rédaction de «Textiles Suisses»*

