**Zeitschrift:** Textiles suisses [Édition française]
**Herausgeber:** Office Suisse d'Expansion Commerciale
**Band:** - (1954)
**Heft:** 2

**Artikel:** Lettre de Los Angeles : voir c'est acheter
**Autor:** Miller, Hélène
**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-791732

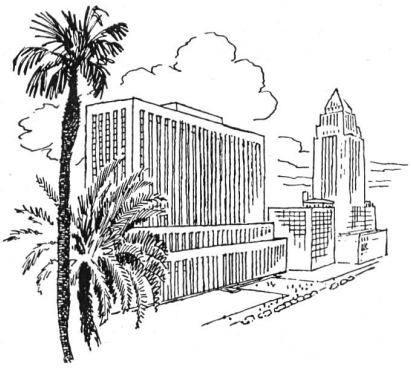
**Nutzungsbedingungen**
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. 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:** 02.07.2025

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



# LETTRE DE LOS ANGELES

## VOIR C'EST ACHETER

Il y a des choses qu'il faut voir pour y croire. Dans le cas des grands magasins J. W. Robinson, « voir, c'est acheter », ou plutôt « montrer, c'est vendre ». En application de ce principe, on a dépensé plus de six millions de dollars pour réaliser une des plus prestigieuses expositions que l'on puisse voir en Amérique pour des articles de haute qualité, dans laquelle, du reste, la Suisse est largement représentée, car on y trouve des produits suisses à chaque étage et dans chaque rayon.

Pour présenter uniquement des marchandises de grande classe de la manière la plus suggestive et la plus tentante, Raymond Lœwy, un des dessinateurs industriels les plus renommés, a collaboré avec un bureau d'architecture coté, Peirera & Luckman, pour réaliser un « grand magasin » complet de petites dimensions. C'est le Robinson's de Beverly Hills, le magasin frère de Robinson's Los Angeles et de Robinson's Palm Springs. Il est situé en bordure de Beverly Hills, une des agglomérations les plus exclusives du monde, suite de résidences élégantes, de piscines et de verdure exotique, qui n'est séparée de Los Angeles que par une fine ligne sur la carte. Pour être au niveau d'une clientèle recrutée uniquement parmi les gens qui ont fait carrière, la maison Robinson's Beverly Hills est agencée de la manière la plus luxueuse : tapis aux teintes adoucies, éclairage scientifiquement étudié, décoration raffinée créent une harmonie d'une élégance très actuelle.

Pour maintenir sa situation de premier plan comme fournisseur d'articles sortant de l'ordinaire, Robinson a institué une « foire étrangère » annuelle. Cet événement a lieu en octobre et, pour pouvoir montrer à une clientèle

Robinson's Beverly

choisie des trésors provenant de toutes les parties du monde, les dépôts sont remplis à craquer. Cette vente est précédée, la veille, d'une inauguration par invitations qui a le caractère d'une fête gaie. Le parc à autos de Robinson's Beverly Hills, qui peut recevoir 1100 voitures, est occupé jusqu'à la dernière place. Les hôtes s'avancent, pleins d'attention, à travers les vastes locaux et galeries latérales ; il y règne une atmosphère de distinction et d'art, comme au vernissage d'une exposition chic. Et les articles suisses qui sont présentés là, tissus, vêtements, montres, colifichets, contribuent pour une bonne part à créer cette ambiance. Le point culminant de l'intérêt est atteint au moment de la présentation des modèles de Adrian, Howard Greer et Athena, tous importateurs de tissus et garnitures suisses.

En dehors de cette présentation concentrée du mois d'octobre, on trouve donc des produits suisses en toutes saisons dans tous les rayons de la maison. Dans la

**Athena**
A day suit of grey Swiss tweed.

Photo John Lee

collection d'Athena qui passe en ce moment, on voit des costumes en tissus suisses : cotons, tweeds et moucheté (coton et rayonne). Un des plus beaux costumes de cette saison est en broderie anglaise de batiste marine, posée sur du crêpe de même couleur. Beaucoup de tissus utilisés par Athena sont importés par K. Meyer de Mills Valley (Californie), Geo Tuschak, de Los Angeles et Royal Woolens, de New-York.

Un autre dessinateur qui présente en ce moment ses modèles chez Robinson et utilise énormément de tissus et garnitures suisses, est Howard Greer. Une des robes de sa collection actuelle est en lin jaune avec une garniture d'organdi suisse blanc brodé. Une autre robe est en crêpe noir avec un corsage de taffetas par-dessus de la broderie suisse blanche. Tous ces produits sont fournis par la maison Forster Willi de St-Gall.

Dans le département pour messieurs, on trouve un article extrêmement intéressant pour l'exportation suisse, les chemises Hathaway, qui ont fait l'objet d'une campagne de propagande, étendue aux Etats-Unis entiers. De fines toiles, des voiles doubles tissés en Suisse au moyen de coton égyptien à longues fibres appellent l'intérêt des acheteurs critiques qui hantent le magasin Robinson's et ne désirent y trouver que ce qui se fait de mieux. Les tissus suisses ont beaucoup fait pour la beauté et la popularité croissante des chemises Hathaway.

Bien entendu les rayons de vente de tissus au mètre établissent un contact direct entre la clientèle et les produits des tissages suisses. Ben Gibbon, premier acheteur de ce département, estime son chiffre d'affaires annuel minimum en tissus suisses à 25.000 dollars. Une des étoffes les plus populaires cette année est un honan de coton façonné teint en fil, en un grand choix de dessins, produit par la maison Stoffel. Voici quels sont quelques articles typiques du rayon des garnitures : des bandes de lin brodées avec des fleurs ajourées, un volant d'organdi brodé marine avec des applications de fleurs d'organdi blanc, de délicates bandes de batiste, formées de fleurs à quatre pétales détachées et une laize brodée d'organdi de 44 inches à 7,95 $ le yard, le tout de la maison Forster Willi.

Le succès de la vente de marchandises de ce genre dépend naturellement d'une présentation dans un cadre attrayant. Car il ne faut pas oublier que si, à l'origine de chaque nouveau succès de mode, il y a une idée créatrice, l'idée peut fort bien rester mort-née si l'article n'est pas présenté comme il doit l'être au client qui peut se l'offrir. Ayant reconnu cette vérité, Robinson l'a mise à fond en pratique et a dépensé de grandes sommes d'argent, de temps et d'énergie pour devenir le premier spécialiste dans l'art passionnant de la « présentation qui fait vendre ». Il s'appuie particulièrement sur un groupe de maisons de mode californiennes très connues, qui utilisent régulièrement des textiles suisses. Ainsi, tout en créant à leur profit une atmosphère favorable à la vente, les magasins Robinson's la font servir à la distribution des produits d'une importante industrie suisse.

*Hélène Miller*