

La semaine de la soie 1959

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suisses [Édition française]**

Band (Jahr): - **(1959)**

Heft 3

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-792200>

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.

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.

