

# Lettre de Los Angeles

Autor(en): **Miller, Hélène F.**

Objektyp: **Article**

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

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

Heft 4

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-792207>

## **Nutzungsbedingungen**

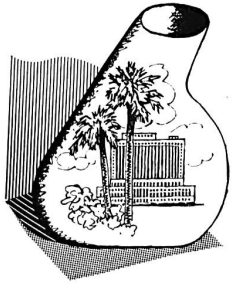
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

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.



# Lettre de Los Angeles

## Les Girls de Californie

Les « Girls de Californie » ce n'est pas seulement le nom d'un type très remarqué dans la population des Etats-Unis, mais également celui d'une maison âgée aujourd'hui d'une trentaine d'années. Mais, tous deux influencent un large secteur de la population américaine, c'est-à-dire la classe des jeunes femmes de dix-sept à trente ans, gaies, de moyens limités, qui aiment s'habiller de manière fraîche et pimpante, et que l'on rencontre sur tout le territoire des Etats-Unis. Elles ne se soumettent à aucune dictature de mode et cherchent des vêtements commodes à porter, simples de coupe et pourtant élégants. Mais, pour satisfaire à ces exigences, il faut des tissus de haute qualité, mis en œuvre par des créateurs rompus à leur métier, qui non seulement déterminent de quoi les robes doivent avoir l'air, mais qui connaissent à fond l'appareil de production compliqué et qui savent comment on peut produire ces robes au prix le plus bas, sur un marché où la main-d'œuvre est chère.

Pour prendre leur part des bénéfices qui se font sur le « junior market » (le marché des classes jeunes) où les

prix sont populaires et dont l'importance augmente sans cesse, les Frères Fahn, propriétaires de « California Girl » se sont assurés, il y a quelques années, les services de Jim Church, pour donner une nouvelle impulsion à leur affaire. Le genre très chic de ce modéliste a été reconnu par tout ce qu'il y a d'influent dans la mode aux Etats-Unis, de sorte que les magasins et boutiques qui vendent ses créations constituent une sorte de « bottin mondain » de la mode.

Etudiant en beaux-arts à l'Académie nationale (« National Academy of Design ») et à l'Association des étudiants en beaux-arts (« Art Students' League ») à New-York, M. Church se fit modéliste pour payer ses études. Il vendit des dessins à des maisons bien connues telles que Germain Monteil, Jo Copeland of Pattulo, Bergdorf-Goodman Boutique et autres entreprises de même réputation. Il poursuivit sa carrière avec succès jusqu'à ce qu'il rencontre Pat, sa femme, qui était danseuse. Elle lui apprit la danse et c'est ainsi que, se produisant comme danseurs dans des « night clubs », ils arri-

Un exemple de la production « California Girl ». Quatre robes réalisées dans le même chiffon de coton suisse, imprimé et terminé aux Etats-Unis. Le modèle (x) s'est vendu en 2000 à 3000 exemplaires.

Tissus de STOFFEL & CO., SAINT-GALL  
Modèles de Jim Church



X



A glimpse of the « California Girl » range. Four dresses made from the same Swiss cotton chiffon, printed and finished in the United States. 2000 to 3000 copies were made of model (x).

Fabrics by  
STOFFEL & CO., SAINT-GALL  
Models by Jim Church



vèrent jusqu'en Californie. La venue d'un premier enfant mit fin à leur carrière chorégraphique et Jim Church se remit aux affaires sérieuses, c'est-à-dire à la création, cette fois-ci dans sa propre boutique, à Detroit. Néanmoins, l'attrait de la Californie les attira de nouveau dans ce pays et, aujourd'hui, Jim Church est connu dans les Etats-Unis entiers par ses créations pour « California Girl ». Cette maison vend en gros environ cent mille vêtements chaque année, dans des prix variant de \$14,75 à 29,75 et utilise des tissus importés, d'une manière vraiment unique. M. Church commande des tissus unis en Suisse, en s'y prenant assez tôt, car sa maison travaille d'une manière extrêmement précise. Puis il fait imprimer ces tissus en Amérique, d'après ses propres dessins et dans les tons qu'il a choisis lui-même. De cette manière, il est certain d'avoir suffisamment de tissu à disposition au moment voulu et n'a pas de stocks de coloris démodés et ne pouvant plus être utilisés parce qu'ils ont été livrés trop tard. En même

temps, il s'assure ainsi contre la copie de ses dessins et l'imitation de ses couleurs, puisque ces deux points sont déterminés exclusivement par son propre choix, au moment voulu.

Cette saison, la maison « California Girl » montrera des couleurs vives, des bleus, de l'orangé et un jaune passablement délavé. Sa silhouette pour cette saison est plutôt aisée, avec une ceinture mais non pas engagée, étroite, avec des hanches arrondies et des manches bouffantes. Les tissus sont légers et plus du tout volumineux. M. Church trouve que les tissus suisses conviennent extraordinairement bien à l'exécution de ses dessins et plaisent vraisemblablement à sa clientèle, parce que la simplicité de ses croquis nécessite des tissus fins pour donner du corps à des lignes aisées. C'est pourquoi, M. Church dit qu'il a toujours utilisé des tissus suisses depuis qu'il dessine pour la mode et qu'il a l'intention de continuer à l'avenir.

*Hélène F. Miller*