

PRÊT À PORTER

Cuatro desconocidos confeccionan ropa para millones de mujeres

PIERRE Billet, un magnate del «prêt-à-porter» —vestidos confeccionados en serie—, está considerado como el de más sólido prestigio en el campo industrial actual.

En 1941 se decidió su vocación al abandonar su antigua profesión de representante de tejidos y lanzar, en plena ocupación alemana, su primera colección de «prêt-à-porter». A pesar de las enormes dificultades con que debía enfrentarse —debido a la escasez de materiales y a que las telas estaban racionadas—, la suerte le favoreció. Un depósito entero de surah acolchado, que se destinaba a las mujeres de África del Norte, quedó detenido a causa del desembarco aliado en 1942. Billet lo compró y confeccionó con él una serie de modelos de batas que las francesas, que se helaban en sus casas sin calefacción, adquirieron entusiasmadas.

Más tarde conoció a la que había de ser su esposa, mujer de exquisito gusto y energía notable, que se convirtió en su mejor colaboradora. El equipo tuvo un enorme éxito, primero en un local de la calle Bachaumont y, más tarde, ampliándose la empresa, en la fábrica de Elbeuf, creada para un lanzamiento rápido de modelos más económicos con la marca «Joppy», formada con las iniciales del matrimonio.

Todos los cuadros que adornan su casa en Le Vesinet están firmados por Pierre Billet. En cuanto tiene un momento libre se pone un manchado guardapolvo y se dedica a su afición favorita: la pintura.

Jacques Saporta ha popularizado el precio de sus vestidos: 25 francos nuevos. Unas trescientas pesetas por trajes graciosos, bien cortados y de acuerdo a las más modernas líneas. A pesar de su éxito, Saporta es escéptico. «Las clientes, dice, son excesivamente individualistas».





Un blusón de encaje, confeccionado en todas las tallas, recorrerá el mundo y aumentará el atractivo de miles de mujeres. Sin embargo, no existe peligro de encontrarnos con otra mujer vestida igual. El mundo es grande para darnos ese disgusto.



JACQUES Saporta es el campeón de los vestidos a 25 francos nuevos. Unos grandes almacenes inauguraron un día el «self-service» de los vestidos. La compradora, hasta entonces acostumbrada a comunicar sus deseos a la dependiente, veía cumplidos sus sueños: poderse probar sin ser molestada, sin consejos, sin palabras inútiles, los modelos que quisiera. Esto fue gracias a Jacques Saporta, director de S. I. M., la fábrica del «prêt-à-porter» industrial.

Comenzó como diseñador de joyas y después creó una gran fábrica de sombreros a bajo precio que lanzó en una cadena de almacenes de París y provincias de la que es propietario. Pero después de la guerra se orientó hacia el «prêt-à-porter» y hoy ocupa el primer puesto entre las firmas que difunden los vestidos a precio módico. Todos los años salen del S. I. M. 50.000 piezas que se envían a toda Francia.

A pesar de sus éxitos, Saporta es escéptico sobre el futuro del «prêt-à-porter»; se queja del individualismo de las clientes, la indisciplina del vendedor y la anarquía de la profesión.

«Hago mis colecciones como quien juega a la lotería», dice.

Saporta es un hombre de sienes plateadas, ojos muy negros y gestos corteses. Vive con su mujer en un apartamento de la rue de la Falsanderie, donde los muebles antiguos y los objetos de valor revelan al hombre de buen gusto. Tiene un hijo y una hija que le ayudan en el S. I. M.

Pierre Billet ha creado, con su esposa, una de las firmas más prestigiosas en el campo del «prêt-à-porter»: «Joppy». Los vestidos confeccionados, pero teniendo en cuenta la última moda y detalles de buen gusto, encuentran gran aceptación entre la clientela femenina mundial.



Denise Fayolle, luego de haber colaborado en la revista «Votre Beauté» y de haber trabajado en los almacenes «Au Printemps», dirige ahora la sección de modas de los «Prisunic». Antes fue campeona de patinaje y es ella quien ha lanzado los pantalones de talle bajo.



PRÊT À PORTER

MARIA Carine, reina del «prêt-à-porter Créations», ha pasado de los salones del gran mundo a las oficinas comerciales. Es asombrosa la autoridad de esta mujer rubia y delgada que dirige una de las empresas más importantes de esta especialidad. Es un caso particular: nacida en 1923 en Alemania, de padres franceses e italianos, hizo sus estudios en Francia, aprendió varios idiomas y Derecho. Se casó con un industrial y tuvo dos hijos, no pudiendo nadie pensar que habría de llevar la vida de una mujer de negocios.

Clienta del modelista Jacques Heim, fue él quien la interesó en los problemas de la moda y de la confección francesa. Acabó por entrar en los talleres de Heim y allí aprendió las técnicas de corte y costura, y todos los problemas que plantean unos talleres verdaderamente artesanales. Ya entonces Jacques Heim pensaba en el «Ready of Wear» (dispuesto para usarlo), pero su colaboradora tenía ideas muy personales y pensó en formar una empresa para lanzar en una mayor escala los «prêt-à-porter» de la casa Heim.

Así nació una sociedad anónima, en un romántico piso de Neuilly: la Maison Maria Carine, que reúne tres nombres de prestigio, para los que hace cada temporada sus «prêt-à-porter», Jacques Heim, Jean Dessès y Guy Laroche.

Emplean una fórmula revolucionaria: se aprovechan las épocas entre temporadas de costura para preparar los modelos en colaboración estrecha con cada modista. Que el sistema es útil lo demuestra el que la producción de Maria Carine por año es de 20.000 prendas sólo para el mercado francés. Ahora acaba de hacer un viaje a Estados Unidos, solicitada para efectuar unas presentaciones organizadas especialmente para sus colecciones.

En su fábrica es una mujer decidida, casi autoritaria, enemiga de perder el tiempo. Pero que a la vez se interesa por la equitación y las flores.





María Carine es la número uno en la especialidad más refinada del «prêt-à-porter». Conoce varios idiomas y estudió la carrera de Derecho. Sin embargo, su vocación la llevó a ocuparse en asuntos de moda, en los que fue iniciada por el modista Jacques Heim. Ahora son socios.



DENISE Fayolle: de los concursos de patinaje a la moda popular. A Denise Fayolle se debe que hoy se encuentren en los almacenes «Prisunica», de París, modelos excepcionales a precios muy baratos.

Esta muchacha de músculos acerados, de ojos vivos y peinado masculino, fue campeona de patinaje. Abandonó este deporte, en 1948, para preparar su licenciatura en Filosofía, hizo periodismo y trabajó en la revista «Votre Beauté», ocupándose de moda y decoración. Pero queriendo desarrollar un trabajo más de acuerdo con sus gustos, entró en los almacenes «Printemps» como ayudante de Jacques Gueden. Hoy se ha convertido en un personaje de los «Prisunica». Consejera de la moda, directora del servicio de Prensa y Propaganda, tiene a sus órdenes a 35 personas.

Ha sido ella quien ha lanzado los pantalones de talla bajo, los tirantes, los zapatos de ciclista, las camisas rayadas para hombres, los abrigo de punto y las capas que este invierno han hecho furor.

Arrastrada por el ritmo de los negocios y el trabajo, Denise se levanta a las seis, desayuna un sandwich y casi no tiene tiempo de llevar vida privada; no puede leer ni pasar en su casa de Normandía los fines de semana.

Dos veces cada temporada reúne a la prensa en el Théâtre En Ronde para presentar sus nuevas colecciones y allí, ante el micrófono, vestida sencillamente, va exponiendo sus dificultades y sus éxitos.

Es una mujer valerosa, simpática, difícil, cuyo nombre no se puede olvidar al hablar de los «prêt-à-porter» de París.

Agencia DALMAS - Reportaje ANNE GERMAIN
Fotos GARCIA

El traje se crea estudiándolo atentamente sobre la maniquí. Luego, este modelo guía se manda a la fábrica, donde se repetirá innumerables veces. De este modo la producción se puede vender a un precio mucho menor del que tendría en una boutique.