

# Übersetzungen = Traductions = Translations

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

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): - **(1973)**

Heft 15

PDF erstellt am: **28.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-796272>

## **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.

réaliser des empèchements ou des passepoils. La palette de dix couleurs de tendances est encore enrichie de quatre coloris sportifs supplémentaires. Quant à la palette pour les vêtements de sport masculins, elle contient aussi des couleurs chaudes et saturées. Ocre et rouille, deux bleus et deux verts adoucis font face à rouge cinabre et bleu marine, ce qui donnera des combinaisons plaisantes, âpres et masculines.

Les coloris pour les vêtements de sport pour les enfants sont analogues à ceux qui sont proposés pour les vêtements féminins, mais plus frais et plus lumineux. Ce qui domine dans ce genre c'est que les divers groupes de couleurs, là aussi, ne sont pas en ton sur ton mais en couleurs différentes.

### Mode et élégance dans un cadre historique

*La maison Bally SA reçoit la presse au château de Hallwil*

Les formes plus affinées et graciles des nouvelles chaussures à la mode pour la saison automne/hiver 1973/74 formaient un contraste frappant avec la silhouette massive des murailles et des tours du château fort de Hallwil, en Argovie. La maison Bally a-t-elle choisi ce cadre pour y présenter ses dernières créations à cause de ce piquant contraste ou bien a-t-elle voulu faire goûter aux nombreux représentants de la presse un morceau d'histoire argovienne en l'assaisonnant à la mode, c'est ce que nous ne trancherons pas. Mais ce qu'il faut dire, c'est que le cadre historique était l'écrin bien choisi d'une collection bien équilibrée et convaincante au point de vue de la mode.

Dans une brève allocution de bienvenue, le directeur Oederlin a parlé des dernières tendances de la mode et de leur interprétation par Bally. Les formes trop massives ne s'accordent plus avec la ligne, devenue plus féminine, de la saison automne/hiver. C'est pourquoi les modèles lourds, typiquement sportifs, avec semelles plates-formes et lacage marquant, ne se trouvent plus que dans la collection Bally Selecta. En revanche, Bally International et Bally Madeleine se vouent entièrement à une élégance discrète. La forme étroite et allongée est surtout caractérisée par le talon, redevenu très haut, soit de 80 mm. La nouvelle ligne est surtout représentée par des escarpins classiques, des trotteurs sport élégants avec des semelles plates-formes, de 20 mm de haut, en caoutchouc clair, des souliers cousus trépointe pour le pantalon, d'innombrables bottines qui devront remplacer les bottes, cet hiver, avec le pantalon et des sandalettes du soir ou des escarpins pour le soir, passepoilés d'argent. Le cuir verni est devenu plus rare, le daim est souvent combiné avec du fin chevreau. Les coloris sont assourdis; des bruns chauds — châtaigne et espresso — taupe, camel, rouge vin, cassis, bleu-vert canard et vert bourgeoise sont utilisés seuls ou en combinaisons.

La mode pour messieurs présente de nouveau des traits d'élégance urbaine et l'on y trouve aussi des effets bicolors, des bruns ocres et des formes allongées et étroites.

Ces déclarations furent illustrées de manière convaincante par un défilé. A la fin de l'intéressante présentation, la maison Bally accorda aux assistants de jeter un coup d'œil sur le proche avenir en montrant encore quelques modèles représentant les tendances pour le printemps suivant. Là, les formes étroites et graciles dominent, les coloris sont en général pastel et l'on retrouve des passepoils contrastants. A l'occasion de ce défilé, la maison Bally SA signala une nouveauté en matière de vente: la cliente, toujours plus consciente de l'importance de la qualité, pourra se renseigner, à l'avenir, sur la composition exacte des chaussures qu'elle achète. Elle trouvera tous les renseignements à cet égard sur une petite étiquette placée à l'intérieur des souliers, mentionnant en particulier la nature de la semelle, de la doublure, de la semelle intérieure et de l'empègne.

## NEWS

### New themes for designs for the autumn/winter 1974/75 fabrics

As a service to its clientele, Viscosuisse at Emmenbrücke in addition to its colour card, has published suggestions for designs for printed fabrics and jerseys for women's wear. The main themes proposed are as follows:

- structures,
- tie designs,
- imitation plain grounds,
- sister designs,
- shell-shaped paisleys,
- broken up simple floral patterns,
- jigsaw puzzle designs.

Colours will be warm and full. Great emphasis will be laid on contrasts, and combinations will be formed of tones belonging to different groups rather than of different values of the same colour. The designs will be subdued, never excessive but interesting in construction. The ground will always be busy and therefore never plain but pick-and-pick, with fine herringbone or tweed effects. There will also be contrasts in the materials such as smooth and rough, fine and coarse, mat and shiny.

### Trends in designs for men's clothing

According to Viscosuisse at Emmenbrücke, the most important themes for designs for the autumn/winter 1974/75 season will be:

- fine stripes,
- imitation plain grounds,
- mini-designs,
- checks.

The colours will be warm and strong but never excessive. There will be small self-toned designs with one different colour, the effect aimed at being robust and virile but in perfect good taste. Stripes are gaining ground, but will be narrower and more reserved than before. There will be very fine stripes on imitation plain and herringbone grounds as well as patterns in flat self-toned shades and small checks, designed with great reserve and subtlety, very often combined with imitation plain grounds.

### Winter sportswear has its own colour trends

Viscosuisse at Emmenbrücke has published a colour card specially for winter sports clothing for the 1974/75 season, which will be of invaluable assistance to fabric manufacturers.

The colours for women's sportswear are warm, full-bodied and strong. Five groups of two colours—i.e. a strong tone and a different darker colour—offer possibilities for fashionable combinations such as for example anorak and pants, the anorak in a strong tone and the ski-pants in a darker matching colour. The combinations proposed are just as suitable for use in yokes or piping. The palette of ten fashionable colours is further enriched by four sporty colours. For men's sportswear the range also contains warm, full colours. Ochre and rust, two blues and two soft greens are matched with vermilion and navy blue to produce sharp, virile combinations.

The colours for children's sportswear are similar to those proposed for women's clothing but fresher and more luminous. The remarkable thing about them is that, here too, the various groups of colours are not self-toned but contrasting.

### Fashion and elegance in a historical setting

*Bally Co. Ltd. entertains the press at Hallwil Castle*

The finer, daintier shapes of the new shoes for the autumn/winter 1973/74 season formed a striking contrast against the walled and turreted

silhouette of Hallwil Castle, in Aargau. Whether Bally chose this setting to present its latest creations because of the striking contrast or because it wanted to give the many members of the press an opportunity of enjoying a piece of Aargau's history seasoned with a little fashion, will never be known. What is sure however is that the historical setting was the ideal backdrop for a well-balanced and outstanding collection.

In a short speech of welcome, the manager Mr. Oederlin spoke of the latest fashion trends and their interpretation by Bally. The heavy, bulky forms do not go with the new, more feminine line for the autumn/winter season. Consequently the heavier typically sporty models with platform soles and conspicuous lacing are now found only in the Bally Selecta collection. On the other hand, the keynote of Bally International and Bally Madeleine is discreet elegance. The outstanding feature of the narrow slender form is mainly the heel, which has become very high again—over 3 inches. The new line is mostly represented by classical pumps, elegant sporty walking shoes with ¾" thick platform soles in light-coloured rubber, shoes with stitched welts for wear with trousers and countless low boots replacing high boots for this winter's trouser fashions, as well as little evening sandals or pumps with silver piping. Patent leather is used less frequently, suede is often combined with fine kid. Colours are muted; warm browns—chestnut and espresso—moleskin, camel, wine red, cassis, teal-green and leaf-bud green are used alone or combined.

Men's shoe fashions again show signs of urbane elegance, with two-toned effects, ochre brown shades and narrow slender forms.

These trends were all illustrated very convincingly in an interesting fashion show, at the end of which Bally gave those present a glimpse into the near future by also showing a few models representing the trends for the following spring. Here, the narrow, dainty form still prevails, the colours are usually pastel and there is much contrasting piping. During this fashion show, Bally Co. Ltd. called attention to something new in the way of sales promotion: the client, who is becoming more and more aware of the importance of quality, will be able in future to tell the exact composition of the shoes she is buying. A small label placed inside the shoes lists full particulars concerning the materials used for the sole, lining inner sole and uppers.

Die allgemeine Silhouette ist weich, dem Körper folgend, in sehr weiblichen und leichten Stoffen, ganz dem modernen freien Lebensstil entsprechend.

Die Kostüme und Mäntel sind raffiniert mit vielseitigen Steppereien, ähnlich wattierten Stoffen, gearbeitet, ebenso tragen die assortierten Blusen immer das entsprechende Dessin mit gekreuzten, vertikalen oder Fischgrät-Mustern.

Für die Cocktailstunde bleibt die Linie rein und schlicht, dafür entfalten prachtvolle Stoffe ihre ganze Schönheit. Abends umschliessen lange Futteral-Kleider den Körper, begleitet von fließenden Capes.

Die verwendeten Materialien sind viel Jersey Chiné, feine Mohair-Wollstoffe und für den Abend bestickte Gazars, bedruckte Pailletten-Stickereien, hauchleichte Goldlamés und «Matelassé»-Satin.

Die Farben sind warme, satte Herbsttöne (Kupfer, Ocre, Gold, Rost). Für den Abend gewinnen Schwarz, Gold und Silber an Bedeutung.

— Einmal mehr umfasst Ihre Kollektion viele Schweizer Stoffe und Stickereien. Was hat Sie zu dieser Wahl bewogen?

— Schweizer Textilien zeichnen sich vor allem durch ihre hohe Qualität aus. Ihnen galt schon immer mein besonderes Interesse, dazu fand ich bei Ihren Kreaturen die meiste Genauigkeit und tiefstes menschliches Verständnis. Sie sind immer bereit, Neues zu entwickeln und versuchen selbst das zu realisieren, was im ersten Moment unmöglich erscheint. So möchte ich beispielsweise an die wunderschönen Faillés erinnern (die in der jetzigen Zeit beinahe als unausführbar gelten), welche Abraham mit riesigen Dessins bedruckt vorlegte — oder an die Broderie Anglaise auf weichem Samt, die von Forster Willi stammt.

— Welchen Materialien schweizerischer Herkunft haben Sie diesmal den Vorzug gegeben und welche besonderen Modelle haben Sie daraus gearbeitet?

— Wie in den vorhergehenden Saisons habe ich Gazar, Wollvoile und viel Lamé und Crêpe Georgette verwendet, Materialien, welche erlauben, eine sehr weiche und fließende Linie zu erreichen. Ganz besonders gefielen mir auch der neue Matelassé-Satin von Abraham und die bedruckten Paillettenstoffe von Schläpfer.

— Lassen Sie sich jeweils vom Stoffkreatur überraschen oder üben Sie bereits in diesem Stadium einen richtungsweisenden Einfluss aus?

— Diese Frage verlangt eine zweifache Beantwortung: sicher inspiriert sehr oft der Stoff zu einer neuen Linie, wobei der Fall und die Qualität des Materials für ein entsprechendes Modell ausschlaggebend sind. Während Gazar eher nach konstruierten, fast architektonisch konzipierten Modellen verlangt, bedarf es für den Crêpe der weichen, dem Körper folgenden Formen. Andererseits erlaubt das Zwiegespräch mit dem Stoffkreatur, ihm Anregungen für neue Dessins zu geben oder ihn zu einer Umgestaltung eines bereits bestehenden Themas zu veranlassen. Gerade diese wertvolle Zusammenarbeit lässt besonders exklusive und neue Stoffe entstehen.

— Wie begegnen Sie der Preisexplosion in den Naturfasern?

— Ich glaube, dass dies eine unvermeidbare Konsequenz unserer Zeit darstellt, wo alles, was echt und natürlich ist, rarer und seltener wird. Wenn ich genötigt bin, Synthetisches oder Mischgewebe zu verwenden, spüre ich allemal in mir die intensive Bevorzugung der Naturfasern. Die durch die wachsende Nachfrage erfolgte Teuerung schlägt sich natürlich auch auf die Modelle nieder, doch wird wegen der gleichbleibend hohen Qualität des vornehmen, natürlichen Materials der Preis als gerechtfertigt empfunden und bezahlt.

— Welche Wünsche und Anregungen für die Zukunft richten Sie an die schweizerische Textilindustrie?

— Mein dringlichster Wunsch geht dahin, dass sie uns wie bis anhin mit ihrer unversiegbaren und sich stets

## ÜBERSETZUNGEN

### S. 53 Hubert de Givenchy, der Mann des Dialogs

Hubert de Givenchy, einer der profiliertesten Couturiers unserer Zeit, war Schüler von Fath, Piguet und arbeitete bei Lelong. Zuletzt war er in der Boutique von Madame Schiaparelli tätig, wo er als erster Kombinationsmodelle — Blusen — Röcke — Jacken — entwarf. Im Februar 1952, knapp 25-jährig, eröffnete er mutig und unbeirrt seinen eigenen Salon. Schon seine erste Kollektion — er verwendete dafür ungewöhnliche, in der Couture nie gebrauchte Materialien — war eine Sensation. Der Erfolg blieb ihm treu. Heute steht er mit wenig ändern noch immer an der Spitze des Modegeschehens, scheut jedoch die Publicity wie sein verstorbener Freund Balenciaga. Um so dankbarer sind wir, dass er uns liebenswürdigerweise die ihm gestellten Fragen beantwortete. (Die Redaktion)

— Hubert de Givenchy, wie umschreiben Sie die Tendenzen Ihrer wiederum ganz ausgezeichneten Winterkollektion?

— Was die Tagesmodelle anbelangt, habe ich die Linien leicht verlängert (die Saumenden unmittelbar unter dem Knie). Nach 17 Uhr ziehe ich die Länge gerade oberhalb der Knöchel vor, da dies sehr feminin und zudem wieder neu ist.

erneuernden Kreativität zur Seite stehen und ihre weitreichende Perfektion behalten wird.

— Hubert de Givenchy, Sie sind oder waren der Meister der Garderobe vieler Persönlichkeiten aus der Damenwelt. Welche Kundinnen haben Ihre Karriere besonders geprägt?

— Es ist immer schwierig, schlüssig über seine Kundschaft zu sprechen. Doch wage ich sagen zu dürfen, dass ich gleich anfangs meiner Karriere das grosse Glück hatte, Audrey Hepburn-Dotti zu treffen. Viele meiner Schöpfungen entstanden in Gedanken an diese Filmschauspielerin, da ihr Stil, ganz ihrer Persönlichkeit entsprechend, erlaubte, ihn auf alle modischen Tendenzen abzustimmen, und es war für mich ein wirkliches Privileg, ihre private wie ihre Film-Garderobe kreieren zu dürfen. Seit jeher habe ich mich bemüht, meine Kollektion in den Dienst meiner Kundinnen zu stellen, sie ihren Ansprüchen, ihrem Lebensstil zuzuordnen, und durch den ständigen Dialog zu einer sinnvollen fortschreitenden Evolution zu gelangen.

— Wie stellen Sie sich zur Mode als psycho-soziologisches Moment?

— Durch alle Zeiten hindurch vermochte die Mode eine breite Zahl von Menschen zu interessieren, erlaubt sie doch der Mehrzahl sich mittels ihr auf eine gewisse gesellschaftliche Stufe zu stellen. Dieser Tatsache gegenüber sucht die Jugend in den letzten Jahren eine Anti-Mode, deren Wellen glücklicherweise bereits abgeebbt sind. Die Art und Weise, wie sich jemand anzieht, macht ihn in den Augen der andern einer bestimmten sozialen Schicht zugehörig und ordnet ihn je nach dem einer gewissen Elite zu.

— Oft spricht man vom nahen Ende der Haute Couture. Die neuen Kollektionen sind jedoch der Beweis dafür, dass dem wenigstens in naher Zukunft nicht so sein wird. Wie sehen Sie die weitere Entwicklung der Couture?

— Es ist nicht das erste Mal, dass man mir diese Frage stellt. Aber ich bin überzeugt, dass die Haute Couture noch lange Zeit weiterbestehen wird. Das Prêt-à-porter konnte sich wesentlich verbessern, doch unterliegt es zu vielen Einschränkungen, um sich frei ausdrücken zu können. Die Haute Couture ist und bleibt das Symbol einer verfeinerten Technik, welche den ausgeprägten Ansprüchen der Privatkundschaft entgegenkommt, dank deren Millionen von Arbeitnehmern ihren Verdienst finden. Selbstverständlich wandelt sich — wie alles — auch die Haute Couture, aber ich glaube fest daran, dass sie nie verschwinden wird.

## TRADUCTIONS

### P. 80 Sublatic — un procédé d'impression textile révolutionnaire

Cette année, lors des présentations de fin juillet, l'attention des spécialistes a été attirée par une nouveauté d'un genre particulier. Pour la première fois, on a vu des robes pailletées imprimées en diverses couleurs, dont les dessins ont été appliqués sur le fond de paillettes au moyen d'un procédé d'impression spécial.

On connaît déjà depuis longtemps les paillettes colorées isolément par impression, mais il était impossible, jusqu'à maintenant, d'imprimer des dessins sur les tissus pailletés selon les méthodes usuelles. Seul le révolutionnaire procédé Sublatic, inventé ces dernières années et mis au point au prix d'un intense travail d'expérimentation, a permis d'aborder cette nouvelle branche d'impression. C'est la Société des Procédés Sublatic SA, établie en France, qui exploite industriellement la remarquable invention de base, due au chimiste Noël de Plasse, invention qui avait déjà suscité un vif intérêt dans le monde entier. Cette compagnie se

rendit du reste rapidement compte que le nouveau procédé d'« impression transfert » pourrait être appliqué par d'autres utilisateurs. C'est ainsi que les tissus pailletés de Jakob Schlaepfer & Cie SA à St-Gall, dont il est question ici, ont été imprimés par une entreprise suisse au moyen de papiers de transfert de provenance britannique.

Comme le procédé est toujours techniquement le même, quelle que soit l'entreprise qui l'applique, nous sommes heureux de pouvoir offrir aux lecteurs de « Textiles Suisses » un article de Charles Weidmann, consacré aux sensationnelles impressions Sublatic, paru dans la revue trimestrielle de la maison Ciba-Geigy. (La Rédaction)

Prendre un textile — tissu ou tricot — le recouvrir d'une feuille de papier sur laquelle a été imprimé le dessin souhaité, repasser au fer chaud pendant quelques secondes et déjà le textile est imprimé. Peut-on concevoir un système d'impression plus facile? Pas de bain de teinture, dans lequel il faut d'abord dissoudre le colorant, pas d'installation compliquée ou onéreuse... Voilà un principe révolutionnaire dont les avantages sont manifestes. La seule condition est toutefois qu'on puisse réaliser à l'échelle industrielle ce qu'un essai en laboratoire a promis de façon aussi spectaculaire. Mais ces problèmes ont été résolus et aujourd'hui l'impression transfert est en train de s'implanter en de nombreux points du globe et trouve une place de choix dans l'industrie textile à côté des techniques traditionnelles de teinture et d'impression.

Cette invention du chimiste Noël de Plasse, il s'agissait de l'exploiter industriellement: à cet effet fut fondée dans la ville textile de Tourcoing, dans le nord de la France près de la frontière belge, la Société des Procédés Sublatic SA La maison CIBA-GEIGY SA, Bâle, participe à cette entreprise, car CIBA comptait parmi ses fondateurs. Comme la demande augmentait rapidement, il fallut assez vite envisager d'édifier de nouvelles usines dans d'autres pays. Aujourd'hui, le groupe Sublatic compte cinq usines de production ainsi qu'un réseau de vente qui s'étend au monde entier.

La désignation « Sublatic » provient du fait que le procédé repose sur le phénomène de sublimation. Cela peut de prime abord paraître stupéfiant, surtout pour un teinturier chevronné qui a encore connu l'époque où l'on ne disposait, pour teindre les nouvelles fibres de polyester, que des colorants de dispersion pour acétate, avec lesquels il fallait à tout prix éviter ce phénomène indésirable qu'est la sublimation: en teinture, elle provoquait des virages de nuances désagréables et salissait les machines. C'était la grande mode des jupes plissées et par suite de la sublimation les plissés étaient marqués de modifications de nuances, alors que dans les tissus bariolés en fibres synthétiques, les plages blanches avaient toutes les couleurs de l'arc-en-ciel. Avec le temps, on fabriqua des colorants moins volatils; avant de les introduire sur le marché, on prit soin d'examiner leur solidité à la sublimation en plaçant l'échantillon entre deux morceaux de tissu-témoin non teint et en exposant le tout à un traitement thermique. C'était bien entendu les colorants qui souillaient le moins le tissu-témoin qui recevaient les meilleures notes. Au contraire, dans l'impression transfert, de tels colorants résistants à la sublimation sont automatiquement écartés. Il a justement fallu, pour ce procédé, refaire appel à des colorants particulièrement volatils. Ce qui naguère était considéré comme défaut est devenu, grâce à l'idée ingénieuse d'un chimiste français, le point de départ d'une technique d'impression entièrement nouvelle.

#### Sublatic et « Sublatic »

On parle de sublimation lorsqu'un corps passe directement par évaporation de l'état solide à l'état gazeux, sans passer par le stade intermédiaire de la fusion, et que la vapeur se condense à l'état solide. C'est de cette façon que, dans la nature, les cristaux de soufre se forment à partir de gaz volcaniques. Ce

même processus, déjà connu par les alchimistes, est entré dans la pratique de la chimie et on en a fait usage dans les techniques les plus diverses. En laboratoire, on l'utilise comme procédé de purification, dans l'industrie optique, on l'emploie pour appliquer sur les objectifs des couches réduisant la réflexion. Dans l'électrotechnique, la sublimation permet d'appliquer des couches de métaux conducteurs sur les feuilles de condensateurs. Enfin, dans l'industrie alimentaire, on connaît la lyophilisation, qui consiste, à partir d'extrait de café surgelé, à extraire l'eau à température relativement basse, ce qui permet de conserver dans une très large mesure les corps aromatiques et nutritifs.

Le procédé Sublatic fait appel à des colorants de dispersion sélectionnés. Cette classe de colorants avait été mise au point par l'industrie chimique lorsque après la Première Guerre mondiale, on lança sur le marché les fibres d'acétate qu'on ne pouvait pas teindre de façon satisfaisante avec les assortiments de colorants disponibles. A l'encontre des colorants connus jusqu'à cette époque, ils ne se dissolvent pas dans le bain de teinture ou dans la couleur d'impression, mais ils doivent être dispersés sous forme de fines particules non dissoutes. Grâce à leur composition chimique, toutefois, ils se diffusent après coup à l'intérieur de la fibre synthétique et s'y dissolvent en quelque sorte. Ce nouveau principe de teinture permet également de teindre les fibres chimiques qui furent créées par la suite.

Dans l'impression transfert Sublatic, également nommée procédé d'impression thermique, ce sont les particules de colorants solides qui fournissent la vapeur de colorant nécessaire. Pour être tout à fait précis, il ne s'agit pas là d'un procédé de sublimation proprement dit, puisque le colorant et le support ont la même température: la condensation est remplacée par une absorption directe des molécules, qui migrent en grandes quantités sur la fibre. L'idée de base est logique: si un colorant dispersé non solide à la sublimation se volatilise en présence de chaleur de façon à pouvoir se déposer sur les fibres voisines non colorées ou différemment colorées, il devrait être possible de tirer parti de cette caractéristique pour en faire une méthode d'impression. Cette application a toutefois ses limites, qui résident dans le choix de colorants appropriés; d'autre part, le textile à imprimer doit pouvoir les absorber aisément. C'est pour cette raison que cette méthode n'est applicable que sur des fibres synthétiques dont le point de fusion est supérieur à la température nécessaire au procédé, c'est-à-dire, toutes les fibres de polyester, la plupart des fibres de polyamide et polyacrylonitrile, de même que les fibres artificielles tels que le triacétate et l'acétate, seules ou en mélange avec d'autres textiles, dans la mesure où la fibre chimique prédomine. Le procédé Sublatic comporte deux étapes: le motif souhaité est d'abord imprimé sur un support intermédiaire, après quoi on procède à l'impression transfert qui consiste à faire passer, sous l'effet de la sublimation décrite plus haut, le colorant depuis ce support intermédiaire sur la matière textile.

#### Le papier en temps que support intermédiaire

Le support utilisé pour cette première opération doit être ainsi fait qu'il ne retient pas le colorant dispersé, mais, au contraire, qu'il l'abandonne aussi complètement et uniformément que possible sur le textile à imprimer. Une deuxième condition à remplir: il doit être suffisamment stable à la chaleur pour subir sans déformation les températures élevées nécessaires à ce procédé; c'est ainsi seulement qu'on pourra obtenir un transfert absolument fidèle. Après avoir essayé de nombreux supports, l'inventeur comprit que le papier était la meilleure solution, qui de plus permettait de travailler de façon économique. Aujourd'hui, la production de ces papiers transfert se fait sur des rotatives très efficaces pouvant imprimer à la minute jusqu'à 200 m de papiers de 80, 100, 140 et 160 cm de large. Des

films photographiques réalisés pour chaque couleur servent à héliograver les cylindres de cuivre que l'on recouvre ensuite d'une couche protectrice de chrome. Les cylindres et les encris sont ainsi à remplacer et permettent un travail rapide. Il est possible d'imprimer jusqu'à six couleurs à la fois et des dispositifs électroniques de contrôle assurent un repérage parfait des différentes couleurs.

Il est évident qu'il fallut surmonter de nombreuses difficultés jusqu'à ce que la production fonctionne impeccablement. La composition des couleurs d'impression, elle aussi, a soulevé des problèmes. Dans l'impression traditionnelle sur textile, les colorants dispersés sont répartis dans l'eau, alors que les encres utilisées dans l'impression héliographique sont à base de solvants organiques volatils, car elles doivent sécher très rapidement. Il n'y avait donc pas d'autre solution que d'établir, au cours d'innombrables essais, une nouvelle formule avec les colorants sublimes appropriés et répondant à ces exigences. Il va de soi que cette formule fut brevetée dans les principaux pays industriels. Mais le choix correct des colorants, lui aussi, était décisif. Ceux-ci doivent impeccablement s'accorder entre eux et surtout faire état d'une courbe de sublimation semblable, afin qu'à la même température et pendant la même durée de traitement les colorants subliment dans la même mesure et qu'ainsi une impression en plusieurs couleurs ou un mélange de colorants donnent la même intensité et la même nuance d'un lot à l'autre.

Avec les colorants dont nous disposons aujourd'hui, on peut réaliser pour ainsi dire n'importe quelle nuance. La mise à la teinte, elle, demandera une expérience particulière vu que les nuances déposées sur le papier sont différentes de celles que l'on obtient sur le tissu. C'est pourquoi l'impression sur les papiers transfert est opérée dans les ateliers du groupe Sublatic, qui disposent de coloristes chevronnés et de rotatives ultra-modernes. Les papiers imprimés sont soumis à un contrôle de qualité sévère puis ils sont émarginés, coupés aux mesures demandées, mis en rouleaux, puis envoyés par chemin de fer, camions de livraison ou même par avion.

#### Impression des tissus

L'impression sur textiles peut se faire n'importe où, si l'on dispose des installations adéquates: l'opération est si simple que la présence de spécialistes n'est pas nécessaire. L'impression à la continue d'articles au mètre se fait sur des calendres spécialement conçus pour ce procédé, dans lesquelles le papier et le textile passent conjointement autour d'un tambour. Pour imprimer des parties de vêtements, par exemple les bras, le col, le devant, le dos, on fait appel à des presses spéciales: dans les deux cas, on met en contact le papier transfert et le textile à environ 200°C; le colorant s'évapore et se dépose sur le textile avec une fidélité parfaite. Le procédé Sublatic permet d'imprimer aussi bien des tissus que des tricots, à condition toutefois qu'ils soient composés de fibres chimiques, seules ou mélangées: tissus pour robe, vêtements d'homme, chemises, chemisiers, pyjamas ou même articles d'ameublement et tentures, ou alors pullovers, chaussettes et autres vêtements. Après l'impression, plus besoin de vaporiser, de thermofixer ou de laver, comme cela est nécessaire dans l'impression textile traditionnelle: le tissu est prêt pour les opérations ultérieures de coupe et de couture et peut être remis au magasin de mode. Tout le processus n'est que rapidité et souplesse. Si les papiers transfert et les textiles sont en stock, un échantillonnage immédiat est possible. On peut imprimer une suite ininterrompue de lots de différentes grandeurs, de différents dessins et nuances sur des tissus variant constamment, alors que dans l'impression textile habituelle, une production rationnelle exige un métrage minimum, vu que le changement des cadres ou des cylindres d'impression implique une interruption de la production.



## Grande liberté de création

Jusqu'ici, la création des motifs était limitée dans ses élans par les caractéristiques de la fibre et les modes de tissage ou de tricotage, qui tous fournissent déjà un motif donné sur l'article non imprimé. L'impression conventionnelle élargissait ces possibilités, mais là aussi, la trame ou la maille imposent certaines contraintes dans la finesse du détail. L'impression Sublatic ouvre encore plus large l'éventail des possibilités. Comme le motif à imprimer est transmis par le papier, il ouvre à la création les possibilités immenses de la reproduction graphique: indépendance totale de la forme et de la couleur, contours absolument nets dans les détails les plus fins, demi-tons, hachures, tels qu'on ne pouvait les obtenir jusqu'à présent dans le domaine textile. Le créateur de mode a tout à coup les coudées franches. Les dessins fantaisie les plus bariolés pour un vêtement d'avant-garde ou la reproduction fidèle d'une peinture de Rembrandt ou de Van Gogh pour une tenture sont possibles. Même des effets de tissage, tels les stripes, les carreaux, les chevrons ou le Prince-de-Galles, sont reproduits avec tant de fidélité qu'ils paraissent authentiques, quand bien même il ne s'agit que d'une impression. On peut évidemment renoncer à tout motif et imprimer une seule et unique couleur en nuance claire ou corsée, d'abord sur le papier, puis sur le textile, ce qui revient en principe à une « teinture » en uni.

A sa clientèle, le groupe Sublatic peut offrir une collection mise à jour chaque année et comprenant environ 2000 dessins standard, ce qui permet à chacun de trouver le motif qui conviendra à l'usage prévu. Des papiers-échantillons permettent de se rendre compte de l'effet réalisable sur n'importe quel textile ou aussi de constituer une collection pour échantillonnage. Chaque client a aussi la possibilité d'envoyer lui-même son propre dessin, dont il détient ensuite l'exclusivité. Contre un supplément de prix approprié, un jeu de cylindres d'impression spécial sera gravé et restera aussi à disposition pour des impressions ultérieures.

## Perspectives d'avenir

Le procédé Sublatic offre quelques avantages remarquables, qui lui ont permis un développement rapide. Il permet en effet non seulement de raccourcir la succession des opérations, depuis la filature jusqu'au confectionneur, mais il abaisse considérablement le risque inhérent à la création textile. Les aléas de la mode, les hauts et les bas de la demande souvent imprévisibles, ont parfois suscité des pertes sérieuses aux industriels du textile. Dans tous les procédés conventionnels, les décisions concernant les dessins et les nuances d'une collection doivent se prendre bien des mois avant que les textiles soient mis en vente. Si l'industriel a mal jugé le goût du public, ses articles ne seront guère vendus pendant la saison et il se verra contraint de liquider le reste au cours des soldes, avec toutes les concessions de prix que cela représente. Le procédé Sublatic réduit fortement les délais de disposition et de livraison. Il faut évidemment commander les papiers transferts à temps, mais les pertes résultant des papiers non utilisés sont infiniment plus modestes que celles qui sont causées par des tissus terminés invendus. Le risque est encore plus faible lorsque l'opération d'impression s'accomplit à un stade aussi avancé que possible de la production textile, vu qu'à ce moment les tendances de la mode sont plus aisées à apprécier. Aussi, nombreux sont les confectionneurs qui se mettent à imprimer par transfert des pièces de vêtements déjà coupées, ce qui permet d'honorer beaucoup plus rapidement les commandes ultérieures.

Mais ce procédé offre un autre avantage non-négligeable. Cesont les frais d'investissement très raisonnables: les presses et calendres nécessaires ne sont de loin pas aussi onéreuses que les machines automatiques d'impression sur tissus et il n'y a plus à acheter d'installations de vaporisation, de lavage et de séchage. Bien des entreprises textile d'importance moyenne, qui jusqu'à ce jour ne

disposaient pas de capitaux assez importants ou dont la production n'était pas assez grande pour pouvoir s'adjoindre un département d'impression textile, peuvent maintenant faire l'achat d'une installation d'impression transfert, dans la mesure où leur fabrication se compose en majeure partie d'articles en fibres synthétiques. Comme nous l'avons dit, bien des confectionneurs importants qui, par le passé, ne procédaient ni à la teinture ni à l'impression, font maintenant usage de cette possibilité.

Comme un seul et même papier transfert peut servir à l'impression sur cinq matières textiles différentes, seules ou mélangées, qu'en plus de cela il n'est pas nécessaire de fixer par vaporisation ou autre traitement thermique et qu'en outre on peut se passer d'un lavage, qui exigerait un séchage ultérieur, il y a là une simplification spectaculaire du procédé d'impression. Notons en passant que l'élimination du lavage ultérieur présente un avantage non négligeable du point de vue écologique. On est dispensé du problème parfois crucial des effluents qui entraînent le colorant, l'agent de lavage et les autres produits auxiliaires excédentaires; les papiers transferts utilisés retournent aux fabricants de papier; d'autre part, le procédé d'impression Sublatic n'exige pas une seule goutte d'eau. Vu les quantités d'eau parfois considérables utilisées par l'industrie textile et les problèmes et frais croissants que soulève l'alimentation en eau — renforcés encore par les prescriptions toujours plus sévères touchant l'épuration des eaux résiduaires — ce facteur prendra une importance toujours plus grande. D'autre part, dans beaucoup de pays où les ressources d'eau sont précieuses, ce procédé faciliterait trouver un accueil favorable et faciliter l'implantation d'une industrie d'enrichissement textile nationale, qui se heurtait jusqu'à ce jour à des problèmes insurmontables.

D'autres entreprises encore se sont mises à fabriquer des papiers transferts. Pour le groupe Sublatic, cette concurrence représente une saine émulation pour qu'il multiplie ses efforts et perfectionne ses produits, afin de conserver sa position prédominante. Son expansion spectaculaire en l'espace de quelques années montre aussi que dans une société, même hautement spécialisée, l'idée originale d'une personne isolée peut marquer le point de départ d'une industrie nouvelle, à la condition toutefois que sa réalisation soit poursuivie avec acharnement, application et fantaisie.

Charles Weidmann

## P. 84 Chaussures BALLY 1974 — Élévation affinée

Comme les souliers ne sont plus seulement, depuis longtemps, une enveloppe protectrice pour les pieds mais font partie intégrante de l'attirail soumis à la mode, ils sont, naturellement, entraînés dans une évolution devenue aujourd'hui plus subtile. Fortement influencée dans son style et ses formes par les tendances de la Haute Couture, la chaussure contribue à déterminer la silhouette mode et à équilibrer les proportions. C'est pourquoi les formes étroites et allongées sont aussi marquées dans la chaussure, laquelle accuse de manière indubitable la tendance à une élégance plus affinée et plus classique, marquée dans les collections automne-hiver 1973/74 et qui s'affirmera encore pour le printemps et l'été suivants. On ne peut pas ignorer le passage des formes lourdes à des modèles plus légers, grâce à des coupes plus fines et à des semelles plus minces. On ne voit plus de semelles plates-formes que pour les sandales, mais elles sont moins hautes et massives, plus réservées mais néanmoins d'une conception jeune et amusante. Le « mud guard » (c'est-à-dire le garde-boue) donne l'illusion d'une semelle plate-forme atténuée; c'est une bande d'environ 1 cm de large, de la couleur de la semelle, qui entoure tout le soulier comme une prolongation de l'empeigne. Pour le soulier féminin élégant, les talons Louis XV plus fins, mais encore

droits, de 8 cm de haut, sont en vogue; on trouve aussi des talons Louis XV et cubains de 58 et 64 mm. Au printemps, le talon sera encore tout à fait à l'arrière de la chaussure — c'est pourquoi il est droit — mais il semble qu'il va être lentement replacé plus en avant, ce qui conduit fatalement aux formes galbées. Mais il s'agit là de spéculations, qui montrent néanmoins que la création de modèles oblige à penser loin. Un détail important pour l'aspect général de la chaussure est l'exécution du bout. Les formes larges appartiennent au passé, les bouts carrés se sont rétrécis, même s'ils restent légèrement relevés. Les bouts nouveaux sont carrés arrondis et, plus fréquemment encore, pointus et un peu aplatis, aussi pour les trotteurs fins. Pour suivre la tendance à la légèreté, on renonce volontiers à la doublure dans les trotteurs, ce qui les rend encore plus souples tout en diminuant le poids. Il en va de même des moccassins, sur lesquels la couleur des quartiers contraste avec celle de l'empeigne. Dans toute la collection, on est du reste frappé par les effets bicolores et tricolores. Il s'agit là d'une évolution, dans laquelle les différences de tons sont très discrètes et presque en dégradés à peine marqués. L'intéressante tâche des stylistes a été de créer, à cet effet, de nombreux combinaisons de couleurs, à la manière d'un puzzle.

En été, les sandales et les souliers du même type prennent une grande place dans la collection. Comme nous l'avons déjà mentionné, les semelles plates-formes atténuées, avec des talons correspondants, hauts et robustes, sont encore à la mode. Des brides de cheville superlarges assurent une bonne tenue et donnent une allure jeune et actuelle. Dans le genre des chaussures estivales affinées, on comprend les élégants « slings », avec des brides en T, de fines brides de cheville et des découpes à la cambrure ou bien des sandales absolument plates avec de larges brides et une ouverture séparée pour le gros orteil. Dans le genre des chaussures de loisirs, on rencontre encore des semelles compensées avec talon haut à moyen. Des semelles de crêpe procurent l'adhérence au sol désirée. Dans la liste des matières utilisées, le daim a presque entièrement disparu. Il ne subsiste que pour les chaussures de marche sportives. On ne parle pas non plus du verni, mis aujourd'hui de côté... mais pour combien de temps? Les peaux lisses, teintées à l'aniline, sont à l'honneur, surtout le calf, le nappa et le chevreau pour les modèles plus élégants. Un nouveauté: la combinaison de cuir lisse et de serpent. Les couleurs sont délicates, presque toutes laiteuses, contenant du blanc. A part les tons classiques, noir, blanc, atlantique et châtaigne, on trouve un bleu de Chine, jasmin, éclair, oyat, citron et corail. S'y ajoutent encore un rose très tendre, un gris clair et, dans les sandales, un rouge vigoureux, un moutarde plein, un vert frais et saumon. Cette palette bigarrée et très féminine est judicieusement accordée avec celle utilisée pour les vêtements, ce qui permet aux femmes de réaliser facilement des harmonies à la mode.

## P. 86 L'industrie textile suisse dans le monde (Ernst Nef)

L'industrie textile est la plus ancienne des grandes industries suisses. C'est elle qui a engendré l'industrie chimique et celle des machines textiles. Si ces branches plus jeunes ont dépassé, au cours des dernières décennies, celle dont elles sont issues, il n'en reste pas moins que le travail des textiles compte en Suisse, aujourd'hui comme autrefois, au nombre des plus importantes branches de fabrication de biens de consommation.

### Un visage moderne

L'industrie textile proprement dite (sans celles de l'habillement) compte aujourd'hui en Suisse 700 établissements, occupant 57.500 personnes. Cette industrie occupe donc une moyenne de moins de 100 personnes par entreprise. La profonde restructuration que l'industrie

textile vit depuis une ou deux décennies est déjà très avancée mais pas encore terminée. C'est ainsi que le nombre des entreprises a diminué de 150, soit 18%, depuis 1960 et, dans le mouvement de modernisation qui donne un nouveau visage à une industrie traditionnelle, l'effectif des personnes occupées a été réduit de 16%. Moins de fabriques, moins de personnel et moins de machines mais une production sensiblement plus élevée qu'autrefois; l'industrie textile est devenue au premier chef une branche à forts investissements de capitaux.

Les investissements des entreprises textiles sont surtout destinés au rajeunissement de l'appareil de production et sensiblement moins à l'érection de nouveaux bâtiments. C'est pourquoi le visage que l'industrie textile tourne vers l'extérieur, avec ses antiques fabriques, généralement à plusieurs étages, n'est pas toujours très flatteur si on le compare à celui d'industries plus jeunes. L'homme de la rue ne voit précisément rien de la modernisation subie intérieurement par les entreprises textiles.

Une récente enquête de l'Association suisse des industriels du textile (VSTI) a permis de constater que, de 1970 à 1972, les entreprises concernées ont investi en moyenne Fr. 915.000.— par an, dont 4/5 pour des machines et 1/5 pour des bâtiments.

L'exemple des entreprises des branches de la laine et de la soie, affiliées à la VSTI, illustre le processus radical du remplacement des machines traditionnelles par des machines modernes, coûteuses mais à rendement élevé:

	1960	1972
Peigneuses	234	135
Broches pour la filature en cardé et en peigné	202.000	128.000
Métiers traditionnels:		
— pour le tissage de la laine	2.410	420
— pour le tissage de la soie	4.060	1.610
Machines à tisser sans navette:		
— pour le tissage de la laine	40	410
— pour le tissage de la soie	—	220

Des moyens financiers considérables seront encore aussi nécessaires à l'avenir pour continuer à renouveler l'appareil de production car, avec le développement actuel dans la construction des machines textiles, toutes les machines sont rapidement démodées et il est nécessaire de les remplacer au fur et à mesure par des constructions à rendement plus élevé.

Les industriels du textile progressistes sont confrontés aujourd'hui à deux problèmes particulièrement lourds de conséquences: maintenir un minimum de personnel pour pouvoir continuer à produire rationnellement au rythme de deux ou trois équipes, avec des salaires ne débordant pas l'élévation de la productivité et conserver suffisamment de débouchés dans le pays et à l'étranger pour pouvoir utiliser économiquement les coûteuses machines à rendement élevé et les amortir dans des délais convenables.

### Qualité et spécialisation

L'industrie textile suisse est extrêmement diverse. On peut, sommairement, diviser sa production en textiles pour l'habillement, textiles de maison (tapis, tissus d'ameublement, linge de table, de cuisine et de lit, etc.) et articles techniques en tous genres. De par les dimensions des entreprises déjà, les fabriques suisses de textiles ne sont pas aptes à la fourniture en masse d'articles de genre courant. Les premières maisons textiles de Suisse ont fondé leur brillante réputation internationale sur le fait non seulement qu'elles considèrent la qualité de leurs produits comme une chose allant de soi, mais aussi qu'elles mettent constamment sur le marché de nouveaux articles spéciaux. Rien de cela ne changera à l'avenir.

Il n'y a point de produits textiles que la Suisse ne fabriquerait pas. Mais il existe,



en revanche, des articles textiles que l'on achète en Suisse seulement. Et cela non parce que l'on ne pourrait pas acheter ailleurs des produits similaires, mais parce que seules des maisons suisses peuvent les fournir dans leur qualité spécifique, que ce soient des filés, des tissus, des tapis, des broderies et bien d'autres articles. Dans le cadre de la Communauté économique européenne élargie, l'industrie textile suisse se promet un accroissement de ses ventes grâce à des abattements des droits de douane; elle pense pouvoir combler ainsi d'importantes lacunes sur le marché au moyen de ses spécialités de haute qualité. On peut admettre que, d'une part, les importations suisses de textiles étrangers de qualité ordinaire — particulièrement des vêtements terminés — vont encore augmenter ces temps prochains alors que, d'autre part, les exportations de textiles suisses de haute valeur devraient également pouvoir s'accroître. Pour cette raison aussi, il n'y aura jamais d'entreprises gigantesques dans l'industrie textile suisse.

#### Exportation aux mesures du monde

Au début du siècle, 53% des exportations suisses étaient constituées par des articles textiles mais, par suite du développement d'autres branches industrielles, cette proportion a diminué graduellement pour ne faire plus, en 1972, qu'à peine 10% du total des exportations suisses. En 1972, l'exportation de textiles suisses, qui s'étendait sur 140 Etats de tous les continents, se décomposait comme suit:

#### En mio. de fr.

Matières premières textiles, y compris fibres chimiques	120,9
Filés de tous genres	673,2
Tissus de tous genres	649,4
Autres articles, y compris confection	1014,4
Total	2457,9

Dans les importants groupes de produits fabriqués «filés» et «tissus», la balance était fortement active en faveur de la Suisse, l'excédent des exportations dépassant 622 millions de francs. En revanche, l'importation d'autres articles dépassait l'exportation de 1,1 milliard de francs en chiffre rond, ce qui peut être attribué principalement à de grandes importations de lingerie, de vêtements et de revêtements de sol textiles. Plus les importations de confection augmentent, plus les tissages et filatures travaillant pour l'industrie de l'habillement doivent pouvoir exporter. En chiffres ronds, 52% des exportations suisses de produits textiles étaient destinées, en 1972, aux pays de la CEE et 24% à chacun des groupes AELE et «autres pays». Les dix plus importants pays acheteurs de filés et tissus suisses (sans les articles techniques) étaient:

#### En mio. de fr.

	Filés	Tissus	Total
1. Grande Bretagne	139	128	267
2. Autriche	151	97	248
3. R.F. d'Allemagne	49	86	135
4. E.U.A.	70	30	100
5. Suède	48	30	78
6. Portugal	30	29	59
7. Danemark	40	14	54
8. Finlande	27	23	50
9. France	11	28	39
10. Italie	11	26	37

La Grande-Bretagne, pays classique des textiles, a passé en 1972 au rang de meilleur client de la Suisse en cette matière, en faisant reculer l'Autriche en deuxième position, alors que l'ordre des autres pays n'a pas changé depuis 1971. L'exportation de filés et de tissus Suisses en Grande-Bretagne a été égale à deux fois et demi l'importation des mêmes articles de Grande-Bretagne en Suisse; il y a eu de plus en plus d'années encore c'était l'inverse.

#### Vues sur l'avenir

Les textiles sont des biens de consommation de première nécessité. Mais l'usage des textiles dépend encore largement du degré d'aisance des diverses régions du globe. Dans les pays industriels du monde occidental, la consommation de textiles est, en moyenne,

avec 15 kg en chiffre rond par année et par habitant, le sextuple de celle des pays en voie de développement. Le besoin humain, manifesté avant tout par le sexe féminin, d'avoir de beaux vêtements et d'en changer souvent n'est aucunement une question de couleur de peau; là où ces désirs ne sont qu'impartialement réalisés, la cause n'en est que l'impécuniosité. L'augmentation de la population du globe entraîne automatiquement un accroissement correspondant de la consommation des textiles et si le niveau de vie s'élevait en même temps de manière sensible dans de vastes régions du monde, la consommation de textiles devrait être, en l'an 2000, au moins le double de ce qu'elle est actuellement.

La famille suisse est caractérisée par une consommation élevée de textiles, dont le chiffre par tête d'habitant ne pourra guère être augmenté. C'est pourquoi l'industrie textile suisse sera obligée d'écouler principalement à l'étranger le surplus de sa production, obtenu grâce à la modernisation de ses installations. C'est pourquoi un marketing attentif deviendra toujours plus nécessaire. Les entreprises de l'industrie textile devront s'adapter encore mieux aux besoins du marché, mais il est nécessaire, de plus, de susciter certaines tendances au moyen d'une offre dirigée. Les entreprises suisses de pointe connaissent l'importance d'une conception impérative du marketing, lequel passe avant la production. En effet, il est malgré tout plus facile de produire que de créer des articles répondant aux besoins du marché et de vendre avec bénéfice. L'avenir de l'industrie textile suisse dépend donc largement de son marketing.

## TRANSLATIONS

### P. 22 Parisian Haute Couture — Luxurious Perfection

Since the fashion merry-go-round has started to slow down and become more sedate, hitting the headlines less frequently and showing instead a wearable, stylish and very feminine line, there have been many loud complaints and Couture has been accused of lack of imagination. A few years ago, when ideas were changing violently from one extreme to the other, when the young went wild over different fashion gimmicks and any woman no longer in her teens was faced with a fashion vacuum, because she was quite simply overlooked by designers of new collections every season, the first enthusiasm over the original escapades of Couture was soon replaced by strong criticism. Great uncertainty had already settled over fashion circles. Everywhere people were struggling to overcome difficulties. The private clientele of Haute Couture houses declined, for who was willing to pay astronomical prices for "inexpensive" baby-doll shirts and mini-skirts, even if these fashion articles were made of the most expensive materials?

Once again the wheel has turned and suddenly attention is paid once again to the lady of fashion who favours elegant, wearable classical creations and is willing to pay for them. For most fashion houses it must have been a question of life or death to find a way to please the majority while at the same time being acceptable to the few remaining faithful clients. In addition, couturiers did not like being at the mercy of press reviews and being forced to design their collections according to the mood of fashion writers. They favoured the personal touch, the individual signature and created models in excellent taste. Their inspiration no longer came from the street but was sought in the past, when, as has been so beautifully put, "all was right with the world". And yet even here Couture was criticized for repeating itself.

It has been said that fashion is like a ghost in that neither of them will lie down and die. Fashion means change, but a change that often repeats itself.

K. M. Grimme in his book "Freude an Kleidern" (Pleasure in clothes) writes: "The crinoline has been in fashion three times—in the days when Spain set the fashion, in the rococo period and during the Second Empire in France. We find the stand-away collar in women's fashions during the German Reformation, at the time of the dominance of Spanish fashions, during the Reformation and at the turn of the century. The Stuart collar was worn not only in Stuart times, but also in Gothic Germany. Puffed sleeves have gone on appearing since the Middle Ages and in many different centuries women have favoured deep décolletés. Berets, turbans and hairnets are sometimes modern, sometimes completely out of date. How often have short and long cloak been in fashion, known sometimes as capes?" This small book on fashion came out in 1957, and already capes are back in the news again today. Why should anyone regret a revival of this kind? If something is good, there is no reason why it should not be repeated; and consequently the criticism of Couture is out of place, for the new models are designed specifically for the modern woman who is no longer a teenager but somewhere between thirty and fifty, as most clients of couture are. She will welcome the longer rather narrower line, applaud the lengthening of the top with its slight emphasis of the waist, welcome too the new skirt length just below the knee, which is so much more ladylike. In addition, shoe heels are higher and the proportions better balanced. The materials chosen by Haute Couture are distinguished by their beauty and exclusivity, without any claim to being pretentious. Fashion takes delight in highly perfected understatement, in inconspicuous luxury.

Coats, which are of especial importance in winter, are mainly comfortable top-coats, flared at the back, cut on the bias and with raglan or kimono sleeves. The tube coat is straight and narrow, with set-in sleeves and stand-up collar. Shirt- and trench-coats emphasize their narrow widths with belts, princess coats have soft modelled tops flaring at the hem. Rich fur trimmings on collars and cuffs, as edgings and on hems—mostly fox fur, sometimes dyed the same colour as the fabric—form part of the luxury theme. Tailormades have long jackets, with straight or wide skirts—flared, cut on the cross or with flat pleats—and always worn with a feminine shirt blouse or hip-length lumber shirt. New styles of skirts compete successfully with trousers, while dresses are just as popular but only really come into their own as evening approaches. The calf-to-ankle-length dinner models in soft, flowing figured crêpe-de-Chine, crêpe georgette and silk mousseline with small printed mainly geometric designs bring us to the evening models in the same length, for floor-length dresses are reserved only for gala occasions. How long the ankle-length style will last no one can tell, but short evening dresses—especially with the revival of the little black dress—cannot fail to appeal to any fashion-conscious woman. If during the day restrained, inconspicuous elegance reigns, in the evening all the splendour and glitter of bright colours comes into its own. Gossamer lamés, brocaded satins, cloqué satins, shimmering sequins printed with soft designs, embroideries and lace make luxurious models, whose line remains simple. In this way the new fashion becomes an expression of a woman's personality—and in this finds its true justification.

### P. 53 Interview with Hubert de Givenchy

Hubert de Givenchy, one of today's leading couturiers, was a pupil of Fath and Piquet, and worked for Lelong. Later he joined Madame Schiaparelli's boutique, where he was the first to design coordinatés—blouses—skirts—jackets. In February 1952, when barely 25 years old, he courageously opened his own salon quite undeterred by the difficulties facing him. His very

first collection—in which he favoured unusual materials never used in Couture before—was a sensation. His collections continued to meet with success. Today, with just a few others, he still stands at the forefront of the fashion scene, but avoids all publicity like his late friend Balenciaga. We are all the more grateful to him therefore for being kind enough to answer the questions we put to him. (The Editor)

— Hubert de Givenchy, your winter collection is once again a tremendous success. How would you define its main trends?

— As far as day models are concerned, I lengthened the line very slightly (to just below the knee), while for evening wear, I adopted the very feminine, rather newer length just above the ankle. The general line is soft, body-hugging, in very feminine light fabrics, suited to life today.

Tailormades and coats show lavish over-stitching, creating a slightly quilted effect and blouses always repeat the same design (criss-cross, vertical, herringbone, etc.).

For cocktails, the line remains pure and simple but treated in sumptuous fabrics, while for the evening long supple sheaths, worn with flowing capes, mould the body.

Fabrics: many warp-printed jerseys, mohair woollens. For the evening, flock-printed dotted Swiss gazars, printed sequins, fine gold lamés, satin "matelassés".

Colours: warm deep autumn tones (dark reddish brown, ochre, gold, rust). A great deal of black, gold and silver for the evening.

— Your collection once again features many Swiss fabrics and embroideries; what are your reasons for this choice?

— Swiss fabrics are above all very high quality fabrics. I have always been interested in them for their creators show great attention to detail, great understanding; they are always ready to try out something new, something that at first sight seems quite impossible.

As an example I would mention the very fine failles (which have become almost impossible to make today) with giant designs (Abraham) or the "broderies anglaises" on soft velvet (Brossin de Méré, Forster).

— Which Swiss materials did you prefer this time and which models did you use them for?

— As in the last few seasons, I used gazar, woollen voile and a great deal of lamé and crêpe georgette, which make it possible to obtain a supple, very fluid line. I also particularly liked a very new satin matelassé (Abraham) and Schlaepfer's printed sequins.

— Do you draw your inspiration from the fabric or do you try to inspire its creator?

— This question calls for a double answer! Naturally, very often the fabric inspires a line. It is the drape, the quality that determine a particular model. Gazar demands more "constructed", more structured models, while crêpe calls for more supple body-hugging forms. On the other hand, contact with the creator of the fabric makes it possible for me to suggest ideas for a print or for a variation of an existing theme, and this cooperation gives birth to a number of exclusive and very new fabrics.

— What is your reaction to the price explosion of natural fibres?

— I am afraid it is an inevitable consequence of the period in which we live, when everything that is "real", that is natural, becomes more and more scarce. If I do on occasion use synthetic or mixed fibres, I have on the other hand a very decided preference for natural fibres. Their soaring cost leads to an increase in the cost of the models, but the constancy in the quality of these noble materials makes the price acceptable.

— What do you expect of the Swiss textile industry and what suggestions would you make for the future?

— My most immediate wish is that it may continue to help us, as it does at present, by its continually renewed creativity and its constant search for greater perfection.

— Hubert de Givenchy, you design and have designed the wardrobes of many famous women of this world; which clients have had a particular influence on your career?

— It is always very difficult to speak of one's clients. I think I can say however that I was exceedingly lucky, right at the start of my career, to meet Mrs. Audrey Hepburn-Dotti. I have created a great many models with her in mind, for her very particular style is easily adapted to all trends and it was a great privilege for me to create both her private and her movie wardrobes. I have always made a point of creating my collections for my clients, bearing in mind their preferences and their life styles, and this permanent contact makes for continual evolution.

— What, in your opinion, is the importance of fashion from the psychological and sociological points of view?

— Fashion has always been of interest to a great number of people, because for most it enables them to assert themselves in a given social context. The importance suddenly assumed by young people, in particular, gave birth a short while ago to a fashion which, luckily, has toned down slightly since. The way in which people dress determines in the eyes of others their social status and their way of life, and forms to some extent one of the distinguishing features of a certain elite.

— One often hears of the approaching end of Haute Couture; but the new collections prove very clearly that this is far from likely, at any rate for the moment. What do you think about the future of Couture?

— This is not the first time I have been asked that question. But I am sure that Haute Couture will go on existing for a long time to come. Ready-to-wear clothing has improved considerably, but it is subject to too many restrictions to be able to express itself freely. Haute Couture is the expression of a refined technique, corresponding to the needs of a very definite clientele thanks to whom thousands of skilled craftsmen and craftswomen gain their livelihood. Naturally, like everything else, our profession will evolve. But I cannot believe it will ever disappear.

#### P. 84 BALLY shoes 1974—refined elegance

Since for some considerable time now shoes are no longer merely a protective covering for the feet but an integral part of the whole fashion scene, they are naturally involved in the evolution of fashion, which has become more subtle today. Strongly influenced in style and form by the dictates of Haute Couture, footwear helps to create the overall fashionable look and to balance the proportions. That is why today's narrow slender forms have also been carried over into footwear, which clearly shows the trend towards a more refined, more classical elegance, visible already in the autumn/winter 1973/74 collections, but which will be even more marked the following spring and summer. There is a very definite change from heavy styles to lighter models with more graceful lines and thinner soles. Platform soles are still found on sandals, but they are less high and bulky, more reserved but still young and amusing in style. The illusion of a slightly smaller platform sole is given by the new "mudguard", a thin strip about 2/5th of an inch thick, the same colour as the sole, going right round the whole shoe just below the uppers. For women's dressy shoes, finer but still straight 3" Louis XV heels are the latest trend; there are also Louis XV and Cuban heels 2 1/4" and 2 1/2" high. For the spring too, the heel will still be right at the back of the shoe—that is why it has to be straight—but the tendency seems to be to move it forward slowly,

which will inevitably lead to more curved forms. Although these are only speculations, they nevertheless show how far designers have to think ahead. An important detail for the general appearance of the shoe is the shape of the toe. Wide toes are a thing of the past, square toes have become narrower, even though still slightly turned up at the tip. The new toes are square with rounded corners, and even more frequently, pointed and a little flatter, also for stylish walking shoes. In keeping with the trend towards lightness, linings have been left out of walking shoes, making them even more supple and at the same time reducing their weight. The same is true of loafers, in which the colour of the back contrasts with the rest of the uppers. Throughout the whole collection one keeps coming across striking two-toned and three-toned effects. This is something new, where contrasts are kept very discreet with soft gradations in colour, almost running into each other. The designer was faced with the tricky task of trying to ring the changes successfully with these many combinations of colours.

For summer, sandals and sandal-type shoes form an important part of the collection. As we have already mentioned, less thick platform soles, with corresponding high, strong heels, are still popular. Extra-wide ankle straps ensure they stay on and give them a modern, youthful look. The light slender theme of summer shoes is typified by elegant sling-backs, models with T-straps, fine ankle-straps and openings at the ankle or completely flat sandals with wide straps and a separate loop for the big toe. The leisure styles feature high to medium wedges. Crêpe soles give the necessary adherence.

Suede has almost completely vanished from the list of materials used. It is now only found in sporty walking shoes. There is no longer any patent leather, discarded for the moment... but for how long? Smooth, aniline-dyed hides are in favour, especially calf, nappa and kid for the most elegant models. A novelty: the combination of smooth leather and snakeskin. Colours are delicate, soft, pastel, milky, creamy and powdery shades, all with a little white in them. Apart from the classical colours, black, white, Atlantic and chestnut, there is China blue, jasmine, éclair, oyat, lemon and coral. To these must be added very soft pink, a light grey and, in the sandals, strong red, deep mustard, fresh green and salmon pink. This very feminine and multicoloured palette goes well with that used for clothing, making it an enjoyable task for women to choose their own fashionable combinations.

#### P. 86 The Swiss Textile Industry open to the World (Ernst Nef)

The textile industry is the oldest of Switzerland's leading industries. Its needs gave birth to the chemical industry and the textile machinery industry. Even though, during the last thirty years or so, these younger branches of industry have overtaken the one to which they owe their existence, textile manufacture is nevertheless still one of the most important branches of consumer goods production in Switzerland.

##### A modern look

In Switzerland today, the textile industry proper (excluding the clothing industry) numbers 700 concerns, with 57,500 employees. This industry therefore employs on an average fewer than 100 people per firm. The thorough restructuring the textile industry has been going through during the last ten to twenty years is already very far advanced although not completely finished. Thus, for example, the number of firms has been reduced by 150, i.e. 18% since 1960 and, as part of the modernization giving a new look to a traditional industry, the number of employees has been reduced by 16%. Fewer factories, fewer staff and fewer machines but a considerably higher output than before; the textile industry has to a large extent become a branch involving very big investments of capital.

Textile firms invest mainly in the renewal of production plant and considerably less in the erection of new buildings. That is why the face the textile industry presents to the outside world with its old factories, generally on several floors, is not always very flattering compared with that of younger industries. The man in the street in fact sees nothing of the modernization that has taken place inside the textile firms.

A recent survey by the Swiss Association of Textile Industrialists (VSTI) showed that from 1970 to 1972 textile firms invested on an average Fr. 915,000 per year, 4/5ths of this amount being accounted for by expenditure on machinery and the remaining fifth by expenditure on premises.

The example of firms in the wool textile and silk branches, belonging to VSTI, illustrates the radical process of replacement of traditional machinery by modern, expensive, high capacity machines;

	1960	1972
Combing machines	234	135
Spindles for spinning		
carded and combed yarns	202,000	128,000
Traditional looms:		
— for weaving wool	2,410	420
— for weaving silk	4,060	1,610
Shuttleless looms:		
— for weaving wool	40	410
— for weaving silk	—	220

Considerable sums of money will continue to be required in the future in order to keep renewing the production plant, for with the present development of the construction of textile machinery, machines are soon out of date and have to be replaced all the time by higher capacity models.

Progressive textile manufacturers today face two particularly important problems: the maintenance of a minimum personnel so as to be able to continue rational production with two or three shifts, with wages not exceeding the growth in output, and the preservation of adequate markets at home and abroad so as to be able to make economic use of the costly high capacity machines and pay them off within a reasonable period of time.

##### Quality and specialization

The Swiss textile industry is extremely diverse. Its products may be divided roughly into textiles for clothing, home textiles (carpets, furnishing fabrics, table-, kitchen- and bed-linen, etc.) and technical articles of all kinds. Even from the point of view of size, Swiss textile factories are not suited to the mass production of standard quality articles. Switzerland's leading textile firms built up their brilliant international reputation not only on the fact that they consider the high quality of their products as something to be taken for granted, but also on the fact that they are constantly placing special new articles on the market. Nothing of this will alter in the future.

There are no textile articles that Switzerland does not make. But, on the other hand, there are textile articles that are bought only in Switzerland. And not because similar products could not be bought elsewhere but because only Swiss firms are able to supply them in the required quality, whether yarns, fabrics, carpets, embroideries or many other things besides. Within the framework of the enlarged European Economic Community, the Swiss textile industry looks forward to increased sales as a result of the reduced customs tariffs; it feels that it will be able to fill important gaps on the market with its high quality specialities. It may be presumed, on the one hand, that Swiss imports of inexpensive foreign textiles—especially finished garments—will go on increasing during the next few years while, on the other hand, exports of high quality Swiss textiles should also continue to increase considerably. For this reason too, the Swiss textile industry will never have any gigantic firms.

##### Exports all over the world

At the beginning of the century, 53% of Switzerland's exports consisted of textile goods but as a result of the

growth of other industrial branches, this proportion has gradually declined to become only 10 % of total Swiss exports in 1972.

In 1972, exports of Swiss textiles, sent to 140 countries on all continents, could be broken down as follows:

	In mio. of fr.
Raw textiles, including chemical fibres	120.9
Yarns of all kinds	673.2
Fabrics of all kinds	649.4
Other articles, including ready-to-wear	1014.4
Total	2457.9

In the important groups of manufactured products—"yarns" and "fabrics"—the balance was heavily in Switzerland's favour, exports exceeding imports by 622 million francs. On the other hand, imports of other articles exceeded exports by approximately 1.1 billion francs, largely as a result of substantial imports of lingerie, clothing and textile floor coverings. The more ready-to-wear clothing imports increase, the more weaving mills and spinning mills working for the clothing industry must be able to export.

In round figures, 52% of Switzerland's exports of textile products in 1972 were accounted for by EEC countries, and 24% by EFTA and 24% by the remaining countries. The ten biggest buyers of Swiss yarns and fabrics (excluding technical articles) were:

	In mio. of fr.		
	Yarns	Fabrics	Total
1. Great Britain	139	128	267
2. Austria	151	97	248
3. West Germany	49	86	135
4. U.S.A.	70	30	100
5. Sweden	48	30	78
6. Portugal	30	29	59
7. Denmark	40	14	54
8. Finland	27	23	50
9. France	11	28	39
10. Italy	11	26	37

In 1972 Great Britain, a traditional textile producing country, became Switzerland's best client in this field, relegating Austria to 2nd place, while the order of the other countries has not changed since 1971. Exports of Swiss yarns and fabrics to Great Britain were two and a half times as large as Switzerland's imports of the same articles from Great Britain; only a few years ago the position was the reverse.

##### Future prospects

Textiles are essential consumer goods. Even so the use of textiles still depends to a large extent on the degree of affluence of the various parts of the world. In western industrial countries, the consumption of textiles averages out at about 33 lb. per year per inhabitant, which is six times the figure for the developing countries. The need of people, above all the fair sex, to be properly dressed and to renew their wardrobes frequently, is not at all a question of the colour of the skin; where these desires are only partially fulfilled, the cause is mainly lack of funds. The increase in the population of the earth is automatically accompanied by a corresponding increase in the consumption of textiles and if in addition the standard of living were to rise to an appreciable extent in many parts of the world, the consumption of textiles by the year 2000 should be at least double what it is today. The average Swiss family is a big consumer of textiles: the figure per head of the population could hardly be bigger in fact. Consequently the Swiss textile industry will be obliged mainly to export its increased production achieved as a result of the modernization of its plant. That is why a careful marketing policy will become more and more vital. Firms in the textile industry will have to adapt themselves even better to market requirements, as well as create certain trends by means of directed offers. Leading Swiss firms know full well the importance of a well-planned marketing policy, which comes even before production in fact. After all it is easier to produce, than to create articles answering the needs of a specific market and to sell at a profit. The future of the Swiss textile industry therefore depends to a large extent on its marketing policy.