

Übersetzungen = Traductions = Translations

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

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): - **(1991)**

Heft 86

PDF erstellt am: **28.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-795576>

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.

Seiten 102–105

JUNGE IDEEN FÜR DESSOUS

Wäschemode zu kreieren, bleibt keineswegs allein der Industrie vorbehalten. Prominente Modemacher halten Lingerie durchaus nicht für eine *Quantité négligeable*; sie entwerfen ganz im Gegenteil luxuriöse Modelle für Tag und Traum. Auch Modenachwuchs engagiert sich für das Thema. Absolventen der Pariser Modeschule Esmod, die von der Exportwerbung für Schweizer Textilien beauftragt wurden, aus Schweizer Stoffen Wäschemodelle zu entwerfen, bewiesen, dass es Spass macht, mit Stoffen und Schnitten zu experimentieren und neue Möglichkeiten aufzuspüren, dabei aber die Realität nicht aus den Augen zu verlieren.



Das Ergebnis sind Modelle, die sich durchwegs kommerziell umsetzen lassen. Eine Reverenz an die 50er und 60er Jahre stellen die eingearbeiteten Bügel und Stäbchen dar und die angearbeiteten Strapse an Strumpfhaltern aus duftigem Material. Für die Jungen ist dieser Trend neu und daher reizvoll. Selbst vor Anlehnungen an richtiggehende Miedermode von anno dazumal haben sie keine Scheu; freilich sorgen die feinen leichten Materialien, insbesondere die dünnen Jerseys, für eine entschieden veränderte Optik. Dass mitunter Dessous in die Nähe von Bademode oder sogar von sommerlicher Oberbekleidung geraten, liegt zum einen am Material, das durchaus ein delikates Seidenimprimé sein kann, und zum anderen an der allgemeinen modischen Tendenz zur Verwischung der stilistischen Grenzen.

Seiten 38–49

JAKOB SCHLAEPFER+CO. AG, ST. GALLEN

Ungebrochen ist die Liebe der Stilisten des Prêt-à-Porter zu den Paillettenstickereien, zumal sie der St. Galler Spezialist Jakob Schlaepfer in erfindungsreichen Varianten vorlegt. Blickfang sind sie in Leuchtfarben, zu Streifen und Quadraten gefügt; in farbloser Version unterstützen sie den Reiz bedruckter Lamés oder Spitzen, und in matter Ausführung passen sie sich diskret der Farbe des Grundgewebes an. Hologramm-Pailletten entfalten im Widerschein des Lichts ein betörendes Farbenspiel. Als winterlich festliche Stickereien bestechen Wollguipures und vor allem auch Samte, vorzugsweise in Schwarz, als *Découpés* oder *Allovers* mit farbigen Glanzgarnmotiven, mit *Superposés* oder *Scintillant*-Effekten.

Seiten 50–53

ABRAHAM AG, ZÜRICH

Nach den sehr expressiven, formen- und farbenreichen Imprimés zum Sommer erscheinen die Druckdessins für die Wintersaison 91/92 nun vor allem auf Geometrie aufgebaut. Eine gewisse Zügelung des kreativen Temperaments kommt zum Vorschein mit Karos und Chevrons als Basis, die freilich grosszügig und fantasievoll eingesetzt und raffiniert mit warmen Farben auf gleicher Tonhöhe koloriert werden. Kleine stilisierte Blumenköpfe, streng angeordnet, malerische Abstraktionen in dunkel-satten Erdfarben, Kaschmirabwandlungen, Mosaik- und Patchwork-Elemente stehen auf Seidenfond, insbesondere *Crêpe-de-Chine*, oder auf *Wollmousseline*. Interessant ist ein *Wollmatelassé piqué*, und sehr festlich wirkt ein *Matelassé* mit *Goldoptik*.

Seiten 54–61

FORSTER WILLI +CO. AG, ST. GALLEN

Stickerei kehrt, so wie sie sich in der Auswahl der Stilisten bei Forster Willi manifestiert, mitunter ein sehr winterliches Gesicht heraus. Ungeöhnliche Wollstickereien fallen vor allem auf, etwa mit haarigem Mohairgarn dicht überstickter Organza oder eine etwas rustikal wirkende Wollstickerei auf Strukturfond oder ein sandfarbener Wollstoff, bestickt mit dickem Bouclégarn. Auch Guipuregalons aus Wolle oder im Matt/Glanz-Effekt von Wolle und Seide spielen eine Rolle – nebst dem Klassiker Samt natürlich, als reicher Galon ebenso wie als Spachtelspitze. Raffiniert wirkt Guipure im Wechsel von kompaktem Motiv und luftigem netzartigem Fond, und delikater ist eine *Organdi-Spachtelspitze*, dicht überdeckt mit applizierten Blättern.



Pages 62–77

LE SOURIRE DE LA MODE

La beauté présente deux faces: l'une, éternelle, immuable, et dont il est malaisé de préciser l'influence: l'autre, relative et due au hasard, que l'on désigne alternativement ou tout à la fois par époque, mode, esprit, passion.

La pensée d'un poète français amateur et défenseur de la mode pourrait être évoquée en corrélation avec la broderie: elle personnifie une tradition ancestrale et l'actualité capricieuse de la mode – sans interruption ni contradiction, tels les deux profils d'un même visage.

L'Ancien Testament cite déjà les broderies et les plus récents articles sur la mode les mentionnent également. Le temps n'a pas d'emprise sur leur beauté ni leur particularité, leur adaptation aisée et leur infinie variété en font un support idéal dans la diversité des modes.

Les stylistes actuels témoignent sans cesse de leur goût pour la broderie. Jusqu'à ceux de l'avant-garde qui, par ailleurs, se targuent d'un irrespect notoire envers les formes et les matières, se plaisent à jouer d'une matière aussi noble et d'en



expérimenter les possibles utilisations. La broderie est un défi à la créativité du styliste autant qu'à celle du modéliste.

La gamme des nouveautés 92 de la broderie saint-galloise égrène les styles les plus divers. Sept créatrices suisses en sont les intéressantes interprètes: le résultat s'étend de la fraîcheur sportive à la tendresse romantique, de la simplicité dépouillée à la magnificence spectaculaire. L'entrée en scène de la broderie se veut actuellement naïve ou mondaine, épurée ou scintillante et toujours inédite – et d'une grande beauté.

Pages 78–89

PLEINS FEUX SUR LA BRODERIE

Les exportateurs de broderies de St-Gall face à une concurrence globale. Profil dû à la créativité, la qualité et à un maximum de flexibilité.

Broderie: où se mêlent la tradition et le moderne, l'artisanat et l'industrie, la créativité et l'ordinateur, la méticulosité et l'art. L'attachement au sol natal va de pair avec une vision cosmopolite, l'autonomie de l'entrepreneur avec l'esprit de coopération. C'est un profil complexe qui caractérise l'industrie de la broderie saint-galloise. Ici – comme en d'innombrables lieux en Suisse – des spécialistes élaborent des produits dont les marques distinctives sont créativité et qualité. Ce sont en outre des gens passés maîtres dans l'art de survivre, qui bénéficient d'un know-how acquis au cours de l'histoire et constamment affiné dans la compétition internationale, qui savent toujours marquer quelques «points» d'avance à travers les vagues de la mode, l'esprit du temps, les turbulences de l'économie mondiale. Grâce à un registre de

possibilités quasi illimité – permettant de broder pratiquement chaque tissu à l'aide de n'importe quel fil et pour toutes les applications imaginables – la broderie autrefois réservée à la noblesse, pare de nos jours les personnes les plus exigeantes comme les consommateurs normaux d'all-overs précieux ou de motifs minuscules et exprime ce qu'elle a toujours eu de particulier: une noblesse qui incarne application et savoir-faire, une classe qui se démarque de la mode de masse ou du goût de tout un chacun.

Dans les activités textiles, les brodeurs constituent un petit groupe qui ne déploie tout son art qu'à certaines occasions, par exemple lorsqu'il s'agit de somptueux tissus destinés aux couturiers et stylistes internationaux. Ils sont souvent sous-traitants, participants à la confection d'autres genres de tissus plus importants, mettant une touche valorisante qui toujours rend une robe, une pièce de lingerie, un sweatshirt, un chapeau, un escarpin, une literie, un rideau, ou autre, plus précieux et plus plaisants. Il n'est guère possible en exportant de la broderie de réaliser des chiffres d'affaires impressionnants en milliards de francs comme d'autres secteurs textiles. Il n'en reste pas moins que l'importance des exportateurs de broderies de Suisse orientale est beaucoup plus grande que ne peuvent l'exprimer les simples chiffres d'affaires et de production. St-Gall exporte, tout compte fait, plusieurs pourcent de la production mondiale. Les entreprises de broderie de Suisse orientale sont représentées dans plus de 90 pays à travers le monde et, en ce qui concerne l'appréciation de leurs produits au plan international, elles figurent incontestablement au premier rang.

Le marché de la broderie est un créneau particulier. La statistique le prouve. L'Union suisse des exportateurs de broderies groupe quelque 40 firmes. Le montant des

exportations qui a atteint 251 millions de francs l'année dernière, soit plus de 90 pourcent du chiffre d'affaires total, concerne en majeure partie l'Europe, puis l'Extrême-Orient, les pays arabes, l'Amérique du Nord et l'Amérique du Sud. Quarante pourcent du chiffre d'affaires ont été réalisés avec les rubans et galons, trente pourcent avec des motifs et vingt-six pourcent seulement avec des all-overs. Ces exportations représentent une fourchette de prix considérable, allant de beaucoup plus de mille francs suisses pour des broderies Couture à quelques



francs seulement pour des articles de garniture. Enfin, la sphère d'utilisation est immense: du vêtement élégant pour le jour à la robe de cocktail et du soir, des blouses et chemises de smoking au marché de la lingerie féminine. A cela s'ajoutent les parures de lits, les rideaux, le linge de table et les sets, les serviettes éponge et les mouchoirs, les chaussures et nous en passons. Mentionnons encore les motifs à appliquer sur les sweat-shirts, les blousons nobiliaires les plus élaborés, les emblèmes et insignes de grade auxquels tout porteur d'uniforme – du général au sapeur pompier – ne saurait renoncer. Une quantité de petits articles et une grande diversité d'exigences selon le client ou l'utilisation, toute une activité relative aux conseils et au service. Ce n'est guère le genre d'affaires où une seule grosse commande fait tourner tout un parc de machines. Il s'agit encore non seulement de servir des clients dans le monde

entier, donc sur de longues distances, mais bien de satisfaire les goûts les plus divers – du fastueux Lacroix au puriste Armani et à la multinationale corsetière – de séduire le monde arabe, extrême-oriental, américain et africain.

Il faut avoir le goût de l'effort et une grande agilité d'esprit pour concilier de manière rentable des données aussi diverses. Indépendamment des tendances, la broderie doit être belle dans tous les cas, sans toutefois pouvoir prétendre toujours à un prix équitable. En outre elle doit se prêter à une mise en œuvre rationnelle: les gros utilisateurs exigent des livraisons «just in time», les garnitures doivent être disponibles au moment même où une série d'articles de lingerie passe sur une chaîne de fabrication. Le temps c'est de l'argent, les livraisons au jour le jour permettent aux entreprises d'économiser des intérêts.

Sous cet angle, l'industrie de la broderie n'est pas faite pour attirer les gros investisseurs. Contrairement à bien des industries, la grandeur n'est pas forcément un avantage pour une entreprise. Une très grosse commande, tout comme celle d'un métrage de cinquante mètres doit être brodée sur une machine de 10 à 21 yards au maximum. Quiconque veut offrir un produit mode, de bonne qualité et parfait au point de vue technologique, doit être disposé à répondre attentivement aux désirs de chaque client, à résoudre ses problèmes de manière individuelle, souvent sur place et en collaboration avec lui. Dans la broderie le capital et le travail ne sont pas seuls à compter, il faut aussi une grande expérience et l'amour du produit.

A plus forte raison, la flexibilité est inéluctable. Les exportateurs de broderies de St-Gall sont structurés en conséquence. Quelques-uns sont uniquement converters et ne

brodent pas le moindre point, d'autres disposent à la fois de leurs propres ateliers et d'une capacité de travail à façon. Aucun d'eux ne fabrique tout lui-même.

Plus que jamais, c'est la conjonction des relations commerciales et de la faculté de créer dont chaque exportateur doit bénéficier, ainsi qu'une propre capacité partielle de production et surtout le concours de spécialistes externes et d'ouvrières à domicile pour le découpage qui permettent d'atteindre la flexibilité et la diversité que la broderie de St-Gall est en mesure d'offrir. Il lui faut en



outre une infrastructure équilibrée: en premier lieu des gens qui accomplissent volontiers ce travail et qui bénéficient aussi du know-how et de l'habileté nécessaires. En effet, il ne suffit pas de disposer d'un système de production textile comprenant des machines à broder automatiques de pointe, en ce qui concerne la flexibilité et l'étendue des possibilités d'échantillonnage. Encore faut-il les gens qui savent s'en servir, en exploiter tout le potentiel, c'est-à-dire les créatifs qui innovent et repensent la tradition, les spécialistes de la mode et de l'informatique qui transcrivent les données point par point sur une disquette, les techniciens passionnés de qualité qui règlent la machine à broder et la surveillent. Il en va de même des ouvrières à domicile dont la mentalité n'est pas conditionnée uniquement par des considérations quantitatives, mais par le soin requis et, plus encore, des finisseurs familiarisés avec la broderie depuis

des décennies, des filateurs, sans oublier les constructeurs de machines de la région.

C'est pourquoi il est indispensable de se reporter à l'histoire de St-Gall et des cantons voisins lorsqu'on observe l'importance de l'industrie de la broderie en Suisse orientale. On y distingue non seulement les racines de cette industrie, mais aussi les artères vitales qui l'alimentent encore de nos jours. C'est aussi la seule manière d'éclairer l'avance dont jouit St-Gall dans la broderie: des relations commerciales solidement établies et une logistique éprouvée issue de

l'époque de la toile, une mentalité «ora et labora» que les moines irlandais ont imprimée autrefois à la cité alémanique de St-Gall, le sens du détail, un esprit horloger et aussi une retenue dans les besoins et une bonne volonté qui transparait encore, même chez les Suisses «fortunés».

N'oublions pas finalement le besoin d'autodétermination et d'indépendance qui incitent aussi les petits brodeurs à façon à rester leur propre maître malgré le risque et bien qu'il serait plus commode pour eux d'être employés dans une fabrique. Relevons aussi que les associations, sociétés d'utilité publique, fonds de solidarité, ont été constitués à St-Gall au cours des siècles en faveur de la broderie et ont permis d'assurer la survie de la petite entreprise au-delà de l'aide étatique. Cette tradition reste en honneur, incarnée par exemple par les écoles de broderie où l'on veille inlassablement à former une relève compétente pour affronter l'avenir.

La production et l'exportation de broderies ne supposent pas seulement un processus mental, il s'agit bien maintenant d'une industrie de haute technicité. 541 machines à broder sont actuellement en service en Suisse orientale, on en comptait encore 850 il y a vingt ans. Cependant la capacité de production a considérablement augmenté. Il est vrai que le niveau de technicité et d'automatisation n'atteindra jamais celui de la filature. La part des coûts de personnel restera nécessairement élevée. Il n'en reste pas moins que la rigueur industrielle, une calculation serrée des coûts eu égard aux besoins croissants de capitaux sont devenus usuels dans la broderie. Même dans des entreprises modernes on peut encore voir des gens engager manuellement des navettes. Même dans des entreprises de pointe, les machines automatiques sont souvent arrêtées parce que les temps de préparation sont longs, comparés au temps de fabrication. La révolution s'est produite davantage en amont des opérations de broderie proprement dites: au niveau de l'ordinateur qui reporte le modèle sur une disquette ou l'introduit directement dans la machine. Dans la mesure du possible, la transcription du dessin s'effectuera bientôt par scanner. Mais les brodeurs de Suisse orientale ont d'autres visions de l'avenir non seulement en tête, mais à l'étude, par exemple: l'exportateur communiquera avec son client grâce à l'informatique, de manière à ce que ce dernier puisse voir la collection du brodeur. Les jeunes entrepreneurs de la branche s'avèrent de plus en plus mordus de technologie et cela par enthousiasme, pour des raisons de coûts et de rationalisation et enfin, parce qu'ils savent qu'à l'avenir les collaborateurs qualifiés n'auront de plaisir à œuvrer qu'à des postes de travail modernes.

Machines et ordinateurs ne sont,

bien sûr, qu'une des composantes, certes importante, de la qualité du produit brodé. Le puncher qui compose les points à l'ordinateur avec exactitude, la mise en œuvre de filés fins, la régularité du modèle à broder, la résistance à l'effilochage, le soin apporté à la découpe sont autant de critères de qualité essentiels. Ceci est important et bénéfique pour les exportateurs de broderies de Suisse orientale.

L'avance des saint-gallois ne tient pas uniquement à leur parc de machines. Il y a finalement bien longtemps que la Suisse exporte des machines à broder dans le monde entier. Des efforts accrus dans le design et plus encore dans le service conditionneront à l'avenir le succès sur les marchés. C'est dans les contacts étroits avec la clientèle, dans l'élaboration commune du design, qu'ils voient la raison de leur position privilégiée et qui, à l'avenir, devra contribuer davantage encore à leur assurer une longueur d'avance. Flexibilité et disponibilité même pour de petites livraisons, dessins exclusifs comportant souvent un élément propre à un client, sont dans leur esprit la clé du succès. C'est pourquoi beaucoup de brodeurs saint-gallois sont finalement fiers que leurs entreprises soient petites. C'est aussi la raison pour laquelle les gros exportateurs mettent tout en œuvre pour structurer les leurs en petites unités de production souples et autonomes. Des processus de décision très courts et des réactions rapides caractérisent les entreprises familiales de St-Gall et des environs et leur permettent de résister au cours des périodes de récession que la branche peut traverser périodiquement.

Compétence et rapidité dans les décisions sont aussi des avantages sur lesquels la broderie de St-Gall peut miser. Le service l'emporte sur le prix. C'est un principe essentiel pour les producteurs d'un pays à haut niveau salarial, que l'on

puisse compter en outre sur la créativité et la qualité, cela va de soi.

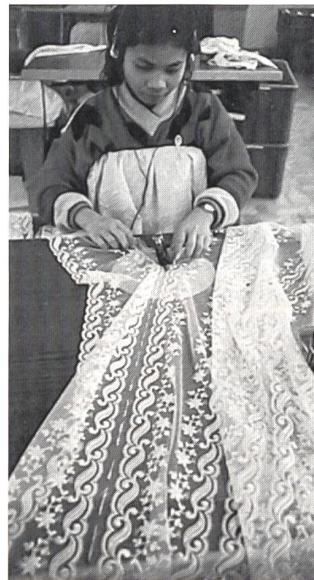
Il y a toutefois longtemps que les exportateurs de broderies de Suisse orientale ne sont plus les rois incontestés du marché international. Pratiquement chaque pays a une production indigène et, de plus, l'offre de broderies à la main des pays sous-développés est avantageuse. Globalement, la concurrence pour les saint-gallois se présente comme suit:

- Sur le marché européen, le plus important pour les exportateurs de broderies de Suisse orientale, les brodeurs du Vorarlberg, Outre-Rhin, sont les concurrents les plus forts. Jusque dans les années trente de ce siècle, les échanges entre les deux régions ont été intenses. De nos jours, il s'agit d'une concurrence commune, où la Suisse orientale discerne son avantage dans la création et la qualité.

- Dans le contexte de la globalisation du marché européen, la concurrence de producteurs français, italiens et espagnols est de plus en plus sensible pour la Suisse, tout au moins dans certains segments du marché.

- En plus de la concurrence de ces différents fournisseurs, celle de l'Extrême-Orient, véritable épée de Damoclès, tente de pénétrer les marchés par l'argument des prix. Mais la concurrence stimule. L'attitude des saint-gallois à l'égard de leurs concurrents internationaux – et suisses – est empreinte de dualité. Dans un marché étroit chacun est un adversaire de l'autre. Que se passerait-il à St-Gall s'il ne restait qu'une poignée d'exportateurs de broderies? La conséquence inévitable serait que toute la place en pâtirait. On peut estimer qu'il en irait de même dans le cas de la concurrence étrangère. L'importance de l'offre accroît l'intérêt pour une marchandise et donc pour un produit textile qui

doit lutter contre d'autres produits textiles: dentelles, impressions et autres, selon la mode. Le marché de la broderie ne connaît plus qu'une expansion ponctuelle. Une tendance peut provoquer un boom de la broderie dans une catégorie d'articles ou parfois le contraire. Quoi qu'il en soit, le nombre de points d'une commande passée à un brodeur fait défaut à un autre brodeur. Ce n'est pas une situation très amusante, mais la Suisse orientale a l'habitude d'y faire face. Couvrir tous les champs d'utilisation de la broderie, tel est le concept des exportateurs saint-



gallois. Une large division des risques est vitale. Un passé récent a vu s'effectuer le passage de l'allover à l'entre-deux et le boom des motifs. Si les gens de Suisse orientale n'avaient pas été présents dans ce marché suffisamment tôt, leur exclusion eût été définitive. Et qu'en serait-il d'un fabricant qui autrefois aurait imprudemment voué trop d'importance au marché, actuellement baissier, des mouchoirs brodés? Le concept consiste à se maintenir sur tous les plans, à continuer de vouer toute l'attention nécessaire à des catégories d'articles moins florissants, aux cols brodés par

exemple. En outre, de nombreux exportateurs se sont adjoints un second pilier: une diversification dans les groupes de produits et d'articles générateurs d'effets de synergie, des coordonnées, quelque chose de différent en concordance avec l'offre usuelle.

Dans le passé, l'évolution des marchés par régions s'est révélée aussi capricieuse que les faveurs de la mode. L'Europe était et reste le principal marché pour la broderie de St-Gall; autrefois c'étaient les Etats-Unis. Mais on a connu aussi le boom du Nigéria, dont l'évocation fait encore briller les yeux des brodeurs. Il y eut encore l'essor des marchés arabes, dont on ne peut que rêver actuellement. L'Amérique du Sud, un marché considérable autrefois, est actuellement déprimée en raison de la réglementation des importations. D'où l'importance d'une présence mondiale, même sur des marchés qui semblent momentanément moins profitables.

Et les marchés d'avenir? Les pays du Golfe, lorsque leur redressement sera effectif. L'Amérique du Sud, quand les dispositions en matière d'importations seront de nouveau allégées. L'Extrême-Orient où, en dehors du Japon, d'innombrables habitants de pays nouvellement industrialisés et de pays en voie de développement aimeraient depuis toujours s'offrir de belles broderies. Toute l'Europe de l'Est, qui pourrait aussi s'ouvrir petit à petit à l'offre de la broderie de Suisse orientale. Il y a encore tellement d'humains à travers le monde qui ne peuvent que rêver de belles choses. Autant de rêves qui pourront devenir réalités, quand l'environnement économique et le revenu des individus dans ces régions s'amélioreront. Relevons encore qu'une moitié du genre humain n'est pas encore particulièrement acquise à l'idée de la broderie: les hommes. On peut trouver cette hypothèse hasardeuse et ridicule. Mais attention, la mode masculine

a imposé récemment dans différents domaines des réalisations tellement inconcevables il y a vingt ans encore.

Lorsqu'on tente d'explorer l'image de la broderie auprès du consommateur moderne, c'est le terme «luxe» qui prédomine. Cela correspond surtout, si l'on se rappelle que de nombreuses créations de broderie débutent dans la Couture avant de transparaître dans le Prêt-à-porter à la mode de masse; il est évident que cette évolution résulte de la démocratisation de la technique de la broderie due à la machine.

La broderie représente une des formes de réalisation textile des plus multiples et variées. Il est littéralement possible d'y exprimer n'importe quelle tendance – de celle relativement avantageuse à la plus coûteuse. Les collections des exportateurs saint-gallois sont conçues pour le monde entier: pour le goût européen qui nous est familier, pour les USA avec leur penchant pour le style nonchalant, avec des dessins, des structures et des teintes plus marquants destinés au Japon et sa prédilection pour les traditions, mais également pour le goût arabe et africain, spectaculaire et original dans les associations de couleurs.

Le sort de la broderie dépend aussi – cela va sans dire – de la mode, de ses fluctuations régulières allant de la confection «riche» au vêtement plus stylisé et puriste. L'alternance comporte une interdépendance qui assortit des dessous plus riches au vêtement «plus simple» d'aspect. Le volume des affaires dépend aussi du besoin de changement du consommateur, qui tantôt recherche la nouveauté à tout prix, tantôt se lasse de trop de broderie, y renonce pour y revenir plus tard. Depuis peu la mode ne connaît plus les volte-face d'antan, le «commandement» absolu. De nos jours tout est possible dans la mode et tout se côtoie. Cette situation offre à la

Pourquoi acheter à St-Gall?

Pourquoi acheter chez vous? Question élémentaire, certes, mais en même temps la plus complexe qui puisse être posée à un fabricant. Aucune réponse simple à cela. Dans le contexte de la concurrence mondiale, le profil d'un fabricant ou d'un lieu de production est toujours un mélange complexe de faits et d'arguments. Nous avons tenté de les définir lors d'entretiens avec les principaux exportateurs de broderies de Suisse orientale. Tous les efforts ont pour but de donner aux saint-gallois l'image des «fabricants de confiance» sur le marché mondial. Les arguments suivants ont été avancés à maintes reprises au cours de ces entretiens:

- 1) Dans ce segment haut de gamme du marché, St-Gall est le centre d'exportation de broderies fines le plus important du monde.
- 2) St-Gall revendique la première place pour la créativité et la mode. De nombreux exportateurs de Suisse orientale entretiennent des contacts suivis avec les créateurs et les stylistes les plus en vue au plan international; l'essence de ces créations collectives est «démocratisée» afin de satisfaire à une offre élargie.
- 3) Les exportateurs de Suisse orientale insistent sur l'avantage de leur situation géographique au carrefour des centres de la mode

broderie davantage de chances durables – surtout si l'on retient qu'elle a dépouillé depuis longtemps son image traditionnelle pour aborder les vastes possibilités du dessin moderne.

Nul ne peut prétendre que la génération des porteurs de «baskets» ne sait que faire de la broderie. Partout, les jeunes acceptent la broderie sur les T-shirts, blouses, chemises et toutes sortes de vêtements.

Certes, l'avenir de la broderie de St-Gall ne se trouve pas dans la grande

européenne – entre Milan/Rome et Paris, peut-être même Berlin dans un proche avenir.

4) Les brodeurs saint-gallois tiennent à rester en tête pour leurs facultés concernant leur flexibilité. Les éléments suivants sont à leur avantage: une majorité de petites entreprises et d'unités de production, la coopération entre exportateurs et créateurs de collections d'une part et, d'autre part, les brodeurs à façon; de plus, la très bonne infrastructure pour tout ce qui se rapporte à la broderie.

5) A l'avenir, la qualité du service devra dessiner plus nettement encore le profil des brodeurs saint-gallois: collaboration étroite, conception en accord avec les clients.

6) Les exportateurs de broderies de Suisse orientale portent l'attention sur la modernité du parc des machines qu'ils utilisent – à la pointe de la technologie, non seulement dans la production proprement dite mais également dans les phases préliminaires. Ces conditions sont sensées compenser les inconvénients de la situation géographique.

Au cours de nos entretiens nous n'avons pas constaté de sous-estimation présomptueuse de la concurrence, mais bien l'attitude déterminée des brodeurs saint-gallois: quoi qu'il arrive – we try harder!

masse des consommateurs; le sens de la qualité et de la beauté a toujours été le privilège d'une minorité riche ou aisée. Cela n'est pas à considérer comme inconvénient face au potentiel considérable des marchés internationaux.

Historique

La broderie en Suisse a une tradition riche et ancienne que l'on peut voir illustrée dans une exposition au Musée des textiles à St-Gall, à l'occasion du sept-centième anniversaire de la Confédération.



Le premier grand essor remonte à plus de 200 ans. Autrefois, dit-on, des exportateurs saint-gallois perspicaces auraient vu à Lyon des femmes turques occupées à broder de fines soieries. Ils eurent alors l'idée de faire broder de fines cotonnades. Et cette idée leur vint au bon moment. L'introduction des fils mécaniques anglais posait de sérieux problèmes aux tissages manuels suisses. En 1773 on dénombrait quelque 6000 brodeuses en Suisse orientale et dans le Vorarlberg, en 1790 elles étaient entre 30'000 et 40'000 à travailler pour les exportateurs saint-gallois. Avant la première guerre mondiale, environ 100'000 ouvrières travaillaient dans la broderie en Suisse, une industrie qui dès 1880 s'était révélée être une des premières sur le plan de la croissance. La prospérité de l'ère des pionniers ainsi qu'une mode prodigue de broderies étaient à l'origine de cette réussite. L'entre-deux-guerres fut une époque tumultueuse pour les brodeurs de

Suisse orientale. 1919 fut toutefois l'année du record absolu, plus jamais atteint depuis. Communisme en Russie, appauvrissement en Allemagne et démantèlement de l'ancienne monarchie danubienne provoquèrent bientôt un recul de la demande. Vint s'ajouter un changement de la mode qui ne laissait que peu de place à la broderie. La crise économique mondiale affecta particulièrement l'industrie de la broderie. En 1920, les cantons voués à la broderie comptaient encore 12% de la population occupée dans la broderie et les industries annexes, un tiers environ de la population de Suisse orientale en dépendait. La crise provoqua une diminution de 95% du nombre des travailleurs de la broderie et de 90% dans l'industrie des machines. Chômage, misère et émigration en furent les conséquences. C'est en 1937 seulement que la broderie de Suisse vit les affaires reprendre petit à petit. Ce n'est pourtant que dans les années suivant la Seconde Guerre mondiale qu'il y eut un réel essor, avec des pointes de 1962 à 1969, ainsi qu'une nouvelle hausse vers la fin des années 70 et au début des années 80. Ensuite, les chiffres d'affaires de la broderie de Suisse orientale ont à nouveau régressé en quantité; les exportations, elles, n'ont cessé cependant d'augmenter en valeur.

Centre Suisse orientale

Au début, la broderie était encore répandue dans d'autres cantons de Suisse. Plus tard, lorsque le tissage de la soie fut introduit à Zurich et l'impression de draperies à Glaris, la Suisse orientale devint le centre de la broderie. Les exportateurs de broderies de St-Gall donnèrent le ton dès le début: ils utilisaient les sources de production chez eux et dans les cantons voisins et, jusque dans les années trente, s'approvisionnaient également dans le Vorarlberg. Actuellement, la broderie est une industrie régionale

de Suisse orientale. Des machines à broder sont actives dans les cantons de St-Gall, d'Appenzell et de Thurgovie. Le canton de St-Gall compte un pourcentage plus élevé d'employés que de machines à broder. La raison en est la concentration des exportateurs en ville de St-Gall et dans les environs, avec leurs équipes de créateurs et de commerçants. St-Gall est également le siège de l'Ecole professionnelle pour la création textile, des écoles professionnelles de la broderie, également de l'Union suisse des exportateurs de broderies, de l'Union suisse des fabricants de broderies ainsi que d'autres organisations ayant trait à la broderie.

La technologie

La broderie était initialement axée exclusivement sur le travail manuel. Le premier pas vers la mécanisation fut la machine à broder manuelle créée à Mulhouse par Joshua Heilmann en 1829 et plus largement diffusée au début des années cinquante du siècle dernier. L'entraînement et la commande exigeaient de bons muscles. C'est ainsi que les brodeuses furent peu à peu remplacées par des hommes et que s'opéra le transfert vers la production industrielle. L'étape suivante est due à Isaak Gröbli qui inventa en 1863 à Uzwil la première machine à navette, laquelle représenta, dès 1890, une sérieuse concurrence pour la machine à broder manuelle. Au début de notre siècle apparurent les premiers automates à navettes; l'entraînement et la commande étaient mécaniques. En 1913, on enregistrait en Suisse le parc de machines à broder le plus important avec 22'000 unités. Vers le milieu des années 70, Saurer lança sur le marché une nouvelle machine à broder beaucoup plus performante, suivie, elle, vers la fin des années quatre-vingt d'un nouveau type de machine encore perfectionnée. Dès lors, compte tenu du montant des investissements exigés, la broderie

devint une industrie nécessitant d'importants capitaux.

D'importantes innovations technologiques ont été réalisées au niveau des opérations qui précèdent la broderie proprement dite. Le dessin de la broderie manuelle était encore apposé directement sur le tissu. La machine à broder manuelle exigeait déjà un dessin technique comme base de la commande; le métier de dessinateur technique en broderie était né. Parallèlement naissait, avec l'influence croissante de la mode, la profession de créateur de broderies. Actuellement, le dessin du motif (CAD) est enregistré par ordinateur, parfois même introduit directement dans la machine à broder. On étudie actuellement à St-Gall l'automatisation plus poussée encore.

La division du travail

Dès le début, la broderie de Suisse orientale a travaillé presque exclusivement pour l'exportation.

représente environ un tiers de la totalité du parc de machines. En principe, la division traditionnelle du travail est encore en vigueur:

- L'exportateur est une organisation de vente, il acquiert en même temps le projet et le dessin, c'est-à-dire qu'il compose la collection et se procure en outre les fonds de broderie.
- Le «fabricant» ou brodeur à façon, soit «propriétaire de fabrique» avec plusieurs machines à broder, soit brodeur individuel (avec un ou deux équipements) est responsable de la production en régie. La base de sa rémunération se compte au nombre de points.
- Entre l'exportateur et le fabricant il y a un intermédiaire qui transmet à prix fixes le travail de l'exportateur aux brodeurs à façon et qui contrôle également le produit.
- Selon le cas, la marchandise passera encore au finissage chez un ou plusieurs spécialistes.



Al'époque de la broderie manuelle cela impliquait déjà une répartition du travail entre la brodeuse et l'exportateur qui revendait le produit. Les premières fabriques de broderies datent de l'introduction de la machine à broder manuelle; elles éliminèrent passagèrement la séparation entre la fabrication et la vente. Il existe actuellement à St-Gall et dans les environs des formes très variées d'entreprises mixtes: des exportateurs qui sont de purs convertisseurs, mais aussi des exportateurs qui fabriquent une partie des produits qu'ils vendent. La part des machines appartenant aux exportateurs de Suisse orientale

Les exportations

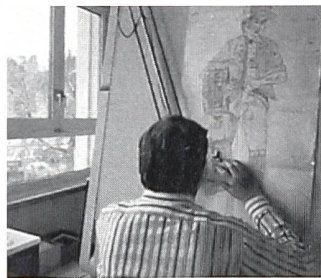
Les exportations ont de toute époque décidé de l'existence de l'industrie de la broderie en Suisse orientale. Initialement, les Etats-Unis (un tiers de la production) et l'Angleterre (un quart) étaient les principaux acheteurs de broderies de St-Gall. En 1990, où les exportations avaient augmenté d'environ 10,1% en moyenne, l'Italie, l'Allemagne, la France et l'Angleterre étaient de loin les plus importants pays acheteurs, suivis par l'Autriche et le Japon. Plus de 80% des exportations se concentraient sur l'Europe, d'où elles étaient réexportées dans une importante mesure vers les pays

d'Outre-mer, par l'industrie de la confection. L'Asie, avec 13,2% du chiffre d'affaires, se situe au second rang des régions de consommation directe, suivie de l'Amérique du Nord et du Sud (2,8%), de l'Afrique (1,5%) et de l'Australie (1,2%).

Les chiffres et les dates

Les exportations de broderies de Suisse orientale atteignaient 251 millions de francs suisses (plus de 10,1) en 1990. Cela représente une augmentation quantitative de 3,4% et de 6,5% en ce qui concerne la valeur. Les exportations de broderies à la pièce, en bandes ou en motifs se chiffrent à 231,9 millions de francs. 33% concernent les motifs, 40,1% les entre-deux et les galons, 26,9% les allovers.

Les exportations de nappages et rideaux ont augmenté de 18% en 1990 pour les broderies au point de chaîne, elles ont diminué de 5,7% pour le point lancé. Les exportations de mouchoirs brodés ont régressé de



7% par rapport à l'année précédente. Le parc de machines de l'industrie de la broderie de Suisse orientale comprenait en 1990 541 machines au total, dont 503 automates et 38 pantomates. Le nombre de machines appartenant aux exportateurs (60 entreprises) était de 176 unités, celui des machines de fabricants (broderie à façon) de 365.

Pages 90-101

DESSOUS FLATTEURS ET ORNEMENTS SEDUISANTS

Au début de ce siècle déjà, un périodique luxueux était exclusivement consacré à ces mystérieux vêtements: «Les Dessous Élégants», Journal du Corset et du Jupou, Paris. Tout ce qui se cache sous la toilette visible a, depuis toujours, eu cet effet séducteur et générateur de toutes les fantaisies. La mode n'y échappe guère — preuve en est l'évolution de la lingerie au fil du temps.

Moyen de séduction féminin par excellence, la lingerie n'a cessé d'inspirer les stylistes de renom et leur désir de souligner le jeu de l'érotisme par le biais de la mode et de ses attributs. Les élèves de l'école de mode parisienne Esmod ont été sensibles à leur tour au charme des dessous: le Centre publicitaire de Textiles Suisses leur a demandé de créer des modèles de lingerie comportant de la broderie de St-Gall et d'animer de la sorte la confection en suggérant de nouvelles manières d'utiliser des garnitures et des tissus brodés.

A la sobriété de mise actuellement, la mode oppose charme et séduction, la lingerie joue la note romantique et foisonne d'éléments décoratifs, sans oublier la touche rétro. Les jeunes femmes redécouvrent les petticoats, jarretelles, camisoles et bustiers. On idéalise les lignes du corps avec des bodies moulants tels une seconde peau, leggings et jumpsuits hésitent entre la lingerie et le vêtement «au grand jour» et mêlent sans complexes dessous et dessus.

La lingerie exprime clairement l'esprit actuel, elle s'empare des dernières tendances pour les traduire en autant d'éléments à fleur de peau. De nouvelles matières attisent la

créativité et une foule de broderies ouvrent des voies inconventionnelles dans les formes et les couleurs, favorisant une expression nouvelle dans les dessins et les ornements fantaisie, des solutions toujours pleines de surprises et un style de lingerie fine actuel des plus plaisants.

Pages 106-111

LE FIN DU FIN TISSUS SPÉCIAUX POUR CHEMISES

Le savoir-faire suisse est manifeste dans de nombreux produits. L'un d'eux est le tissu de coton fin pour chemises. Simple reliquat historique ou adéquation au niveau actuel de la concurrence? Actuellement, nombreux sont à travers le monde ceux qui peuvent produire des filés fins ou, pour le moins, en acheter et les tisser. Même les producteurs suisses reconnaissent ouvertement que la concurrence extérieure a regagné du terrain. Produit largement anonyme, un tissu de chemise devrait être aisément remplacé par un autre, semble-t-il. Et pourtant, des confectionneurs de chemises, des grossistes et des chemisiers sur mesure du monde entier restent fidèles à leurs fournisseurs suisses. Et ces derniers continuent à travailler avec succès au plan international, mises à part les fluctuations conjoncturelles. Pourquoi? Parce que les fabricants suisses offrent une production fiable et de haute qualité à maints égards, assurent un service digne de ce nom et proposent des spécialités que l'on ne trouve guère ailleurs. La prédominance des tissus suisses est particulièrement manifeste dans les créneaux spéciaux du marché.

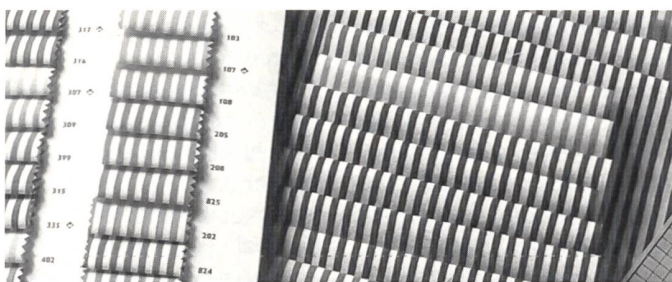
Comme il est usuel en Suisse, les producteurs de tissus pour chemises ne représentent nullement un

secteur professionnel homogène. Le statu quo dans cette industrie, la survie et la réussite des entreprises ne résultent pas d'une conjoncture générale de la branche, mais de celle de maisons déterminées. C'est le fruit du succès et de la chance des plus qualifiés. De ce fait, la structure des fournisseurs, celle notamment des entreprises qui prospectent le marché avec leur propre collection et sous leur propre nom est restreinte, mais aussi très diversifiée. Des entreprises minuscules restent performantes ainsi que d'autres de moyenne importance; une grande entreprise en fait partie. Dans une certaine mesure, toutes ont en commun les caractéristiques suivantes:

- Elles ont une activité internationale intense (même les plus petites), résolument axée sur l'exportation et ce, avec une large division des risques, c'est-à-dire répartition par pays.
 - Elles bénéficient, dans une mesure variable, des prestations accrues de l'infrastructure textile suisse, de la proximité de filatures réputées internationalement, de la collaboration de tissages et d'ateliers de finissage à façon.
 - Elles se démarquent de la concurrence en spécialistes qui opèrent dans des créneaux particuliers du marché, qui seraient non rentables pour de grandes entreprises, en offrant des prestations qualitatives d'un niveau que l'on ne trouve guère ailleurs, en mettant encore au point des spécialités qui, bien qu'elles ne révolutionnent pas le marché mondial, permettent de vivre confortablement. Elles proposent en outre cette rare conjonction de la qualité et de la mode, cette parcelle de valeur ajoutée qui permettent de s'imposer internationalement même face à des géants.
- La recette du succès est un faisceau de prestations très complexe, mais toujours axé sur la qualité et la

spécialisation. Finalement, c'est une conséquence de la situation économique traditionnelle de la Suisse: «Nous avons toujours dû fabriquer des produits spéciaux et de haute qualité pour nous implanter sur les marchés mondiaux».

Il y a interdépendance entre les uns et les autres: le même principe concerne les tissages, la base du tissu étant le fil que ceux-ci se procurent dans les meilleures filatures suisses pour obtenir des qualités supérieures, plus fines, souvent même exclusives, que de nombreux tissages mettent au point en collaboration avec les filatures. En Suisse, la main-d'œuvre étant chère et limitée, mais les capitaux plus avantageux (aujourd'hui encore) que partout ailleurs, les tissages de tissus pour chemises ont dû adopter très tôt la technologie moderne, souvent dans le sens de l'automatisation. Cette mesure, concrétisée en étroite collaboration avec l'industrie suisse des machines textiles a conduit à une efficacité accrue, à une modération des coûts élevés de production, ainsi qu'à une production de qualité excellente et régulière. Par ailleurs, la société suisse étant tout sauf homogène, mais bien un mélange d'individus et de cultures, mentalités et caractères différents, il en résulte



une créativité qui, bien qu'elle ne soit pas au sommet absolu, ne se situe pas moins au niveau supérieur du goût cosmopolite. Il faut aussi relever que les petites et moyennes entreprises sont dirigées par des esprits individualistes qui restent toutefois parfaitement

capables de coopérer avec d'autres individualistes.

L'image de la production suisse de tissus fins pour chemises exprime l'histoire d'un succès assez récent, car le produit lui-même est relativement nouveau. Il y a un peu plus de cent ans que la chemise a commencé à élargir son rôle de simple pièce de lingerie, à s'émanciper, à s'élever dans la hiérarchie de la garde-robe, à se mettre à la mode.

C'est là la raison pour laquelle les tissus suisses n'ont pu se mettre en évidence qu'au cours de la première moitié de ce siècle: popeline fine, batiste, voile — autant de qualités dont la fabrication posait à l'époque des problèmes difficilement imaginables de nos jours. Stoffels, dont il faut honorer la mémoire, a fait œuvre de pionnier pour établir internationalement l'image des tissus suisses pour chemises.

Müller Seon a posé de nouveaux jalons avec ses popelines fines (et continue de le faire). Quant aux qualités d'Alumo, elles ont représenté et représentent encore pour les moulineurs le critère de la plus extrême finesse dans les tissus pour chemises. Que «Swiss Cotton», le label de qualité pour les tissus de coton et particulièrement ceux pour

chemises, bénéficie d'un grand prestige et soit promotionnel pour la vente ne doit rien au hasard. Sinon il ne serait pas utilisé aussi fréquemment dans les vitrines du monde entier, sur des présentoirs ou des étiquettes de produits manufacturés. Il n'est toutefois

guère possible de résumer en un seul mot l'avance des tissages suisses de tissus pour chemises sur leurs concurrents. Dans la compétition internationale, il y a longtemps qu'elle n'est plus axée uniformément sur le produit et qu'elle présente de multiples facettes:

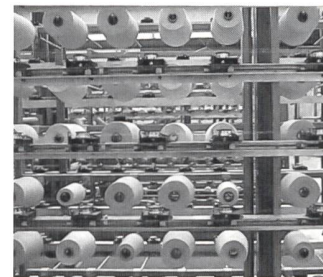
- La finesse et la régularité des tissus demeure un argument important.
- Dans le finissage des tissus, les Suisses peuvent en tous cas se mesurer à leurs concurrents, même les meilleurs.
- Concernant la souplesse, en fait tout ce qui se rapporte au service à la clientèle (y compris la tenue des stocks), les Suisses s'efforcent d'avoir une longueur d'avance.
- Ils sont manifestement compétents dans le domaine de la mode, dans chaque cas où celle-ci est déterminante pour le concept de l'offre.
- Le terme exclusif, au sens le plus strict, distingue effectivement certaines qualités; seuls quelques rares producteurs à travers le monde peuvent à la rigueur proposer quelque chose de comparable.
- Dans l'argumentation «bio» ou «écologique», les Suisses ont probablement de l'avance: non seulement dans une production plus respectueuse de l'environnement, mais aussi au finissage et dans les matières et produits chimiques (dont certaines particulières restent dans l'étoffe) — nous pensons par exemple au formaldéhyde ou autres substances devenues douteuses entretemps. Les problèmes des spécialistes suisses de la chemiserie — pour autant que l'on puisse leur trouver un dénominateur commun, eu égard à la diversité des concepts d'entreprise — sont plutôt du domaine suivant:
- L'évolution de la chemise vers un produit axé à l'extrême sur la mode a pour corollaire une

diminution rapide des exigences qualitatives dans de nombreux segments du marché. Dans une partie du marché, la chemise est devenue un article mode soumis à de rapides changements.

• Cette poussée de la mode a pratiquement inversé la fonction de «trendsetter» dans le marché de la chemise: autrefois les confectionneurs du haut de gamme aimaient les fournisseurs d'articles avantageux; aujourd'hui c'est presque le contraire.

• Les conditions générales en Suisse, devenues récemment moins favorables (inflation, intérêts, etc.) alourdissent les coûts. D'autre part c'est un stimulant, une incitation à offrir quelque chose de particulier, d'incomparable.

Les fournisseurs suisses de tissus pour chemises savent, bien sûr, que leur marketing ne doit pas se limiter aux «valeurs intrinsèques» de leurs produits, mais doit transmettre ce message. Travailler



consciencieusement et savoir en parler! Ceci de manière à ce que la communication atteigne en tout cas le confectionneur, si possible le vendeur au niveau du détaillant et même le consommateur. Le marketing et une meilleure communication aux différents stades sont les objectifs les plus importants en vue desquels les fabricants suisses de tissus pour chemises investissent. Pour un fabricant qui ne livre finalement que le tissu destiné au produit fini, la tâche n'est pas du tout aisée: eu égard au besoin qu'éprouvent les confectionneurs de se mettre en évidence, c'est même parfois un

problème fort délicat. Surtout que l'apposition d'une marque ou le marquage (du tissu aussi) comporte toujours le danger que l'étiquette n'aille pas jusqu'au partenaire visé, mais soit utilisée par ceux qui «ont besoin» de renforcer leur image. Il n'en reste pas moins que l'indication «Tissu suisse pour chemises» au niveau du confectionneur, du détaillant et, mieux encore, du consommateur sensible à la qualité, reste un excellent argument de vente.



Albrecht + Morgen SA, Alumo, Herisau

Ultra-délicat!

Finest Swiss Cotton! C'est ce que mentionnent les prospectus de cette firme. Et sans exagération aucune. Alumo est spécialisée dans les tissus mercerisés les plus fins, «Duecento» entre autres qualités, réalisé dans le fil le plus fin Ne 200/2, ce qui la hisse aux limites du réalisable, aussi sur le plan de la commercialisation. Seulement quelques rares filatures de tissus pour chemises dans le monde peuvent assurer un tel niveau de qualité. Exemple étendard pour d'autres tissus de coton parmi les plus fins, cette qualité convient en particulier pour la batiste et le voile. Les fils hors du commun ont été mis au point d'entente avec les filatures suisses les plus réputées. Le finissage se fait également dans la maison-même. Les aspects «bio» et, de manière générale le principe du «moins de chimie possible» y jouent un rôle important. La distribution couvre le monde entier; l'Europe mise à part, les principaux acheteurs se trouvent aux Etats-Unis, au Japon, au Moyen-Orient et en Amérique du Sud, ils comprennent des maisons de confection et des ateliers de sur mesure des plus en vue.

Eugster + Huber Textil SA, Gossau

Le spécialiste du blanc.

Le concept de ce fabricant de tissu pour chemises est très simple – il suffisait d'y penser et de le réaliser de façon conséquente. L'entreprise est spécialisée dans le blanc et parallèlement dans les chemises/blouses habillées, ce dès le début avec succès. Dans ce volet de l'offre («non rentable pour les grands») il est proposé un choix de 300 dessins, dont environ 40 renouvelés chaque année. Unis lisses, dessins ratière et jacquard, fils coupés, broderie allover ou de plastron, plis tissés, dans toutes les qualités imaginables à commencer par

l'organdi le plus éthéré, le voile et la batiste. L'entreprise se limite à son rôle de convertir; la production passe par les différents spécialistes en Suisse. On investit dans la créativité, la qualité – et le prix. Peu de frais généraux, pas de palette de coloris, pas de frais d'échantillonnage. En lieu et place, la présence dans les Foires et 25 représentants dans le monde entier. Exportation: 95 pourcent – en Europe et jusqu'en Extrême-Orient.

Hausamann + Moos, Weisslingen

Coton et laine.

L'entreprise, comme Alumo, fait partie du groupe Walser et sa collection rejoint les qualités de pointe des marchés plus larges. L'accent est mis sur les articles essentiellement haut de gamme et luxueux. Nombreuses sont les spécialités, parmi lesquelles par exemple les rayures de satin, les tissus luxueux pour le sport (spécialité: les carreaux), ainsi que la marque «Lanella», déposée depuis 1936, mélange laine et coton. La collection comporte des tissus pour chemises sport et ville, ainsi que des chemises sport plus spécialement axées sur la mode. Elle est presque entièrement destinée à l'exportation – en Europe d'abord, mais diffusée également aux Etats-Unis et au Japon. En plus des tissus de chemises, l'entreprise propose des tissus pour les blouses, la confection féminine et pour d'autres types de confection. Un concept d'entreprise prévoit à l'avenir d'accentuer encore la tendance mode et d'intensifier les mesures de marketing.

Müller Seon, Seon

La créativité en majuscules.

Il s'agit du plus important fabricant suisse de tissus pour chemises et du plus connu, avec une cote d'exportation très élevée. Le succès de Müller Seon repose sur deux supports: d'un côté une créativité

très poussée et dans laquelle l'entreprise consent les investissements requis, de l'autre côté une production ultra-moderne (tissage, finissage), aussi performante que respectueuse de l'environnement; de cette conjonction résulte un rapport qualité/prix remarquable. L'essentiel consiste en tissus pour chemises de différentes densités, popeline fine, batiste, seersucker tissé. L'offre comporte en outre des tissus destinés aux blouses et à la confection, ce dernier volet devant être élargi régulièrement. Müller Seon travaille en collaboration avec des fabricants chemisiers de mode haut de gamme dans le monde entier, ainsi qu'avec des stylistes de renom international. Chaque année on attend ses nouveautés mode, ses impulsions que seule une équipe de créateurs, innovateurs de haut niveau, est en mesure de présenter.

Stotz + Cie, Zurich

Fibre naturelle sans repassage.

Cette entreprise occupe également un créneau du marché bien défini: «Souplesse», un finish «sans repassage» sur des tissus de coton pur. Le procédé offre d'excellents arguments de vente: fibre naturelle sans mélange, toucher doux, excellent défroissement au contact du corps, grande résistance à l'usure et une teneur en formaldéhyde en dessous des normes MITI. Cette spécialité d'un aspect essentiellement «technique» est diffusée dans une trentaine de pays (Europe, Amérique du Sud, Extrême-Orient). L'entreprise exerce une activité de convertir, elle fournit le tissu de base et, en sa qualité de détentrice du know-how, elle fait exécuter le finissage par des spécialistes. Le second volet (dans le secteur chemises/blouses) est une collection mode: jacquards, imprimés, tissés multicolores, unis. La maison détient aussi la licence «Etacol» (renforts) et couvre donc le secteur chemises.

Pages 112-123

UNE CHEMISE EST UNE CHEMISE, N'EST QU'UNE CHEMISE...

... et bien plus que cela. La mode s'en est mêlée. Et les stylistes ont pris goût à cet élément classique de la garde-robe masculine, assimilé jusque là à une simple pièce de lingerie, puisque discrètement dissimulée sous le veston; ils lui ont donné une existence propre, autonome. De fil en aiguille, il n'y a plus de styliste dans le vent qui ne porte autant d'intérêt à la chemise qu'au reste du vêtement et aucun ne considère plus l'habillement complet comme une entité stylistique.

Chaque fois que la créativité s'empare d'un thème, le balancier s'emballa: après l'indifférence, le rôle de vedette. Il n'existe guère de tissu mode que l'on puisse exclure de la confection de chemises (seules conditions: la matière et le poids requis). Imprimés marquants en couleurs Pucci, importantes fleurs ou emprunts aux peintres expressionnistes réalisés sur de la soie, importants jacquards, «ethnos» et bordures décoratives voisinent avec d'intéressantes structures unies «aspect naturel» ou avec des effets chintz ou métallisés.

Notre sujet cependant est ailleurs. Il ne s'agit pas de la chemise qui partout se met en évidence et ne supporte guère un veston, désireuse de s'imposer comme vêtement autonome. Il est plutôt question d'idées de nouveaux tissus émanant des spécialistes chemisiers — tissus pour la ville, de la batiste la plus aérée à la popeline au toucher soyeux; pour le sport, de l'aspect changeant et fluide au seersucker rayé ou quadrillé. Il est question également de la chemise blanche, thème qui revient à la mode, même



pour le jour, tout en présentant des qualités différentes du classique, telles que d'intéressants piqués, des rayures raffinées dans la chaîne ou des plis tissés qui deviennent entre-deux.

Même si l'aspect mode demeure limité quant aux choix des tissus — en général des cotonnades fines — et celui des dessins axés essentiellement sur les motifs types de chemises et les unis, il n'en reste pas moins qu'aucune chemise ne ressemble à une autre. Deux stylistes qui s'adonnent totalement à la mode masculine ont recherché des idées inédites et créé d'innombrables variantes dans les coupes et les détails, empreintes de discrétion ou d'extravagance. Ils prennent des libertés en ce qui concerne les cols classiques par exemple, usent de l'asymétrie dans les lignes ou l'ornementation pour expérimenter sans idées préconçues un rajeunissement intéressant du style de la chemise.

Pages 26/27

LE GROUPE SAURER, MACHINES TEXTILES ET US — MELCO PETITES MACHINES À BRODER À COMMANDE EDP

Lorsque le directeur du groupe Machines textiles Saurer USA apprit la vente prévue de Melco Industries Inc. à Denver, les délégués de la maison mère se rendirent rapidement sur place et — selon le vice-président de Melco Larry Pearson — se déclarèrent «rather impressed». Les négociations durèrent toutefois environ une année, jusqu'à ce que Saurer devienne propriétaire de Melco dont le siège européen fut installé — début 1991 — à Arbon au bord du lac de Constance, qui est désormais la base du réseau de vente et de service de ses petites machines à broder automatiques commandées par ordinateur.

Saurer construit depuis des décennies de grosses machines à broder automatiques; celles-ci, de 5 à 20 yards et d'une capacité allant

jusqu'à 230 points à la minute, comptent parmi les fleurons de la mécanique de précision. La maison américaine nouvellement acquise Melco Industries Inc. fabrique en comparaison des machines miniature. L'entreprise précise cependant dans un complément à sa raison sociale, qu'elle abordait d'une autre direction la construction de machines à broder automatiques: «Computerized Embroidery & Digitizing Systems». Cette évolution chez Melco a pour point de départ les systèmes à frappes des brodeuses automatiques. «Un jour, un client nous a demandé une machine automatique de petites dimensions, un «Verifying-System», qui transpose les données de l'ordinateur.» La raison d'une telle commande est évidente: faire tourner de grandes machines uniquement pour des essais est non rentable. C'est ainsi que Melco — à l'origine spécialisée dans les systèmes de commande et l'électronique — se lança dans la construction de petits automates à tisser, présentés pour la première fois en 1980.

Développement fulgurant: 8000 systèmes installés

Depuis, la palette s'étend de la machine simple de 15 kilos seulement (donc aisément transportable) d'un prix d'environ 8000 francs, à une aiguille (EP1), à l'automatique de 16 aiguilles (EMC6) avec quatre têtes à broder (EMC6/4). De plus, Melco fabrique la seule machine à chenille à une tête informatisée et passage d'une technique à une autre sans couture, 26 chas et d'une capacité jusqu'à 750 points/minute. Elle brode non seulement à plat (jusqu'à 40 x 28 cm), mais également sur cylindre et les fonds peuvent même être en cuir.

Entre-temps la maison américaine, après une croissance exceptionnelle l'année dernière, couvre près de 50 pour cent du marché, ce qui la hisse à la première place. En 1990,

l'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 36 millions de dollars avec 250 personnes. 8000 systèmes sont déjà installés dans le monde entier. 2000 machines environ sont produites annuellement à Denver et les exportations, qui se montaient dernièrement à 20 pour cent, devraient atteindre 50 pour cent dans les cinq années à venir. «L'Europe dispose encore d'un important potentiel de marché inexploité» déclare Maurizio Gásperi, directeur des ventes et du marketing de Melco Europe auprès de Saurer à Arbon. C'est de là que de nouvelles représentations et ateliers d'entretien seront créés en Europe de l'Est, URSS inclus, au Proche- et Moyen-Orient, ainsi qu'en Afrique. Par ses expériences antérieures recueillies en Europe (l'entreprise est présente depuis bientôt 10 ans en Angleterre et en France), Larry Pearson, vice-président de Melco, sait à quel point les exigences des marchés diffèrent d'une région à une autre et de celles des Etats-Unis, «cependant nos systèmes se distinguent par leur diversité et l'étendue de leurs possibilités d'utilisation» dit-il, convaincu.



Une grande souplesse et une philosophie différente

Cette souplesse explique pourquoi les spécialistes de Saurer furent «passablement impressionnés» lors de leur première visite en février 1990: le «cœur» des installations Melco — contrairement à nos usages — n'est pas la mécanique de précision, mais la commande électronique. Un ordinateur personnel IBM «ordinaire» (PC) ne remplace pas seulement un automate à piquer les cartons (les fabricants suisses ont, eux aussi, informatisé leurs machines à broder depuis longtemps). Toutefois, les petites machines Melco n'exigent plus de cartes perforées, elles sont commandées directement. Le même ordinateur personnel permet en plus la création d'échantillons (avec un programme de dessin directement sur écran), la «traduction» d'un modèle par scanner en données de commandes, la calculation des matières et le contrôle de la production en cours.

On construit et travaille donc aux Etats-Unis selon une philosophie différente que sur les rives du lac de Constance. Melco vend en premier lieu des systèmes de commande et ensuite les automates à broder, alors que toutes les entreprises européennes traditionnelles n'ont développé les commandes électroniques qu'après, sur la base de leur know-how de la mécanique — ce qui n'a pas toujours été sans poser quelques problèmes comme le savent bien les spécialistes de la branche.

Installation aisée — nouvelles perspectives d'utilisation

Avec cette nouvelle conception d'installations modulables de PC et brodeuse automatique, Melco est entrée dans de nouveaux marchés: des associations sportives par exemple brodent leur insigne et le nom des membres sur leurs vêtements ou casquettes. Des

collections restreintes comporteront des inscriptions et des sigles spéciaux, des vêtements de travail ou des textiles d'intérieur seront «personnalisés». Les installations sont si performantes qu'après deux heures de calculation et de mise au point, elles livrent des produits finis comportant environ 100 000 points, ce qui est particulièrement apprécié dans le domaine des relations publiques. Une mise en œuvre aussi rapide est réalisable avant tout par la suppression du procédé classique de la lecture point par point: le dessin apparaît sur écran, il est introduit dans le système par lecture ou scanner.

Melco a axé ses principes de vente sur ces utilisations relativement simples dues à une haute spécialisation dans l'électronique. Aux Etats-Unis, l'entreprise vise d'abord le «Startup-Business», les nouvelles entreprises et, parallèlement, elle publie un livre de près de 300 pages traitant du know-how dans le domaine de la broderie, mais également de la calculation. En même temps que l'ordinateur, il est possible d'acquérir des patrons-échantillons (Melco en propose plus de 3000) qui peuvent être complétés ou modifiés sur écran selon les besoins. La moitié environ de toutes les installations sont ainsi vendues à des entreprises débutantes.

Des commandes sophistiquées selon différents types

Les installations ne se limitent nullement à des utilisations simples ou schématisées, les programmes étant en mesure d'effectuer des calculs compliqués qui se concrétisent ensuite dans la broderie: une inscription par exemple pourra être exécutée en arc de cercle (un brevet mondial Melco), des motifs en relief seront obtenus par une position divergente continue des points; il suffira d'introduire cinq dimensions dans le programme du dessin et la

calculation s'effectuera automatiquement.

Les systèmes Melco sont conçus de manière modulaire: la machine à broder peut, à elle seule, enregistrer dans son «cerveau» 16 dessins différents (120 000 points en tout). L'ordinateur central peut assumer la surveillance des machines et commande jusqu'à 16 machines simultanément. Il peut en outre être utilisé à la réalisation de nouveaux dessins ou à des tâches administratives (comptabilité, calculation, etc.). La liaison entre «cerveau» et machine est réalisée — c'est là une autre spécialité — au moyen d'un «réseau local» utilisant de simples câbles téléphoniques à quatre pôles, couvrant jusqu'à 70 mètres de distance.

Tout ceci explique la philosophie de l'entreprise: offrir des installations restreintes mais hautement performantes à des prix avantageux. On est conscient chez Melco que, dans des pays hautement industrialisés les petits automates à broder seront moins convoités par les «Startup-Business» que pour des réalisations complémentaires dans les entreprises existantes. On insiste de ce fait sur la compatibilité de la commande en rapport avec divers types courants d'automates à broder. Il est également possible d'y réaliser des bandes perforées de broderie au fuseau et les petites machines Melco sont encore particulièrement indiquées pour la production d'échantillons.

Pages 30–37

MODERN WOMAN



Fashion makers are pursuing the image of the “Modern Woman” but it must not conflict with reality – modern women are increasingly resistant to the dictates of fashion; they are demanding and self-confident, know what they want and will choose what they like – “As You Like It”... to borrow from Shakespeare to describe the new fashion.

New fashion: that's where the illusion starts. The dictionary defines fashion as: “in its narrow sense, a passing manner of dress”. So many different forms of dress are seen around nowadays, mingling freely in the ups and downs of trends, each with its own rhythm, that the trendsetters themselves can do no more than add an occasional piece of flair to the mosaic, season after season. All high-profile designers follow their own style, persevering with their individual fantasies and placing a signature on their changing view of fashion but remaining within their own self-imposed sphere of influence.

Creators are individualists. Even if, from time to time, trends do coincide, the views of Armani and Gaultier, Montana and Lacroix or Gigli and Versace remain worlds

apart. Only Lagerfeld dances to every tune, from goldfinger body stockings to black velvet tubular jackets with no concessions to economy in his use of materials. Taking account of all this – the contrasts and the free for all – fashion appears as a mixture of the most widely varying trends. Any attempt to find uniformity in the short, body-accentuating, colourful, summer 1991 fashion shows no continuity with winter when skirt lengths range from knee to ankle or up to minis, while widths may be full or pencil slim, colours fluorescent and blocked or grey. The natural boldly blends with the plastic look, emphasises the sporting with the elegant, the purist with the ironical. Yesterday's fashions team up happily with those of tomorrow, and any clear trends are blurred with harmonised contrasts.

Pages 62–77

EMBROIDERY FASHION

Beauty consists of an eternal, immutable element, the proportion of which is extremely difficult to determine, and a relative, fortuitous element, which can be designated in turn or conjointly as epoch, fashion, spirit and passion.

A fashion-conscious French poet

once wrote that the latest creations merely reexpress the most ancient traditions. That is certainly true for embroidery, where there is no conflict between tradition and innovation, which blend into a harmonious whole.

Embroidery is mentioned as far back as the Old Testament. It also features in the latest fashion report. Individuality and beauty combine to make embroidery perennial. Multi-faceted and adaptable, it is the obvious choice for the changing moods of fashion.

Modern fashion designers are eager to use embroidery in an infinite variety of ways. Even young, avant-garde designers, ruthlessly unconventional in their treatment of shape and material, are keen to master the difficulty of embroidery and put it to unusual uses. Embroidery calls for creativity, not just at the design stage, but in the entire creation of a “look”.

“Nouveautés 92”, the St-Gallen embroidery exhibition, will see a strikingly diverse range of styles. Seven Swiss designers cover the range from fresh and sporty to gently casual, from deliberate modesty to dazzle and glitz, in a fascinating selection of their ideas. Embroidery in today's fashion scene can be innocent or wordly, purist or iridescent. Whatever the context, it is individual... and beautiful.

Pages 78–89

EMBROIDERY IN FOCUS

The St. Gall embroidery exporters in global competition, profiled by creativity, quality and a maximum of flexibility.

Embroidery: The term evokes a mixture of tradition and modernity, handicraft and industry, creativity and computer, tinkering and art. Love of one's home is combined with world-mindedness; the self-determination of the single-combatant entrepreneur with the willingness to cooperation. A complex profile stamps the character of the St. Gall embroidery industry where, as is often the case in Switzerland, multitudes of specialists whose hallmarks are creativity and quality, work side by side. At the same time, artists of survival are at work, with a know-how matured through history and continuously sharpened in international competition, who are always able to make their “stitch in time” amidst the waves of fashion, changing spirit of the times and the ups and downs of a capricious world economy. Thanks to the sheer unlimited possibilities of their medium, nearly every imaginable fabric can be embroidered with virtually every conceivable yarn for almost any field of application. Embroidery, once reserved to the feudal upper crust of society, nowadays adorns the luxury-loving as well as the normal consumer with sophisticated all-over patterns or tiny motifs, thereby signalling what its specific character has been from time immemorial: the desire for something noble which is made with a great deal of labour and skill; something that is always special, and not just a mass fashion or humdrum taste.

In the textile trade, embroiderers are perhaps a small group who only

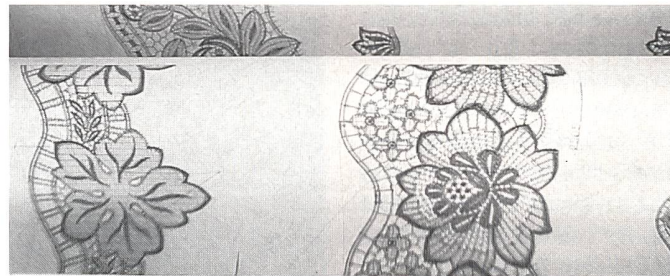


TRANSLATIONS

now and then display their artistic potential to the full, for example when creating opulent fabrics for the international fashion designers and stylists. Often they are suppliers, whose product accompanies the manufacture of other, dominating types of fabrics and is always a value-enhancing applied note that never fails to make a dress, an item of lingerie, a sweatshirt, hats or shoes, bedlinens or curtains or anything else more sophisticated and more special from a fashion standpoint. Enormous sales in billions of francs like those realized up by other branches of the textile industry are difficult to achieve by the embroidery exporters. Nevertheless, the importance of the exporters of Eastern Switzerland is much greater than bare sales and operating figures may indicate. After all, several percent of the world's embroidery production come from St. Gall. The Eastern Switzerland embroidery exporters are represented in more than 90 countries around the world. Moreover, they are the undisputed top of the class in international esteem as far as the creativity and quality of their products are concerned.

Embroidery is a niche market. Even the statistics prove it: About 40 companies are banded together in the Association of Swiss Embroidery Exporters (VSSE). Last year their export sales – which make up over 90 percent of the total turnover – amounted to 251 million Swiss francs. A high percentage of these exports went to Europe, but also beyond it, to the Far East and the Arab countries as well as North and South America. Forty percent of the turnover was realized in embroidered tapes and galloon trimmings, 30 percent in motifs and only 26 percent in allover patterns. These exports also cover an enormous price span – from substantially over 1000 francs per metre for high fashion embroidery to only a few francs for trimming

goods. In addition, the scope of applications of embroidered goods is truly vast: from cocktail and evening dresses to blouses, from men's shirts for evening wear to – and especially to – lingerie, now a boom market. Further applications are bedlinens, net curtains, table linens and sets, towelling and handkerchiefs, shoes and many other items. Motif-embroidered appliques go for sweatshirts to elaborate coats of arms to the emblems and insignia of rank which wearers of uniforms, be they generals or firemen, are loath to do without. Thus the embroidery



business involves many small articles and a compartmentalized requirement profile, depending on the customer and field of application, as well as a great deal of consulting and service work. It can scarcely be said to be a business where a machine capacity-filling order can be given at one stroke. And it must also be considered that the customers who wish to be served are not only located in all parts of the world, i.e. at enormous distances, but also have widely different directions of taste – for example, from the opulent Lacroix to the rather austere Armani to the biggest foundation garment multi, not to mention Far Eastern, Arab, American or African tastes. One must be willing to work very hard, yet be very flexible, to somehow bring this diversity profitably under control. The embroidery must be beautiful, of course, whatever the case may be; it is not always permitted to price it appropriately; it must also be capable of being

processed rationally, and major customers expect delivery on a just-in-time basis. This means that precisely when given lingerie series is being processed on the manufacturer's conveyer belt, the appropriate embroidery article must be ready and waiting. After all, time is money, and hand-to-mouth delivery saves the manufacturer interest costs.

Looked at in this way, the embroidery industry is not a field for major investors. Unlike the case in other industries, here the size of the company is not necessarily an advantage. Whether it is a huge order

or a 50-metre one, both must be embroidered on a 10 to maximum 21 yard machine. When it is desired to offer a product which is both fashionable and qualitatively good and moreover technologically perfect, one must be prepared to work intensively with the individual customer, offering him individual solutions to his problems, solutions which often must be developed on the spot at the customer's plant. Embroidery is not just a matter of capital and labour; it also presupposes a great deal of experience and – what is even more – love for the product.

First and foremost, flexibility is indispensable, and the embroidery exporters of St. Gall are structured accordingly. Some of them are pure converters, who do not embroider a single stitch themselves, while others represent a mixed form with their own embroidery plus capacity for commission work. None of them manufacture on a 100% basis themselves. Only this close

interconnection between commercial contacts and creative potential which every exporter must have at his disposal, together with a certain portion of his own production and above all the preliminary work provided by external specialists, plus the women working at home who are responsible for cutting, make possible the flexibility and diversity offered by the St. Gall embroiderers. And this in turn requires a mature infrastructure: first of all, the people who are willing to do this kind of work, secondly – and especially – people who have the know-how and skill for it. Indeed it is not enough merely to possess, in the form of modern automatic embroidering machines, a textile production system that is a leader in the textile landscape with respect to flexibility and variety of patterning possibilities. One also needs the people who know how to handle it and are capable of realizing its many possibilities, namely the creative people who think up new designs and re-think traditional concepts, the fashion EDP specialists who transfer the designs – point for point – onto the diskette, the quality-obsessed technical specialists who set up and monitor the embroidering machines, not to speak of the woman working at home whose thinking must be guided not only by quantity but also accuracy, the finishers who have successfully processing embroidered goods for decades, or the yarn suppliers and the machine constructors in the surrounding region.

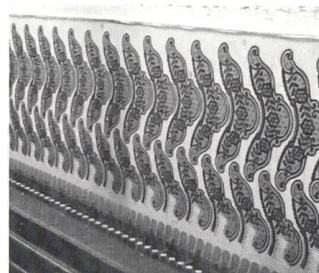
For this reason, in order to appreciate the present importance of the Eastern Switzerland embroidery industry, it is indispensable to take a look back at the history of St. Gall and its neighbouring cantons, for here not only the roots of this industry can be found but also the life lines by which it is still sustained. Only in this way will the leading position of St. Gall become clear. The commercial connections and

the established logistics that have grown over years can be traced back to the times of linen production, the "Ora et Labora" (pray and work) mentality drummed into the Alemannian inhabitants of the St. Gall region by the Irish monks, the eye for detail, the watchmaker mentality, the contentedness and the obliging nature which can still be observed today among the so-called "rich" Swiss. Not least, too, it is the striving for self determination and independence which induces the small commission embroiderer also to be an entrepreneur in his own right, to be his own master – despite the risk and the fact that it would be much easier to work as an employee in a factory. However, it should not be forgotten that over the centuries, embroiderers' organizations, benevolent associations and solidarity funds going beyond government assistance have been established in St. Gall to ensure the survival of small businesses. And it should be added that this tradition lives on still today, for example in the form of professional embroidering schools where work is carried on indefatigably to assure that there will be competent young talent for embroidery in future as well.

This is because embroidery exports and embroidery manufacture not only need mental prerequisites, they have in the meantime also become a high-tech industry. At present, 541 embroidery machines are now in operation in Eastern Switzerland. Twenty years ago the figure was 850, but in spite of this, production capacity has increased considerably. Embroidery will never be as highly technicalized or as automated as for example spinning is. Personnel costs will necessarily always retain a great portion of the total expenditure. Nevertheless, industrial thinking and meticulous cost calculation with increasing capital intensity have long become established in the embroidery trade as well. Today even in modern plants there are still

Schiffli embroidering machines which must be threaded by hand. Even the automatic machines in the top embroidering works must frequently remain silent, because the setting-up times are still very long as compared with the running periods. The real revolution in embroidering, however, has actually taken place in the preliminary phases prior to the embroidering operation itself, in the form of CAD, where the computer now transfers the embroidery design onto a diskette or directly into the machine. It is even possible to transfer a design by scanner. The embroiderers of Eastern Switzerland have other visions as well, and not just in their imaginations but in actual preparation: Soon the exporter can communicate with his customer by EDP, so that the customer can have a look at the embroiderer's collection via the computer. It is precisely the younger entrepreneurs in the embroidery industry who are increasingly showing themselves to be technology freaks. This is because of their own enthusiasm, as well as for cost and rationalization reasons, but also not least because they know that in future, qualified employees will only develop real satisfaction in their work when they can do it in modern workplaces. Machines and computers are, of course, only one component – although a very important one – in the quality of an embroidered product. The puncher at the computer who places the stitch precisely, the use of fine yarns, the regularity of an embroidery pattern, also the care that it does not fray and is accurately cut out, are also crucial quality criteria. And this is both good and important for the embroidery exporters of Eastern Switzerland. The claim of the St. Gall embroiderers to be the leaders in their field cannot be based on their machinery alone. Swiss embroidery machines, after all, have long been exported all over the world. Intensified efforts in design and – even more – service are the battlefields where future

market success will increasingly be decided. Here, in close contact with the customer, in joint design development, is where the St. Gall embroiderers see their leading edge in the market which will keep them ahead of the game in future as well. Flexibility and high supply readiness, even for small orders, exclusive designs, often including that "special item" for the customer – this is where the embroiderers of Eastern Switzerland want to succeed. This is why, in the final analysis, many St. Gall embroiderers are actually proud of the fact that their companies are small. This is also



why even the largest exporters are making every effort to organize their operations into small, flexible and independently working units. Short lines of decision and rapid reaction – these are the criteria which characterize the family businesses in and around St. Gall and make them resistant, even in the difficult times that continually confront the embroidery trade.

Competency and rapid lines of decision are also a leading edge that the St. Gall embroidery exporters are banking on.

Service beats price. This is an import motto for manufacturers who export from a high-wage country. Moreover, the fact that creativity and quality must also be right is taken for granted.

For all that, the embroidery exporters of Eastern Switzerland are by no means the undisputed kings of the international embroidery trade. Domestic embroiderers exist in almost every country in the world, and what is more, in underdeveloped

regions hand-made embroidery is favourably priced. Considered worldwide, the competitive situation facing the St. Gall embroiderers is as follows:

- In the European market, which represents the main market for the Eastern Switzerland embroidery exporters, the embroiderers of the Austrian Vorarlberg region form the strongest competition. Up to the 1930s, there was a lively exchange between the two regions. Now they are in competition with one another when it is a matter of obtaining orders. However, here the embroiderers of Eastern Switzerland see their advantage in greater creativity and quality.

- Along with the coalescing European market, French, Italian and Spanish embroidery marketers as well are increasingly competing with the Swiss, at last in certain market segments.

- And over the heads of all the European embroiderers hangs the Sword of Damocles in the form of competition from the Far East, which is attempting to force its way into the market via their prices.

In spite of everything, however, competition is good for business. The attitude of the St. Gall embroiderers to their competitors abroad as well as in their own country is indeed mixed. In a tight market, every supplier is naturally engaged in stiff competition with all the others. Indeed, what would it be like if there were only a handful of embroidery exporters in St. Gall? The inevitable consequence would be that St. Gall itself as the site of the industry would suffer. The situation is similar when assessing foreign competitors. Greater selection creates greater interest in a type of merchandise, which even as a textile product must hold its own against other textiles being marketed: lace, prints or whatever, depending on the fashion. In any case, however, the embroidery market is growing only in terms of certain specific segments. This or that fashion may

trigger off an embroidery boom in this or that group of clothing articles, or it may not. And one embroiderer's gain, in the form of an order, is still another's loss. This is not a very enjoyable situation, but the embroiderers of Eastern Switzerland have learned to live with it.

The concept of the St. Gall exporters is to be present in the market everywhere, in every imaginable application. The broad spreading of risk is a vital necessity. The recent past has brought a change from all-over embroideries to trimming as well as the motif boom. If the Eastern Swiss embroiderers had not been already present in this market too, they would have been out of the game. And what would the situation of an embroidery producer be today, if he had carelessly switched a disproportionate amount of his production to embroidered handkerchiefs at a time like the present, when this market is at a low point? Thus the concept is to keep producing in all segments, even in groups of articles – such as embroidered collars – that are not doing very well at the moment. An additional factor is that many embroidery exporters have now added a further leg to stand on: diversification into article groups and products that bring synergistic effects, coordinates and whatever else fits the traditional product line.

In the past, the development of sales by regions has shown itself to be as changeable as the fashion tastes for the individual applications of embroidery. In recent years, Europe has been and still is (as was once the USA) the main market of the St. Gall embroiderers. But there was also once a Nigeria boom, at the mention of which embroiderers' eyes still sparkle. There were also a number of upward swings in the Arab markets that now one can only dream about. Once, too, South America was a very important market, but now it has nearly disappeared due to import regulations. It is all the more

Why buy in St. Gall?

Why should one buy embroidered goods in St. Gall? This is the simplest and the hardest question one can ask of a producer. Nowhere will one find simple answers. In the worldwide competition of today, the profile of a manufacturer or a manufacturing site is always a complex mixture of arguments and facts. We did research into these points in interviews with some of the leading entrepreneurs among the embroidery exporters of Eastern Switzerland. We found that all the efforts being made are based on the fact that the St. Gall exporters wish to maintain their reputation as "the reliable manufacturers" in the world market. On this point the following arguments were repeatedly brought forward in our interviews:

- 1) St. Gall is the world's leading exporting centre of fine embroideries in this demanding market segment.
- 2) St. Gall claims leadership in creativity and fashion. Many Eastern Switzerland embroidery exporters have regular contacts with internationally trend-setting creators and stylists; the essence of these joint developments eventually also benefits, in popularized form, the mass market.
- 3) The embroiderers of St. Gall attention to their location, which is at the crossroads of the European

important to be represented worldwide, even in markets that are not very profitable at the moment. And what about future markets? One is the Gulf region, once recovery has again begun. Or South America, when import restrictions loosen up again. The Far East is another region, where outside Japan there are many people in the new industrialized countries as well as in threshold countries who desire to own a beautiful piece of embroidery. Again, there is the entire region of Eastern Europe, which could gradually open up to embroidered

fashion centres between Milan/Rome and Paris, and very likely Berlin in the near future.

4) The St. Gall embroiderers desire to keep ahead in respect of flexibility. Their predominantly small embroidering firms and operational units, the cooperation between the exporter and the collection designer on the one hand and the flexible commission embroiderer on the other hand, also speak for the good infrastructure in everything which is connected with embroidery.

5) In future, the emphasis on service will characterize the St. Gall embroidery profile even more: this signifies close collaboration and joint development together with customers.

6) The embroidery exporters of Eastern Switzerland call attention to the modernity of the machinery with which they work; this means technical leadership, not only in embroidery production itself, but also in the phases preliminary to it. This should offset the not unproblematic frame conditions of the location of the Swiss embroidery industry.

No overbearing underestimation of the competition was heard in our interviews; just the firm resolve of the St. Gall embroidery industry expressed in statements like: We try harder!

products from Eastern Switzerland. There are many people all over the world who can only dream of once possessing something beautiful. And these dreams can become a reality when the economic situation and personal incomes change for the better. And speaking of markets, we have not yet even mentioned one entire half of the human race, which at first glance would not seem to think much about embroidery: men! Perhaps one may find such speculations illusory, even ridiculous, but let us not be too hasty; recently men's fashions in

many respects have been developing in directions that 20 years ago would have been considered purely and simply impossible.

When the attempt is made to find out what sort of image embroidery has among the modern consumer,



"luxury" is the term which is first encountered. This is quite correct, when it is realized that many embroidery creations actually begin with the high fashion couturiers, and then of course filter down via ready-to-wear garments to become mass fashion items. The democratization of embroidery technology by the machine has made this development possible.

Embroidery constitutes one of the most richly varied and variant-rich forms of textile goods. Almost literally anything can be produced by embroidery technology, from the relatively reasonably-priced to the extremely expensive. The collections of the St. Gall embroidery exporters are of course designed for markets all over the world: whether for our traditional European tastes, for the USA with its somewhat light-hearted attitude towards embroidery with the greater dominance of design, more structure and more colour, too, or for the Japanese, with their

preference oriented to the traditions of that country, as well as for Arab and African tastes with their love of opulent display and characteristic colour combinations.

It goes without saying that the fate of embroidery depends on fashions, on the regular oscillation from "rich" outerwear to the more sophisticated puristic look. These ups and downs also include interdependencies consisting in the fact that a "poorer"-looking outerwear garment often accompanies a richer lingerie that is being worn under it. Also sales are often connected to the fact that consumers are looking for change, always in search of something new, that they may become surfeited with all too much embroidery and do without it for a time, only to return to this look later on. Nowadays, monolithic fashion waves, or one-sided dictates no longer exist as they did earlier; now a great deal, in fact everything, is possible in fashions and runs concurrently. This opens up more continuous chances for embroidery, especially when one considers that it has long broken out of its traditional image and has entered the wide-open spaces of modern patternings.

No one can claim that the tennis-shoe generation wants to have little to do with embroidery. Today, young people everywhere have long accepted embroidered T-shirts, blouses, shirts and many other items of outerwear.

However, the future of St. Gall embroidery is of course not confined to the broad mass of consumers. The appreciation of quality and beauty will always be the privilege of a minority who are able to afford it. This of course need not be a disadvantage, in view of the vast international market possibilities of today.

Pages 87–89

HISTORY

Embroidery has a long and rich tradition in Switzerland, as one can learn from the exhibition now being held in the Textile Museum of St. Gall on the occasion of the 700th anniversary of the Swiss Confederation. Its first great heyday was actually over 200 years ago. At that time, the story goes, enterprising St. Gall exporters saw Turkish women embroidering fine silk fabrics in Lyon. This gave them the idea of producing embroidery on fine cotton woven goods. The idea came at the right time, because the incursion of English machine-spun yarns was putting Swiss hand spinners and linen weavers under considerable pressure. In 1773 there were 6000, and in 1790 already 30'000 to 40'000 women in Eastern Switzerland and the Vorarlberg were working for the St. Gall embroidery exporters. Just before the First World War, about 100'000 male and female workers were employed by the Swiss embroidery industry, which from 1880 onwards had shown itself to be the leading growth industry. The basis of its success was the prosperity of the years of rapid industrial expansion in the 1870s and 80s, together with fashion,



which had come to employ embroidery lavishly.

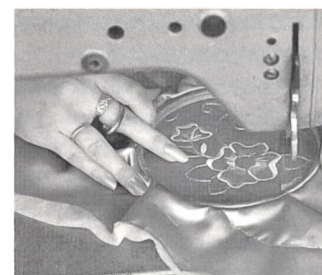
The time between the World Wars was a very turbulent one for the Eastern Swiss embroiderers. In 1919 a hitherto unattained record of exports was achieved. However, communism in Russia as well as the impoverishment of Germany

and the former Danube monarchy soon reduced the demand. Along with this came a change in fashion which left only little room for embroidery. The world economic crisis hit the embroidery trade especially hard. In 1920 about 12% of the population in the cantons where embroidery was carried on were still working in embroidery and in related industrial branches, and practically one-third of the entire working population of Eastern Switzerland depended on it. The economic crisis caused the number of persons employed in embroidering to decrease by fully 95%, and embroidery machines by 90%. Unemployment, misery and emigration were the result. It was not until 1937 that things began to look up again, and a real upsurge was not felt until the years after the Second World War, with the peak years between 1962 and 1969. Another rise occurred at the end of the 1970s and beginning of the 80s. Since then, despite the fact that the production figures of the embroiderers of Eastern Switzerland have decreased in terms of volume, growth in terms of value of the exports has been continuous.

Eastern Switzerland the embroidery centre

In the beginning, embroidery was carried on in other Swiss cantons as well. Later, as silk weaving, for example, became established in Zurich and scarf and handkerchief printing found a home in Glarus, Eastern Switzerland gradually became the focal point of embroidery. From the very beginning the St. Gall embroidery exporters set the tone, making use of the production sources in their own and neighbouring cantons, and – until the middle of the 1930s – the embroidery resources of the Vorarlberg. Today, embroidery is a regional industry of Eastern Switzerland. Embroidery machines are in operation in the cantons of St. Gall, the two semi-cantons of

Appenzell and in Thurgau. In the canton of St. Gall the number of employees is percentagewise much higher than machines. The reason for this is the concentration of exporters in and around the city of St. Gall, with their commercial and



creative staffs. St. Gall is also the site of the Professional School of Textile Design and the Professional School of Embroidery of Eastern Switzerland, as well as the Association of Swiss Embroidery Exporters, the Association of Swiss Embroidery Manufacturers and various other embroidery organizations.

Technology

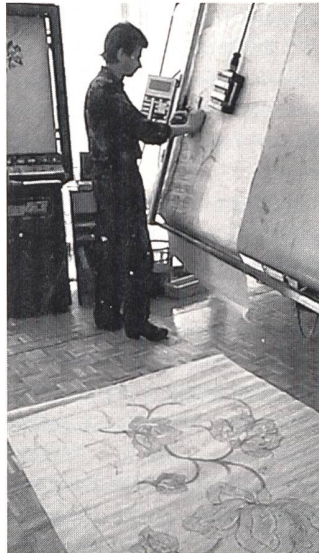
Originally, embroidery was based on pure handwork. The first step towards mechanization was the hand embroidering machine, developed in 1829 by Josua Heilmann of Mülhausen, which by the beginning of the 1850s was widely used. The machine was driven and controlled by muscle power. This led both to the gradual transfer of embroidering work from women to men as well as to production in factories. The next technical milestone was the invention of the Schiffli machine in 1863 by Isaak Gröbli in Uzwil, which became a serious competitor to the hand embroidering machine from 1890 onwards. The first automatic Schiffli machines, which were both driven and controlled mechanically, appeared at the beginning of the 20th century. In 1913 the number of working embroidering machines in Switzerland reached its peak with 22'000. In the mid-1970s the firm

of Saurer brought out a new and considerably higher-capacity embroidering machine, followed at the end of the 1980s by a yet further improved type of machine. These developments, together with the volume of investment they entailed have caused embroidery to develop into a capital-intensive enterprise. Considerable technological leaps have also taken place in the preliminary phases of the actual embroidering operation. In the days of hand embroidering, the desired pattern could still be pre-sketched on the fabric. Even by the time the hand embroidering machine was used, a technical draught was used as the control basis, and the profession of the technical embroidery draughtsman was born. Parallel to this, with the increasing influence of fashion, the profession of embroidery designer also came into being. Today the design of the pattern (produced by CAD) is entered into the computer and in some cases transferred directly to the embroidering machine. In St. Gall further automation is being worked on in the direction of CIM (computer-integrated manufacturing).

Division of Labour

From the very beginning, the embroidery trade in Eastern Switzerland has almost exclusively produced for export. In the days of hand embroidering, this was the basis of the division of labour between the woman doing embroidery at home and the exporter, who took care of selling the product to customers. With the coming of the hand embroidering machine the first embroidering factories came into being, and for a time the separation between production and marketing disappeared. Today however, a considerable number of mixed forms exists in and around St. Gall: there are exporters who are pure converters, but there are also exporters who produce a varying

portion of their sales turnover themselves. On average, considering all embroidery exporters in Eastern Switzerland, the portion of exporters who operate their own machines represents about one-third of the entire number of machines in operation.



In principle, however, the original division of labour is still operative today:

- The exporter is a marketing firm which produces both the design and the embroidery draught, i.e. it designs the collection and also procures the embroidery substrates.
- The commission embroiderer, who is either a factory owner with a number of embroidering machines or a one-man operation (with only one or two machines) is responsible for the actual production of the embroidery on a commission basis. The basis of his commission is the number of stitches produced.
- Between the exporter and the commission embroiderer is the so-called "converter", who negotiates to have the exporter's work done by the commission embroiderer at a fixed price and also checks the finished product.
- Depending on the case, the goods are further finished at one or more textile finishing plants.

Exports

From time immemorial, exports have been decisive for the existence of the Eastern Switzerland embroidery industry. Originally the main customers of the St. Gall embroiderers were the USA (one-third of the production) and Great Britain (one-fourth). In 1990, when the exports increased by an average of 10.1%, Italy, Germany, France and Britain were by far the most important customers countries, followed by Austria and Japan. Over 80% of the exports have concentrated on Europe, from where of course the clothing manufacturing industry has sent exports overseas once again in significant amounts. With a turnover of 13.2%, Asia is the second largest customer region, followed by North and South America (2.8%), Africa (1.5%) and Australia (1.2%).

Figures and dates

In 1990, Eastern Swiss embroidery exports amounted to 251 million Swiss francs (an increase of 10.1%). This represented an increase of 3.4% in volume 6.5% in terms of value. The exports of embroidered goods in piece, band or motif form came to 231.9 million Swiss francs. Of this amount, 33% was accounted for by motifs, 40.1% by seams and galloon trimmings and 26.9% by all-over patterns.

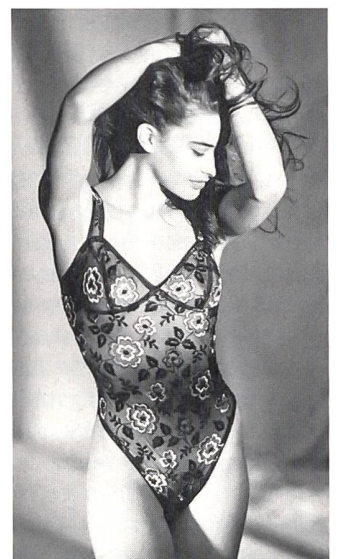
The exports of table linens and curtains increased in 1990 by 18% for warp stitch embroidery, and fell by 5.7% for flat stitch work. The exports of embroidered handkerchiefs were 7% below the level of the previous year.

The machinery of the Eastern Switzerland embroidery industry in 1990 comprised a total of 541 machines, 503 of which were automatic and 38 of the "Pantomatic" type. Of this number, 176 machines were operated by exporters (60 companies) and 365 by commission embroiderers.

FLATTERING UNDIES SEDUCTIVELY TRIMMED

As long ago as the turn of the century, an expensive magazine was published dedicated exclusively to unmentionables: "Les Dessous Élégants" (Elegant Underwear), "Journal du Corset et du Jupou", Paris. What is hidden from public view has a particular attraction and inspires fantasy. That fashion is no exception is evident from developments in undergarments over the years.

Lingerie as an attribute of feminine seduction has always stimulated well-known designers into attempting to achieve erotic effects using fashion as the medium and an addition to its fascination. The attraction of underwear also provided a challenge to graduates of the Paris fashion school, Esmod, who were commissioned by the export promoters of Swiss textiles to design lingerie models using St. Gallen embroidery, to provide a new move towards embroidered underwear sets and embroidered fabrics. This fashion juxtaposes sleek and



flattering garments with the practical aspects dominating current trends, for underwear fashions are not short of romantic and fanciful elements, to say nothing of nostalgic overtones. Young women are once again having fun with petticoats and suspenderbelts, camisoles and long-line bras, while close-fitting bodices show up well with leggings and jumpsuits, falling between outer garments and lingerie, mixing and mingling underwear and outer wear.

It is indeed the underwear fashions which can so clearly express the spirit of an age with their quick response to up and coming trends. New materials call for creativity, and a wealth of embroidery encourages designers to follow unconventional paths, giving a free rein to their fantasy with colour and shape, design and decoration in a never-ending quest for new and surprising solutions for a style of lingerie, which is not only modern but also attractive.

Pages 102–105

YOUTHFUL VIEWS ON LINGERIE

Designing underwear is by no means the sole province of the industry; even prominent couturiers do not scorn this area of fashion – quite the reverse, they create de luxe models for daytime and dreamtime wear and the up-and-coming fashion designers have taken up the theme. Graduates from Esmod, the Paris fashion school, were commissioned by Swiss Textiles to produce designs to promote underwear for export using Swiss fabrics. The results demonstrated the fun they had experimenting with materials and cuts to achieve new effects while keeping realism in sight.

The resulting models do not lack real commercial possibilities,

although whalebone inserts and stays with flimsy suspenders demonstrate their reverence for the 50's and 60's. The allure of this trend for the youngsters is its novelty value. They have no inhibitions in taking ideas from the no-nonsense figure trimming fashions of way back, though great grandmama would not recognise these light, fine materials, especially the thin jerseys. What might be underwear, a bathing costume or even do duty as a summer top is made of distinctive fabrics such as delicate printed silk. All this in line with the current trend for blurring the boundaries of fashion.

Pages 106–111

THE LATEST REFINEMENT: SHIRT SPECIALITIES

The Swiss are famous for a number of products, one of which is fine cotton shirt fabrics. One might ask if this is just a bit of history or whether it reflects the current competitive position. Nowadays many contenders all over the world manufacture fine yarns, or at least buy and weave it. The Swiss producers admit frankly that the competition is catching up. One might suppose that it is not difficult to substitute a basically anonymous product such as shirt fabric, yet shirt makers all over the world, both bespoke and large scale, remain loyal to their Swiss suppliers and, apart from economic fluctuations, continue to operate successfully at an international level. "Why should this be?" – one might ask. Perhaps because we can rely on the quality of Swiss shirt fabrics, the service is good service and special features are available on a scale not found elsewhere, but above all, the Swiss clearly have a head start over the rest of the field in this niche market.

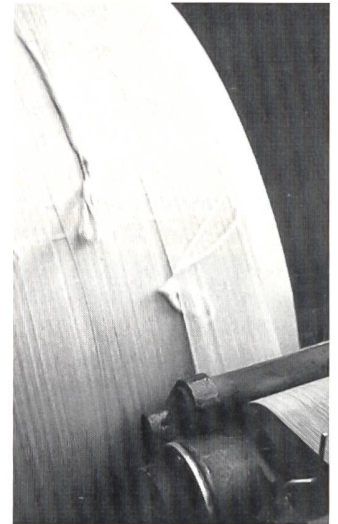
As is often the case in Switzerland, shirt fabric manufacturers are far

from being a homogeneous bunch. The status quo in the industry as to which companies survive and thrive is not so much based on the economics of the sector but is rather the result pure and simple of the state of the individual company, success and luck coming to the industrious. This led to the situation where the sellers' scene is very restricted, at least so far as companies are concerned who have their own collection and under whose names the goods appear on the market. Such firms are small and can be easily counted, but at the same time they are very varied, numbering among their ranks very small companies who have never known bad times alongside the medium-sized operators and even one large company. However, all have the following common features:

– even the smallest operate from a strongly international base, are unequivocally export orientated with a wide spread of countries which gives them a broad risk base; – not all are equally strongly based on the Swiss textile infrastructure, i.e. associated with the internationally acclaimed fine spinners, or the high-performance commission weavers and specialised commission finishers.

– they have a high profile vis-à-vis the competition elsewhere, whether as specialists offering a wider choice in a niche market anywhere else in the world where it is uneconomic for larger companies to offer such high performance and quality. Sometimes they have developed something special which, while it will not exactly revolutionise its widely distributed world markets, has just that little bit more value and performance, or maybe offers an unusual mix of quality and fashion. Whatever it may be, it is always a question of getting one up on the glants vis-à-vis the international suppliers.

The "Recipe for Success" is a very

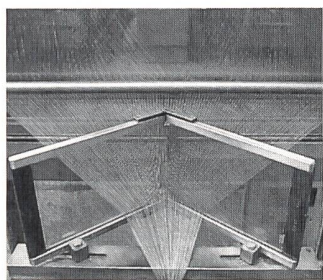


complex overall performance but one invariably based on quality and speciality. It recently became apparent that, due to the traditional economic situation of Switzerland, "We are always required to produce goods of never varying high value and specialist articles in order to be successful in world markets".

The one impinges on the other, because this maxim applies just as much to fine weaving and is the basis for the shirt fabrics and yarns that the weavers naturally purchase from the qualified Swiss spinners. Improvement, refinement and often exclusivity is the result as many weavers, collaborate with the spinners to develop special yarns for their standard ranges. Due to the fact that not only is manpower expensive and hard to get in Switzerland but capital, is still today, cheaper than in other places, shirt fabric weavers are given the incentive to adopt new technology, much earlier than in other places, often with automation of the goal. This constraint, again in close collaboration with the domestic textile machine industry, led, on the one hand to great efficiency, a reduction of high wage costs and, in parallel, to high quality and consistent production. Swiss society is far from being homogeneous; it is a mixture of people of widely varying cultures, mentalities and

characteristics, which leads to a certain creativity which, while it may not make us into world leaders, does give us a place on the top floor of cosmopolitan taste. To this, especially in the case of the small and medium providers of shirt fabrics, we must add, that while the companies are headed by individualists, they are ready and willing to cooperate with other individualists.

The image of Switzerland as a source of fine shirt cotton fabrics is of fairly recent origin, for the product itself is still fairly young. It cannot be much more than a hundred years since the shirt ceased to be a mere item of underwear and emancipated itself, slowly at first, to play a much more important role in the wardrobe and at the same time become more fashionable. This is why it was only in the first half of this century that Swiss shirt fabrics have been able to win their clearly international profile with



fine poplin, batiste, voiles and the like which have not been manufactured without difficulties, so that even today these high qualities are hard to imitate. Stoffels, of revered memory, certainly undertook pioneering work on behalf of the international image of Swiss shirt fabrics. The fine poplins made by Müller Seon were a landmark which has lasted until today. With their cotton yarns, Alumo were, and still are, one of the "superhundreds" in their field – a benchmark for the highest quality shirts and it is no coincidence that "Swiss Cotton" is regarded as a label of quality for fine cotton weave,

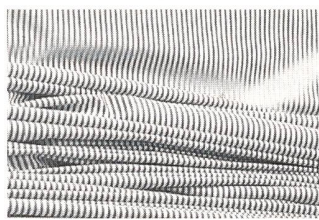
especially for shirt fabrics with immaculate appearance and redolent of prestige. The label "Swiss Cotton" would not otherwise be so frequently seen at exhibitions all over the world and in so many shop windows.

Simply, and in a word, the head start of the Swiss shirt fabric manufacturer as compared with the competition is undeniable; in international competition it has long ceased to be concentrated on a single aspect of the product, in fact it has many facets:

- the fine quality and regularity of the weave is a very important feature;
- the finish of Swiss materials take a lot of beating compared with even the foremost of the competition;
- with regard to flexibility, above all for what could be regarded as "service", including a readiness to keep goods in store, the Swiss can yet again hold their position at the head of the fields;
- fashionable competence is, without a doubt, a decisive factor for those to whom design is a decisive selling point;
- exclusivity in the truest sense is available in the case of some fabrics to an extent which is unlikely to be matched by other manufacturers anywhere else in the world;
- With regard to the ecological arguments and the use of biological products, the Swiss would appear to have the lead; not only in respect of their environmentally friendly production but also in their choice of equipment and the materials and chemicals used, including the residues remaining in the fabric, such as formaldehyde and other substances now regarded with suspicion.

If one can say that the problems of the Swiss shirt specialists have a common theme, seen against the most widely varying company pattern which can provide commonality lies in the following circumstance:

The development of the shirt into a



highly fashion-orientated garment has caused rapid loss of ground to the qualitative claims of many market features; at least in certain market sectors the shirt has become a rapidly changing fashion item.

– The movement in the direction of fashion, changing the shirt into a trend-setter, has turned the tables: In the past, high-quality suppliers benefitted from offering their valued wares, but today it is almost the reverse: appearance is more important than the substance and that is not really the Swiss style.

The outline conditions in Switzerland, which have been getting commercially uncomfortable and driven up costs in recent years are inflation, high interest rates, etc., factors which, in turn, are all the more of an incentive to offer something incomparable if possible.

The Swiss shirt fabric manufacturers naturally know that marketing their products involves not only the intrinsic value of the goods, but it is also a question of getting the message across. "Do good and tell the world"; this invariably applies to shirt making, possibly also to selling shirts in the shops and perhaps even as far as the user. Marketing and improved communication with the subsequent stages are therefore the most important goals in which Swiss shirt fabric manufacturers should invest. In the case of someone who only supplies materials for the end product, that is far from easy, and especially taking account of the need for the manufacturer to have an image, it can be quite a tricky problem; the more so as there is always the danger with every make or trade

mark, including that of the material, that the label or whatever does not reach the desired goal but only those who need further image building. But nothing can alter the fact that the label "Swiss shirt fabric" remains an excellent selling point not only for shirt makers but also retailers and last but not least, wearers who appreciate quality.

ALBRECHT + MORGEN AG, ALUMO, HERISAU

The super fine

"Finest Swiss Cotton", says the company brochure and this is no exaggeration. Alumo specialises in the finest full twist fabrics, including "Duecento" made of the finest twist, Ne 200/2 – the ultimate in commercially manufactured materials. Few other shirt fabric weavers, anywhere in the world can compete with this quality, the flagship of other very fine cottons, special batistes and voiles. The yarns for the super quality have usually been developed in cooperation with leading Swiss fine spinners having processing facilities on the premises. The ecological point of view is important – biological as far as possible, with minimum chemicals. Sales to leading shirt makers and bespoke ateliers beyond Europe are on a worldwide scale, with particular emphasis on the USA, Japan, the Middle East and South America.

EUGSTER + HUBER TEXTIL AG, GOSSAU

Specialists in white

The policy of this shirt fabric manufacturer is quite simple: you come up with an idea and you put it into practice:

The company specialises in white and special occasion shirts and blouses – a successful selling point from the outset. Eugster & Huber offers this corner of the market (uneconomic for wholesalers) a range of 300 patterns, 40 of which are changed every season. The

selection includes plain, self-coloured, dobby weave and Jacquard patterns, cut thread, embroidered shirt fronts, all-over embroidery or woven-in pleats, all available in nothing but the very finest organdy, voile or batiste. The company only does the processing; manufacture is left to appropriate Swiss specialists. Eugster & Huber Textil's total investment is in creativity, quality and price. With few overheads, no colour range to worry about and no costs for samples, they can concentrate on presence at trade fairs and distribution through 25 outlets all over the world with 95% of their output exported to Europe and the Far East.

HAUSAMMANN + MOOS, WEISSLINGEN

Cotton sometimes combined with wool

The company, like Alumo, belongs to the Walser Group and its collections put in the very top rank of the quality market. This emphasis is achieved by the most demanding goods, including a wide range of specialities such as satin stripes, high-grade articles for sports shirts (especially checks) and the "Lanella" label for their wool cotton mix, which has been around since 1936. The collection includes fabrics for both city shirts and sports shirts with highly fashionable lines, all almost exclusively destined for export, particularly to Europe but also to the USA and Japan. In addition to shirts, Hausammann & Moos also make fabrics for blouses, ladies outer wear and other top garments. The idea is to offer the goods on sale in even more fashionable form plus a reinforced marketing initiative.

MÜLLER SEON, SEON

The great creator

Müller Seon, the largest and internationally best-known Swiss shirt fabric manufacturer with a very high export quota bases its

success in the market on two foundations: On the one hand, greater creative output, reflecting a corresponding investment, but also ultra-modern production. The company's looms and other equipment is as ecologically friendly as it is efficient, providing for a remarkably good price: output ratio. Product emphasis is shirt fabrics, mainly fine poplin, batiste and woven seersucker, but blouses and materials for outer garments are also produced and it is the latter market of the segment which is in line for further development. Müller Seon works with fashionable leading shirt makers in all corners of the world, and also with internationally known stylists. We expect to see new creations coming from this quarter every season as befits its reputation.

STOTZ + CO AG, ZÜRICH

Non iron-natural fibres

This company, "Souplesse" has clearly found a niche market with non-iron finish on a pure cotton fabric.

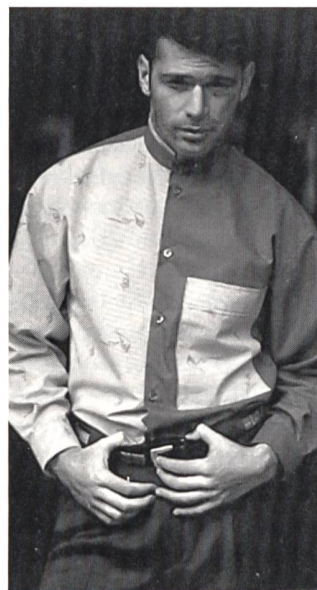
The process provides a good sales point: Natural fibres without the usual synthetic additions: soft to the touch, good non-crease qualities at points of crumpling during wear, durable and with a formaldehyde content below the MITI standard. This speciality fabric with the excellent "technical" profile is on sale in some 30 countries in Europe, South America and the Far East. The company acts as a processor, obtaining the basic materials and, as the owner of the special process, sends the fabrics to a specialist finisher. The other half of the picture, in the shirt and blouse field, is completed by a fashionable collection, which includes Jacquards, prints, coloured and one-colour weaves. The company also owns the "Etacol" licence (inserts) and is thus well established in the shirt business.

Pages 112-123

SAMPLE/STARTER COLLECTION FROM THE SUMMER '92 SWISS SHIRT FABRICS

A SHIRT IS A SHIRT IS A SHIRT...

...and yet not just a shirt. Fashion has got in on the act and the fashion makers have delighted in taking over this classical garment of the male wardrobe, that tradition has discreetly hidden under the waistcoat and counted as little better than underwear; they have given it its own identity and personality. In the meantime, there is not a single trend-setting male fashion designer who does not like the shirt as much



as the suit and who does not bother about the whole outfit as a stylistic whole.

As always when the fashion creators take up a theme, the pendulum swings to the other extreme and there are now hardly any fashion materials which cannot be used for

shirts, at least so far as the fabric and weight are concerned. Striking bright, Pucci-coloured prints, large-scale floral patterns or expressionistic designs on silk, expensive ethnic-look Jacquards and decorative trims compete with interesting forms of self-coloured or the natural look and finish effects from light chintzy to metallic.

But our point is not that the shirt is stealing the limelight everywhere and can hardly bear the obscurity of a jacket as it wants to be regarded as a garment in its own right; we are rather more concerned with the incentive to styling in new materials from the shirt specialists themselves: fabrics for the city shirt, from fine spun batiste to light silky popeline, the sporty shirt in soft-finished iridescence to striped and checked seersucker. Not forgetting the white shirt, recently become a regular fashion item also for daywear, and available in anything but the standard form with inserts in interesting piqués, dobby stripes and woven plissés.

Even if the fashionable expression has its limitations in so far as the choice of materials is concerned, fine cotton weaves and design selections are mainly based on typical shirt patterns, alongside self colours, but the limitation is still that a shirt, is a shirt is a shirt... in other words, there is no getting away from it even if they are not all alike. Two mens' fashions stylists have looked round for new ideas and gone in for the greatest variations in cut and details, discreet as well as striking. They have got away from traditional concepts, the traditional shape of collar, they use a great deal of asymmetry in the decoration, giving the shirt unprejudiced treatment, revelling in experimenting with interesting styling impulses.

Pages 26/27

THE SAURER TEXTILE MACHINE GROUP AND THE AMERICAN COMPANY, MELCO COMPUTER- CONTROLLED SMALL EMBROIDERING MACHINES

When the head of Saurer's interests in the USA learned that Melco Industries Inc. in Denver was on the market, decision-makers from the parent company lost no time in crossing the Atlantic and, in the words of Larry Pearson, Vice-President of Melco, were "rather impressed" with what they saw. Negotiations continued for nearly a year but Melco has now become a part of Saurer. Since early in 1991, the HQ of its European operations has been at Arbon on Lake Constance and it is from here that the sales and service network is being built up for its small computer-controlled automatic embroidery machines.

Saurer have been in the business of manufacturing large-scale embroidery machines for many years: The 5- to 20-yard machines with up to 230 stitches a minute are amongst the top performing precision equipment, dwarfing the machines made by the newly acquired American Melco Industries Inc. From the company's publicity material, it is clear that the business is taking a different approach with its automatic embroidery machines. The new catchword is "Computerised Embroidery & Digitising Systems." The point of departure for Melco's development was the punch card system for automatic embroidery

machines until «one day, one of our customers wanted a small automatic embroidery machine, a 'Verifying System' which virtually converts the computer's control system." The reason for this order was not hard to find: It is uneconomic to have large machines operating just for trials, so Melco went over to building the smaller automatic embroidering machines, via the software and electronics route, with the first production starting in 1980.

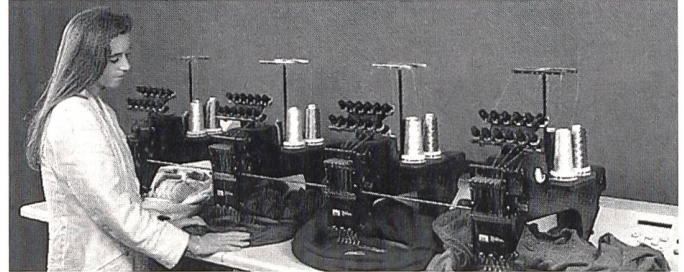
Upswing in Developments: 8,000 Systems Installed

In the meantime, the range extends from the simple – a machine weighing a mere 15 kilograms and transportable into the bargain – single-needle unit, the EPI priced at around Sfrs. 8,000, to the six-needle automatic EMC6, at the other end of the scale, or the four-head EMC6/4. Melco is the only company to manufacture a computer-controlled, single-head chenille machine with a smooth transition between technology levels using 26 needle eyes and productivity up to 750 stitches a minute. These machines not only sew on the flat, taking pieces up to 40 x 28 cm, but also work on a cylinder and can handle backing materials as tough as leather.

In the wake of its spectacular growth during the last year, the US company achieved a market share of around 50% making it the market leader with a turnover of over 36 million dollars and nearly 250 employees. Some 8,000 systems are installed all round the world with an annual production of about 2,000 machines a year in Denver. According to the latest figures, 20% of output is exported but it is planned to increase this to 50% over the next 5 years. "There is still a huge market potential in Europe", explained Maurizio Gasperi, Melco's European sales and marketing manager at the Saurer HQ in Arbon. This will be the base

for further representation and maintenance support posts for Eastern Europe, including the Soviet Union, the Near and Middle East and Africa. Thanks to previous European experience (the company has been operating in England and

from that in the heart of Europe. Melco first sells the control systems and then the machines to go with it, while all the highly traditional European textile machine companies have only subsequently gone over to electronic control



France for the last then years), the Vice-President of Melco, Larry Pearson, is aware that market requirements in the various regions are very different both from each other and from the USA, "but our systems are distinguished by their versatility and wide range of applications", – this is his trump card.

Great flexibility and another philosophy

This flexibility explains why on the occasion of their first visit to Denver in February 1990, the Saurer experts were "rather impressed". Unlike Swiss practice, the heart of the Melco plant has not been based on precision mechanics but on the electronic control system. An "ordinary" IBM compatible PC does more than replace the automatic punch-card system – also long since overtaken by electronics in Switzerland, – direct electronic control makes punch tapes unnecessary in the case of the small Melco machines and the same PC enables patterns to be produced direct on screen using a drawing programme: it can "translate" a model via a scanner in the form of control system data, together with material calculations and monitoring of production runs. The philosophy of the American company is somewhat different

systems which had to be adapted to the existing mechanical expertise, a method, as is well known in the business, which is not entirely without its problems.

Quick to set up – a new area of application

With this flexible networking combination of PC and automatic embroidery machine, Melco entered new markets: the world of embroidered sports club garments and caps with badges and members' names, small runs for special emblems, individual wording, personalised working clothes and furnishing fabrics. The machines have been developed to such a degree that given a short computing and setting-up time, finished articles with up to 100,000 stitches can be produced in a couple of hours. This has proved particularly popular for PR activities. Such quick gearing up for production has been possible especially as the traditional point for point, stitch for stitch punch process has been eliminated. The design grows on the screen and is read or scanned in from the punch board.

Thanks to highly developed computing, these relatively simple applications have provided Melco with its sales policy. In the US in particular, the company has

TRANSLATIONS

concentrated on new businesses and has even produced its own thick manual with nearly 300 pages providing expertise not only on embroidery but also including calculations. The computer can also produce samples (Melco offer a selection of more than 3,000); these can be expanded or modified on screen according to requirements. Over half domestic American sales are to "Start-up" enterprises.

Clever software for various types

The machines are certainly not limited to simple or restricted applications, as the programs

support complicated computing capability which is reflected in the stichery. One style of lettering can, for example, be produced in a curve (a Melco world-wide patent) and variously shaped motives can be achieved with an infinitely variable stitching direction within an area. No more than five parameters need to be entered into the design program and the computer works it out automatically.

The Melco systems are based on modular structure: The embroidery machine itself can hold up to 16 different patterns in its memory with a total of 120,000 stitches. The central processing unit monitors the machine and can control up to

16 machines in parallel or be used to draft new patterns. It can also serve as a computer for administrative purposes such as book-keeping, accountancy, etc. The link between the brain of the machine and its production side is also a company speciality, functioning via a local network using a standard four-wire (US) telephone line up to a distance of 70 metres.

All this is an expression of the company policy of offering small, high-output equipment at a reasonable price.

Melco management is aware that in the highly developed industrialised countries new businesses are less likely than existing

companies to take up small embroidery machines, as the latter will be looking for an additional facility. This has led to an emphasis on the compatibility of the control system with various commonly used large embroidery machines. Also Schiffler embroidery punch tapes can be produced on Melco machines and the small models are particularly suited to producing samples.

„ Menschen
tragen
Etikette. „

Dieser Trend zum «Herzeigen» setzt sich fort.

Bally Band macht auch
Ihren Namen oder Ihre Marke attraktiv sichtbar.

Gewobene und gedruckte Etiketten.
Transflock-, Leder- und Kunststoff-Etiketten.

Textile Bänder
für den technischen- und den Dekor-Bedarf.

**BALLY
BAND**

Bally Band AG, CH-5012 Schönenwerd,

Telefon 064 / 41 35 35, Telex 981 549, Telefax 064 / 41 40 72

SUBSCRIPTION CARD

Send this coupon in an envelope to:
Veuillez envoyer ce coupon dans une
enveloppe à:

Senden Sie diesen Abschnitt in einem
Umschlag an:

«Textiles Suisses»

Swiss Office for Trade Promotion

Av. de l'Avant-Poste 4

P.O. Box 1128

CH-1001 Lausanne (Switzerland)

Subscription prices valid until
December 31, 1991

Prix d'abonnement valables
jusqu'au 31 décembre 1991

Abonnementspreise gültig bis
31. Dezember 1991

Please enter the following subscription to/
Veuillez noter un abonnement à/
Notieren Sie bitte ein Abonnement auf:

TEXTILES
S U I S S E S

SUBSCRIPTION ORDER

Company/Name

Address

City

Country

Trade/Profession

Date

Payment:

check enclosed

Please bill us/me

Subscription rate (4 issues):
Switzerland Sfr. 70.-/Foreign countries Sfr. 80.-
or equivalent in local currency

Stamp/Signature

Prix d'abonnement (4 numéros):
Suisse Fr.s. 70.-/Etranger Fr.s. 80.-
ou contrevalleur en monnaie du pays

Abonnementspreis (4 Nummern):
Schweiz SFr. 70.-/Ausland SFr. 80.-
oder Gegenwert in der Landeswährung

86/91

READER SERVICE CARD

Send this coupon in an envelope to:
Veuillez envoyer ce coupon dans une
enveloppe à:

Senden Sie diesen Abschnitt in einem
Umschlag an:

«Textiles Suisses»

Swiss Office for Trade Promotion

Av. de l'Avant-Poste 4

P.O. Box 1128

CH-1001 Lausanne (Switzerland)

For further information concerning any
articles or firms mentioned in this issue,
please fill in the attached coupon. This is
a free service.

Pour de plus amples renseignements sur
les articles ou maisons présentés dans
cette édition, veuillez remplir le coupon
ci-contre. Ce service est gratuit.

Falls Sie nähere Auskunft über die in
dieser Nummer aufgeführten Artikel oder
Firmen wünschen, füllen Sie bitte neben-
stehenden Abschnitt aus. Dieser Leser-
dienst ist gratis.

Please send me further details concerning/
Je désire obtenir des renseignements complémentaires sur/
Bitte senden Sie mir nähere Informationen über:

TEXTILES
S U I S S E S

READER SERVICE

Issue No.

Page No.

Name of Company

Information required by/Information demandée par/Anfrage von:

Name/Position

Company

Address

City

Country

Wholesaler/Grossiste/Grossist

Retailer/Détaillant/Detaillist

Stamp/Signature

Importer/Importateur/Importeur

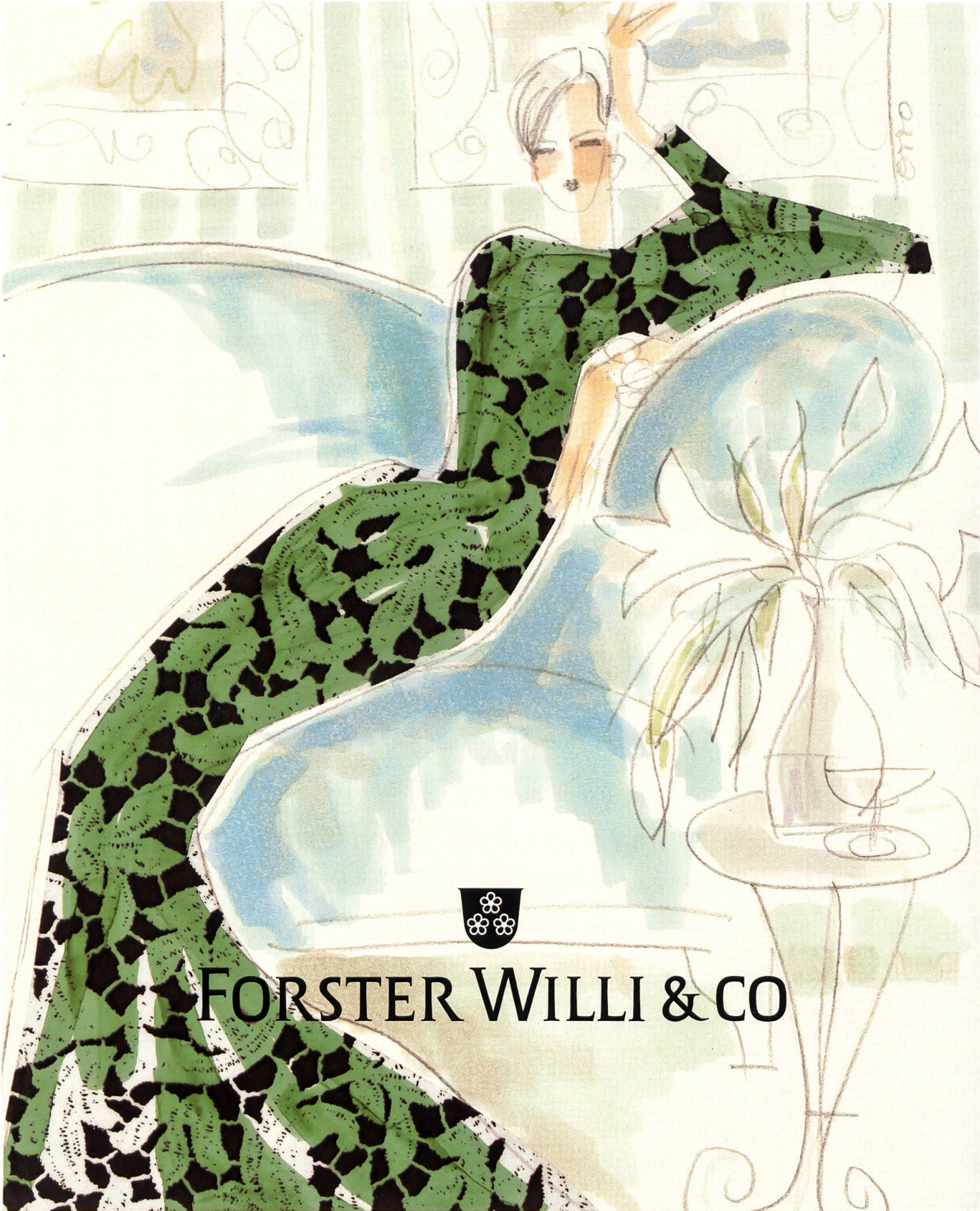
Other/Autre/Anderes

Clothing manufacturer/Fabricant de vêtements/Konfektionär

86/91

Abraham AG, Zollikerstrasse 226, CH-8034 Zürich, Tel. 01/55 25 22, Telex 816 815, Telefax 01/55 25 11	11
Albrecht + Morgen AG, Postfach, CH-9100 Herisau, Tel. 071/53 11 21, Telex 882 738, Telefax 071/52 30 46	14
Altoco AG, St.-Leonhard-Strasse 61, CH-9001 St. Gallen, Tel. 071/22 65 74, Telex 881 344, Telefax 071/22 65 70	10
Bally Band AG, Schachenstrasse 24, CH-5012 Schönenwerd, Tel. 064/41 35 35, Telex 981 549, Telefax 064/41 40 72	150
Bischoff Textil AG, Bogenstrasse 9, CH-9001 St. Gallen, Tel. 071/29 22 11, Telex 88 14 92, Telefax 071/27 76 91	8/9
Du Pont de Nemours International SA, 2, ch. du Pavillon, CH-1218 Genève, Tel. 022/717 51 11, Telex 415 777, Telefax 022/717 51 09	4
Eisenhut + Co. AG, In der Au 325, CH-9056 Gais, Tel. 071/93 13 06, Telex 77 186, Telefax 071/93 32 22	12
Eugster + Huber Textil AG, Mooswiesstrasse 68, CH-9202 Gossau, Tel. 071/85 85 81, Telex 883 833, Telefax 071/85 71 70	113/120/123
Filtex AG, Teufenerstrasse 1, CH-9001 St. Gallen, Tel. 071/22 58 61, Telex 88 14 08, Telefax 071/22 58 51	1
Forster Willi + Co. AG, Flurhofstrasse 150, CH-9001 St. Gallen, Tel. 071/25 55 15, Telex 88 35 31, Telefax 071/25 20 08	III couverture
Gemeinschaftsverband Textil (GVT), Postfach 4838, CH-8022 Zürich, Tel. 01/201 57 55, Telex 816 601, Telefax 01/201 01 28	IV couverture
Greuter-Jersey AG, CH-8583 Sulgen, Tel. 072/42 18 18, Telex 882 350, Telefax 072/42 37 04	14
Hausammann + Moos AG, CH-8484 Weisslingen, Tel. 052/34 01 11, Telex 896 446, Telefax 052/34 19 46	20
Höhener + Co. AG, Industriestrasse 15, CH-9015 St. Gallen, Tel. 071/31 42 43, Telefax 071/32 42 64	16
Inter-Spitzen AG, Bürerfeld, CH-9245 Oberbüren, Tel. 073/51 26 66, Telex 883 154, Telefax 073/51 75 74	22
Jaquenoud AG, Teufenerstrasse 2-4, 9001 St. Gallen, Tel. 071/23 36 23, Telefax 071/23 41 68	75/77
Willy Jenny AG, Flurhofstrasse 160, CH-9006 St. Gallen, Tel. 071/35 15 35, Telex 77 608, Telefax 071/35 48 08	66/70
Kesmalon AG, CH-8856 Tuggen, Tel. 055/78 17 17, Telex 875 645, Telefax 055/78 18 36	16
Lancement Léonard, 34, Champs-Élysées, F-75008 Paris, Tel. 45 62 78 66, Telex 644 469, Telefax 42 25 00 78	5
Mettler + Co. AG, Bionstrasse 5, CH-9015 St. Gallen, Tel. 071/32 21 32, Telex 881 122, Telefax 071/31 45 76	6
Müller Seon, CH-5703 Seon, Tel. 064/55 01 11, Telex 981 398, Telefax 064/55 27 52	28
Müller + Steiner AG, Zürcherstrasse 22, CH-8716 Schmerikon, Tel. 055/86 15 55, Telefax 055/86 15 28	16
Naef Nüesch AG, Säntisstrasse 9, CH-9230 Flawil, Tel. 071/83 11 44, Telex 77 697, Telefax 071/83 22 74	7
Niederer + Co. AG, CH-9620 Lichtensteig, Tel. 074/7 37 11, Telex 884 110, Telefax 074/7 37 91	17
Jacob Rohner AG, Alte Landstrasse 106, CH-9445 Rebstein, Tel. 071/77 12 21, Telefax 071/77 22 21	19
AG Adolph Saurer, CH-9320 Arbon, Tel. 071/46 91 11, Telex 77 444, Telefax 071/46 13 35	23, 26/27
Seta Riba AG, Stehlistrasse 5, CH-8912 Obfelden, Tel. 01/761 42 01, Telex 827 001, Telefax 01/761 44 46	18
E. Schellenberg, Wermatswilerstrasse 6, CH-8320 Fehraltorf, Tel. 01/954 12 12, Telex 56 889	16
Jakob Schlaepfer + Co. AG, Teufenerstrasse 11, CH-9001 St. Gallen, Tel. 071/20 11 40, Telex 77 164, Telefax 071/22 14 18	15
Schubiger + Schwarzenbach AG, Obergasse 2, CH-8730 Uznach, Tel. 055/74 11 11, Telex 875 441, Telefax 055/75 11 63	24
Schweizer Baumwollinstitut, Swiss Cotton, Postfach 942, CH-8065 Zürich, Tel. 01/829 21 58	21
Schweiz. Gesellschaft für Tüllindustrie AG, CH-9542 Münchwilen, Tel. 073/26 21 21, Telex 883 293, Telefax 073/26 41 61	16
Seidendruckerei Mitlödi AG, CH-8756 Mitlödi, Tel. 058/81 11 33, Telex 875 657, Telefax 058/81 11 13	25
Stehli Seiden AG, Stehlistrasse 5, CH-8912 Obfelden, Tel. 01/761 42 01, Telex 827 001, Telefax 01/761 44 46	18
Stotz + Co. AG, Walchestrasse 15, CH-8023 Zürich, Tel. 01/361 96 14, Telex 817 025, Telefax 01/362 66 46	113/121/123
Stünzi Textil AG, Fabrikstrasse 6, CH-8912 Obfelden, Tel. 01/761 59 06, Telex 827 001, Telefax 01/761 44 46	18
Taco AG, Feldegstrasse 5, CH-8152 Glattbrugg, Tel. 01/810 52 11, Telex 825 403, Telefax 01/810 92 56	II couverture
Union AG, Teufenerstrasse 10, CH-9001 St. Gallen, Tel. 071/22 46 06, Telex 77 410, Telefax 071/23 22 12	90, 94, 98
Weisbrod-Zürrer AG, CH-8915 Hausen am Albis, Tel. 01/764 03 66, Telex 827 015, Telefax 01/764 18 51	13
Ziegler + Co. AG, Talackerstrasse 17, CH-8065 Zürich, Tel. 01/829 27 25, Telex 825 636, Telefax 01/829 27 24	16
Zwickly + Co. AG, Im Neugut, CH-8304 Wallisellen, Tel. 01/830 46 33, Telex 826 203, Telefax 01/830 23 67	16

BRODERIES · JERSEYS · HAUTE · NOUVEAUTÉ



FORSTER WILLI & CO

WHY IT IS GOOD TO MAKE A SIGN



Fabrics all over the world bear our sign. Its significance is understood everywhere. It stands for highest quality, over 200 companies all with the same objective: the maintenance and improvement of a standard recognised throughout the world. To produce under this sign means responsibility and success. To purchase under this sign means collaboration with the right partners. The Swiss Fabric Directory lists these partners. We will gladly forward a copy free of charge – just give us a sign.



swiss
textiles

LIZENZGEBER Gemeinschaftsverband Textil (GVT) · DÉTENTEUR DE LICENCE Fédération Textile Suisse (FTS) · LICENSOR Swiss Textile Federation (STF)

P.O. Box 4838 | CH-8022 Zürich | Beethovenstrasse 20 | Telefon 01-201 57 55 | Telex 816 601 | Telefax 01-201 01 28