

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Band: - (1992)
Heft: 91

Artikel: Übersetzungen = Traductions = Translations
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795380>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 13.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Seiten 30-37

PARISER HAUTE
COUTURE FÜR
HERBST/WINTER
1992/93
**HAUTE OR HOT
COUTURE, THAT IS
THE QUESTION**

Für Frankreich ist Mode bekanntlich nicht nur ein Wirtschaftsfaktor sondern auch ein Prestigesymbol. Das wissen auch Politiker zu honorieren. Darum begnügen sie sich nicht damit, nur ihre Ehefrauen an Modeschauen zu schicken, sondern lassen es sich nicht nehmen, der "leichten Muse" selbst ihre Aufwartung zu machen. Zu den letzten Premieren-Schauen der Pariser Haute Couture erschienen nicht nur der Kultur- und Erziehungsminister Jack Lang, Justizminister Michel Vauzelle, sondern auch Premierminister Pierre Bérégovoy. Neben so viel politischer Präsenz verblasste der Glamour einer Joan Collins, die auch Gast der Pariser Couturiers war.

Es verstummten vor allem die Kassandrarufer, die unermüdet das Ende der Haute Couture predigen. Haute Couture or not Haute Couture, das ist auch nicht mehr die Frage. Sondern: Haute or Hot Couture, that is the question! Starres Festhalten an der Tradition oder Erneuerung durch weniger strikte Dogmen, die dem Nachwuchs die Tür zum Olymp öffnen, davon hängt vor allem der Fortbestand der elitären Pariser Mode-Institution ab. Die Erneuerer sind längst aktiv. Sie haben bei allem Respekt vor der hohen Schneiderkunst einen realistischen Blick für die Strasse und Gespür für den Zeitgeist. "On ne saurait sans danger l'enfermer dans ses traditions. La Couture n'a d'avenir que dans le quotidien. Jamais la rue n'a été aussi créative. La femme en adopte les formes, tout en revendiquant l'ornement qui souligne sa personnalité, sa liberté individuelle", sagt Christian Lacroix. Er hat mit einer glänzenden Winterkollektion seine Position als "Prinz der Hot Couture" ausgebaut. Er ist der Erste, der auf multikulturellen Wegen wandelt, ohne dabei in oberflächliche Folklore abzugleiten. Als innovativster Kreativeur wurde Karl Lagerfeld gefeiert. Ihm gelingt es immer wieder, aus dem traditionsreichen "Haute Chanel" eine freche "Hot Chanel"-Version zu machen. Die berühmten Tweedjacken zu "Destroyed"-Röcken aus Burenstoffen zu kombinieren, Handstickereien wie zerknittertes Weihnachtspapier wirken zu lassen, sind nur einige Beispiele seiner kühnen Zeitgeist-Couture. Andere Erneuerer stehen vor der Tür. Das ist neben dem Mailänder Gianni Versace auch Thierry Mugler, der zum ersten Mal Haute Couture-Modelle zeigte, leider noch im Zusammenhang mit Prêt-à-Porter-Kreationen, was keine Zukunftslösung sein kann. Dann gibt es noch die Couture-Youngster wie Olivier Lapidus und Hervé Pierre, der die

Balmain-Kollektion entwirft. Bei den fehlt es nicht an Talent, wohl aber noch an Mut für Hot Couture.

Ihre treuesten Komplizen finden alle Zukunftsschneider in der Schweiz, wo Stoff-Avantgardisten wie der Seidenspezialist Abraham, wie die Sticker Forster Willi und Schlaepfer keinen Aufwand scheuen, um den hohen Ansprüchen der Pariser Couturiers gerecht zu werden.

In der prekären Rocklängenfrage, die die Modewelt beschäftigt, sind sich die Couturiers einig: Die Säume fallen. Das Mass der Vernunft sind Röcke, die bis ans Knie reichen, eine Länge, für die sich vor allem Yves Saint Laurent stark macht. Das Mass der Erneuerer liegt zwischen Wade und Knöchel. Hohe Schlitze, Portefeuille- und Pareo-Formen sorgen dafür, dass das Bein dennoch sichtbar bleibt. Als Alternativlösung offerieren auch die Couturiers verstärkt Hosenanzüge, die vom strengen Tailleur-Pantolon (Dior) bis zu Fantasiekreationen mit weiten Flatterhosen (Lacroix) reichen. Lagerfeld löst Längenprobleme, indem er sowohl Röcke als auch Hosen aus transparenten Seiden- oder Wollmousselines schneidert, unter denen frech Überkniestrümpfe hindurchschimmern.

Prominentestes Opfer des Saumrutsches wurde das "kleine Schwarze". Es mausert sich zum "langen Schwarzen" – ein neues Dinnerkleid, das die erotische Wirkung von Rita Hayworth's berühmtem "Gilda"-Modell hat. Die neue Länge favorisiert eine schmale Silhouette, schmal wie ein Handschuh, mit geraden Schultern und markierter Taille. Am besten kommt diese Silhouette an den Kostümen zur Wirkung, die von der Haute Couture überwiegend mit langen Jacken offeriert werden und mit raffinierten Schnitten und ausgeschmückten Details Beispiele hoher Schneider-



kunst liefern. Maxi-Längen geben auch Wollmänteln neue Allure, vor allem in Redingote- und Zeltformen.

Die Tagesmode steht ganz im Zeichen der "Neuen Einfachheit", die sich in der Couture ganz im Gegensatz zum Prêt-à-Porter nicht in simpler Basics-Sportswear-Mode erschöpft, sondern eine Eleganz zelebriert, die hoffentlich auf die uniforme Strassenmode Einfluss nimmt. Mit dezentem Neo-Hippie-Look, China-Versionen und orientalischen Anklängen wird Zeitgeist-Themen Rechnung getragen. Ungaro zelebriert eine Hommage an Man Ray, in dem er dessen berühmte Lippenmotive zum Dekor seiner Mode macht. Tierschützer haben nun auch in den Luxus-schneidern ihre Verbündeten gefunden, die mit eleganten Wildkatzen-Imprimés der "Fauve"-Mode folgen. Bei den mit Leopardenfellmustern bedruckten Alpamänteln von Jean-Louis Scherrer dürfte es keiner Couture-Kundin schwerfallen, auf einen echten Pelz zu verzichten. Die "Neue Einfachheit" reicht nur bis in die Cocktailstunde. Danach wird die Kleidermode opulent, zumal die Kundschaft aus den Golfstaaten nach Paris zurückgekehrt ist. Doch die Pracht der Roben manifestiert sich weniger in der reichen Formenwahl als in den kostbaren Stoffen und ausgeklügelten Stoffkombinationen.

Gibt sich die Tagesmode diskret in Beige-, Grau- und Brauntönen, so bringen Edelsteinfarben wie Rubin, Amethyst, Granat, Saphir und Opal die Abendmode zum Leuchten. Doch die Lieblingsfarbe ist und bleibt Schwarz. Haut Noir oder Hot Black, that is the question.

Seiten 38-49

JAKOB SCHLAEPFER & CO. AG, ST. GALLEN

Die Neuheit des Pailletten-Künstlers ist die goldene Schrumpf-Tiffany-Qualität, die wegen ihres dreidimensionalen Charakters der Paillettenmode eine revolutionäre Optik gibt. Experimentierfreudige Couturiers wie Cardin und Paco Rabanne haben sich dafür begeistert. Für die Ko-



stümme bringt Schlaepfer einen schwarzen Pailletten-Matellassé sowie einen schwarz-weißen Tweed, der mit Pailletten überstickt wurde. Ein Schwerpunkt-Thema der neuen Couture-Kollektion ist Samt in originellen Variationen, als Broderie Anglaise, als mit Jet oder Diamanten besetzte Uniquität, als Stickerei mit Découpé-Effekt, als Samt-Applikation auf Métalique-Tüll oder Seidentaft. Jugendlichen Charme haben die diversen Ruban-Qualitäten. Kunsthandwerk in seiner höchsten Form sind die Goldtupfen-Tülle, in denen zwischen zwei Lagen kleine Satinröschen, Goldblätter oder dekorative Rubinsteine leuchten – Stoffe wie aus Tausendundeiner Nacht.

Seiten 50-57

ABRAHAM, ZÜRICH

Zwischen den eleganten Unis in delikaten Farben und reichen, byzantinisch anmutenden Matelassés bietet der Züricher Seidenspezialist ein Spannungsfeld, das dem Zeitgeist entspricht, der einerseits zur "Neuen Einfachheit" tendiert, andererseits eine Sehnsucht nach der Pracht des Orients hat. Multicolor-Matelassés mit Gold, Velours-Façonnés, mit Gold überdruckte Matelassés oder Crêpe-de-Chine-Imprimés, die an alte Kellimmuster erinnern, interpretieren die orientalische Richtung. Uni Crêpe Satins in Aquarellfarben, hochwertige Satin-Double-Faces sowie Satin-Duchesse-Double-Faces vertreten die "Neue Einfachheit", für die Yves Saint Laurent die Massstäbe setzt. Das Modethema "Fauve" wird virtuos auf Faille, Mousseline-Satin, Satin und Panne variiert. Für die Samtmode ist der Velours-Côtelé in den dunklen Tönen wie Braun, Schwarz und Rubin eine Bereicherung.

Seiten 58-65

FORSTER WILLI & CO., ST. GALLEN

Mit Wollguipures und Chenille-Stickereien setzt der St. Galler Avantgardist neue Massstäbe für Haute Couture-Stickereien. Die voluminösen Garne geben den Kleidern- und Kostümqualitäten dreidimensionalen Charakter und eine rustikal anmutende Eleganz. Als Mustervorlage dienten etwa alte russische Spitzen, die virtuos übersetzt wurden. Chenille-Stickereien auf Faille sowie auf Nadelstreifen-Flanell begeisterten Christian Lacroix, während Gianfranco Ferré für Dior eine schwarze Wollguipure aus Handstrickgarnen wählte. An die Mode der Möbelstoffe erinnert eine bunte Gobelin-Stickerei auf schwarzem Fond. "Hot Couture" interpretiert eine naturweisse Wollguipure sowie die Kombination von Wollguipure und Piqué. Dekorativ ist die kombinierte Chenille- und Soutache-Stickerei auf rustikalem Piqué aus Wolle/Seide. Lagerfeld wählte für Chanel eine schwarz-weiße Baumwoll-Guipure, mit Tweedoptik.



Pages 66-69

ALTA MODA ROME — HIVER 92/93 FABRIC FEELING



L'Alta Moda à Rome se trouve dans une position quelque peu affaiblie vis-à-vis de Paris qui a su attirer les plus prestigieux noms italiens de la Haute Couture. Valentino et Versace, pour ne citer qu'eux, ne présentent plus qu'à Paris et Ferrè s'est entièrement introduit dans la Haute Couture avec sa collection Dior. Indépendamment de ces quelques failles gênantes, la force des Italiens sur les estrades romaines demeure effective et surtout visible: une sensibilité accentuée pour les belles matières. Fabric Feeling, à l'origine de la mode.

Les meilleurs parmi les fidèles à Rome — en dépit des talents indéniables de la relève, il s'agit en priorité de créateurs établis tels Sarli, Lancetti, Barocco — ont une relation privilégiée avec les étoffes, mettant en valeur la spécificité de chaque matière et sa sensualité. Le plaisir de toucher et de façonner velours et soie, tweed et broderie, nappa souple et brocart rigide, le

plaisir d'accorder les tons, les nuances, se transmettent spontanément au spectateur. Les mélanges même osés et dont on se sert volontiers — en associant oppositions, tissus légers et lourds, dessins contrastants — ne sont jamais criards. Même le luxe et les effets spectaculaires demeurent encore de bon goût.

L'Alta Moda ne manifeste pour ainsi dire aucune ambition dans le sens de la «Hot» Couture et, de ce fait, ne vise pas le sensationnel et n'offre que peu de prise aux discussions. Le renouvellement de la silhouette s'effectue en douceur, la tendance «longue» y est présente, sans forçage. Une certaine élégance est indispensable et souvent plus importante que le courage d'innover. Partout, les tissus, parmi lesquels également des nouveautés suisses, sont remarquables.

Pages 70-93

CONTINUITÉ ET INDIVIDUALISME

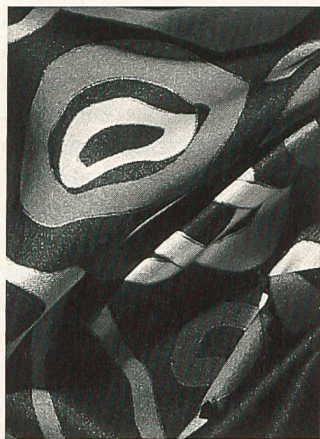
C'est un rôle de funambules que doivent jouer les choryphées de la mode actuelle, à quel qu'échelon que ce soit, mais et surtout à celui des tissus dont le rôle principal ne fait que s'affirmer. Ils doivent trouver le juste milieu entre les sentiments contradictoires des consommateurs qui oscillent entre le besoin de quiétude et une envie de mouvement, entre une polarisation de la personnalité et une course à la variété tous azimuts. Il s'agit de trouver un dénominateur commun entre stabilité et changement, entre effacement et décorum. Donner le ton avec précision en usant d'instruments discrets — voilà l'art qui prévaut actuellement.

La mode est à la recherche d'une base fiable tout en favorisant des éléments soulignant l'individualité. Le propos est moins d'imposer des tendances que des offres convaincantes traduisant des états d'âme, un art de vivre. Cette recherche se nourrit pour une large part de ce que lui offre la nature. C'est elle qui importe le plus, source d'inspiration essentielle s'il en est. La prise de conscience du danger accru qu'encourt l'environnement a aiguë la perception, et voilà: la découverte de l'incommensurable diversité des couleurs, des structures en permanente évolution, au gré des changements de la lumière, des heures du jour et du rythme des saisons. C'est la nature qui anime le créateur de tissus et le technicien en textiles pour imaginer des constructions et des structures de surfaces toujours renouvelées. Tradition et invention, réalité et imagination, biotope et artifice se rencontrent. En deux mots: nature et mode.

La concrétisation de ce qu'offre la nature est particulièrement sensible dans le thème «Autumn Forest», qui allie les nuances rouge-jaune-brun-vert de la forêt automnale et les dessins et structures des sous-bois, les mousses, fruits sauvages et les impressions de pelages. Un chaleureux confort émane de ces tissus grenus, crépés, compacts, des tweeds et des carreaux et des effets bouillonnants et irréguliers.

«Easy Going», une tendance ville, apparaît de prime abord discrète, toute en raffinement et tendresse, présente à toute heure du jour dans une coloration retenue ou doucement pastel et dans la finesse de ses dessins. Le naturel s'affiche en même temps que l'exigence d'une qualité noble, de finesse, de douceur et d'un soupçon de romantisme.

«Cirque d'Hiver» est étincelant: atmosphère de manège avec



brillant et brillance et des lueurs métallisées, mais aussi de la fantaisie, de l'humour, une coloration insolente et une sensualité de velours, des dessins osés ou de généreux matelassés. Tout cela fait partie du cirque — c'est-à-dire du répertoire des tissus décoratifs prévus cet hiver.

Pages 94-95

FILTEX SA, ST-GALL VIRTUOSITÉ DU POINT À L'AIGUILLE



L'incessante recherche des brodeurs dans l'innovation, que ce soit dans le domaine des techniques ou de l'interprétation des tendances de la mode internationale à contribué à renforcer la solide position qu'occupe actuellement l'art de la broderie dans la mode. Elle n'est plus réservée aux grandes occasions ou au seul domaine de la Haute Couture, le charme de ces ornements a gagné le quotidien, où les broderies apparaissent – pour ne citer qu'un exemple – sous forme de cols sur les blouses ou les pullovers. La lingerie se fait plus féminine, ornée de ravissants galons et de motifs de charme. Filtext joue à la perfection des contrastes mats et brillants, de l'opacité face à la transparence dans ses incrustations, motifs, galons ou cols. Les cols ronds en organza, en soie, piqué et lin, parsemés de fleurettes ou à découpes aérées, sont d'un effet remarquablement plastique, réalisés dans d'épaisses guipures; ailleurs ils sont agrémentés d'or ou brodés au cordonnet ou avec des fils métalliques fins tels des filigranes et, pour l'hiver, ils sont encore proposés en velours et laine.

Pages 96-107

LA BRODERIE – TRADITION ET MODERNISME

Il n'y a guère de branche où tradition et modernisme voisinent avec autant d'aisance que dans la broderie. Aucun secteur textile ne « respire » à ce point au rythme du design. Nulle part ailleurs il n'est possible de prendre modèle sur des milliers de dessins accumulés au cours des siècles, de s'en inspirer, les reformuler, les associer aux idées actuelles et les concrétiser dans des matières nouvelles et par des techniques modernes.

Une des particularités les plus attachantes de la broderie réside dans les variantes pour ainsi dire infinies de points et de combinaisons de points, de matières de base et de fils qui, grâce à l'imagination des créateurs, se traduisent par de la géométrie, du figuratif, des dessins graphiques et floraux dans des associations toujours renouvelées. C'est une des raisons et non la moindre de la relance de la broderie en dépit de la forte concurrence que représentent les dentelles élastiques.

Certains joyaux de la broderie concrétisés autrefois à grand-peine et à la main sur divers fonds, deviennent des mélodies à variations qui chantent tout au long des siècles: retrouvées dans d'anciens livres d'échantillons, les ordinateurs les plus récents font vibrer ces broderies raffinées qui ennobliennent la lingerie. Élégance, raffinement, luxe. Broderies, dont les multiples facettes impriment à la lingerie ce souffle précieux, personnalisé, ce caractère unique. Réalisées avec légèreté, renouvelées sans cesse

sous de nouveaux aspects, elles sont bien plus éloquentes que les comparaisons de coupes et de qualités de tissus.

Le plus fascinant, lorsque l'on pense broderie, est le fait que la tradition n'a jamais été interrompue, que le travail à la main et la broderie machine se sont interpénétrés sans heurts et qu'à aucun moment la broderie n'a perdu la moindre parcelle de son charme. Au cours des siècles se sont accumulés des trésors de broderies, de dentelles, de points et d'associations de points et de manières d'en disposer sur une surface de tissu; l'industrie suisse de la broderie s'en sert actuellement – surtout dans la lingerie mode – afin d'inspirer de nouvelles créations.

Se référer à la tradition ne signifie en rien la copier, il s'agit bien plus de créer des accords nouveaux sur la base de notes connues, d'exprimer une manière de vivre



actuelle et qui satisfasse également aux impératifs de la mode et des techniques les plus récentes. Stylistes et techniciens utilisent tous les moyens « High-Tech » à leur disposition, collaborent avec les créateurs, les stylistes et les spécialistes des nouvelles confections, dans une symbiose composée d'éléments traditionnels et d'innovations absolues.

Le progrès ne signifie pas réinventer la roue à chaque fois mais prendre un certain recul face à ce qui a été réalisé. Impossible donc de concevoir le progrès sans le passé. Cette prise de conscience – en broderie tout particulièrement –

est à la base même de la liberté créative. Prévoyantes, les entreprises suisses de la broderie, depuis des décennies, ont établi des ouvrages de références pour leurs échantillons. Joyaux historiques, précieux témoins de l'évolution de la broderie en Suisse, ils sont également la preuve d'une créativité jamais en défaut et de la qualité des produits d'une branche riche de sa tradition. Parallèlement, on a rassemblé des textiles des siècles passés et de divers pays, non seulement par passion de collectionneur et par goût du beau, mais aussi afin de stimuler l'esprit créateur.

La broderie anglaise, réservée auparavant essentiellement aux vêtements de jour, revient en force et surtout dans le domaine de la lingerie. Des motifs très généreux – utilisés autrefois essentiellement pour les blouses – garnissent les vêtements de nuit et embellissent ces dessous qui, actuellement,

s'étalent au grand jour. Les tulles « nid d'abeille » élaborés inspirent la broderie mais également les fabricants de tissus qui, à leur tour, mettent au point des nouveautés propres à animer les brodeurs. Divers fonds mettent en valeur la dentelle de tulle ou chimique, lesquelles, traduites en broderie au cordonnet, ont un aspect totalement inédit. La traditionnelle dentelle au fuseau est une source pour la création de nouvelles broderies chimiques, légères et délicates, qui font le pont entre le passé et le présent. La guipure, véritable ou imitée, est bien ancrée dans le secteur lingerie.

Pages 108–109

AARE SA DES BOUTONS D'UNE FANTASIE PLEINE D'ALLANT

La diversité des tendances de la mode se reflète dans le généreux choix des matières de la maison Aare SA. Le thème «Nature» se traduit par le bois, la pierre, la nacre, la corne et l'écaille, cependant métal et effets granités y ont également leur place, le tout en des combinaisons extrêmement adroites. Surfaces de granit lisse à l'aspect poli d'une part — une matière vieille comme le monde et que la mode remet au goût du jour — structures irrégulières et qui rappellent des gouttes pétrifiées d'autre part, font autant de boutons attrayants et originaux.

On accorde une importance particulière aux associations de matières, preuve en est le thème «Décoration», qui traduit des idées venues d'Orient en ornements rappelant la passementerie, avec des garnitures de pompons et des boutons côtelés et mats. Le folklore des Balkans et des impressions de Russie viennent agrémenter les modèles d'un nouveau style campagnard. Pour les accompagner, des fermoirs bord-à-bord en passementerie rehaussée de métal et des combinaisons en bois et nacre originales. Très Haute Couture, les élégants boutons métalliques à différents sujets, ainsi cette tête de lion par exemple et d'autres, finement ouverts de tendance nettement Louis Philippe. L'idée du «set», de l'ensemble s'imposant, boucles de ceintures et broches sont proposées en complément.

Pages 110–117

DE LA LIBERTÉ ÉTROITE, MAIS COMBIEN ENRICHISSANTE, DES TISSEURS DE CRAVATES

L'habit ne fait pas le moine. Pourtant, Honoré de Balzac le reconnaissait déjà, la cravate joue un rôle considérable. Sa prestance dépend pour une bonne part de son tissu, mais aussi du goût de son noeud, dont l'écrivain se fait d'ailleurs le protagoniste dans une publication restée célèbre. Aujourd'hui, on ne connaît guère plus de deux, peut-être cinq noeuds standards. Ainsi, les cravates sont surtout fonction de leurs tissus qui, si l'on considère la clientèle des fabricants suisses, de soieries, doivent répondre et répondent à des exigences sans pareil. Leur création, défi peu connu, relève d'un art comparable à celui de la broderie. Elle sous-entend un summum de performances textiles, qui, occasionnellement, touchent aux limites de ce qui peut paraître possible ou sensé. Elle oscille constamment entre un traditionalisme innovateur et une extravagance qui, tous deux, ont leur raison d'être sur un marché aussi spécifique. Elle incarne les exigences d'un utilisateur tantôt difficile tantôt nonchalant. Les tisseurs, dans cette branche, savent se profiler aussi bien au gré des desiderata de la mode italienne qu'à celui des inspirations germaniques, plus cycliques et évidentes. Malgré leur spécialisation très pointue, ces tisseurs sont mis à rude contribution par la concurrence que représentent d'une part les fabricants d'Extrême-Orient fournissant à vil prix, de l'autre les imprimeurs. Pour éviter un tel carcan, nos

spécialistes de la cravate, faisant de nécessité vertu, tissent leurs créations de façon à ce qu'elles ressemblent à des impressions. Ou rehaussent leurs jacquards, de consistance intrinsèquement inégalable, par une variété de nuances et une subtilité dans les rapports de dessins, qui, d'ordinaire, sont l'apanage des imprimeurs. Détachés depuis longtemps des exigences de la mode habituelle, les tissus pour cravates évoluent en fait dans un domaine qui leur est propre. Si leur liberté d'expression peut d'emblée paraître étroite, ils frappent néanmoins par la richesse de leurs inspirations: ici des comiques et des motifs artistiques de toutes provenances, des ornements figuratifs et des rayures; là des carreaux et, bien sûr, d'innombrables minidessins. A quoi il faut ajouter une abondance de couleurs et de combinaisons de teintes dont on peut croire qu'autrefois un homme sérieux ne se serait jamais épris. L'évolution de la mode des cravates est pour le moins captivante. Elle bénéficie aussi de nombreux perfectionnements au niveau des fibres et de leurs mélanges. Pourtant, seuls les initiés connaissent véritablement les performances créatives et mercatiques que représente ce morceau de tissu dont l'homme moderne se pare trop souvent inconsciemment.

Les tisseurs de cravates n'occupent qu'un segment restreint de l'industrie textile suisse. Leur production s'élève à quelques millions de mètres par an, dont plus de 90% sont exportés, ceci à raison d'environ un tiers vers chacun des trois principaux marchés que représentent l'Europe, les USA et l'Extrême-Orient. Le prix du mètre de tissu oscille entre 10 et 50 francs. Il y a lieu de noter que les tisseurs de soieries, puisque c'est d'eux qu'il est presque exclusivement question, opèrent simultanément dans d'autres domaines:

pour les confectionneurs de vêtements dames ainsi que, ici et là, pour les ensembliers et décorateurs. La production de tissus pour cravates ne constitue pas leur principale ressource. C'est d'ailleurs ce qui rend ces spécialistes si flexibles: ils ne sont pas contraints de mettre tous leurs oeufs dans un même panier et bénéficient d'effets synergiques exceptionnels. Cette flexibilité est toutefois limitée par les coûts de la création, qui peuvent atteindre 10% du chiffre d'affaires des entreprises. Le département cravates des tissages, tout restreint qu'il puisse être, constitue un véritable commerce dans le commerce et obéit à d'autres règles. Ce qui ne l'empêche pas de se diversifier pour pouvoir traiter avec des confectionneurs de vestes, robes de chambre, parapluies et autres accessoires, tous de haute gamme bien sûr au vu des prix élevés de tels tissus.

Si la cravate, dans le monde entier, toutes techniques de fabrication confondues, a tendance à très bien se porter, la situation des tissages de fils teints, elle, est loin d'être enviable. La concurrence des imprimeurs est actuellement écrasante. C'est que les imprimés sont d'un prix plus abordable. Et qu'à prix égal leurs dessins sont beaucoup plus variés et colorés. Par ailleurs, les impressions s'avèrent plus légères et ont un toucher plus doux. A ce titre, elles répondent peut-être mieux aux exigences de confort de l'habillement moderne. Par expérience, les tisseurs savent pertinemment que leurs produits ne percent réellement que tous les quinze ans environ et que la cravate imprimée ne disparaîtra jamais entièrement du marché. Mais il suffirait d'un décalage minime en leur faveur pour améliorer sensiblement leur situation. D'autant plus que les offrants potentiels se limitent désormais à quelques tisseurs de jacquards, des Suisses mais principalement des Italiens,

auxquels s'associe un petit nombre d'Anglais.

Attendre jusqu'à ce que le vent tourne en faveur du tissage? Cette recette ne saurait avoir cours puisque les entreprises concernées souffrent déjà de la récession mondiale dans le survêtement dames et la décoration intérieure. Ces domaines ne sont pas à même d'épauler le département cravates des entreprises: leur rendement actuel le leur interdit. Aussi, conformément à la devise, les spécialistes de la cravate parmi les fabricants suisses de soieries s'aident-ils eux-mêmes. Nos recherches révèlent qu'ils procèdent comme suit:

— Ils continuent à développer le caractère mode et la qualité de tissus qui font déjà rêver, de textures qu'on ne rencontre nulle part ailleurs. C'est le cas de ces merveilleux mogadors, pure soie ou soie/coton, d'un luxe absolu, comptant jusqu'à 100 points et 124 fils de chaîne au centimètre! Ou de ces motifs individuels qui, étant donné la clarté de leurs traits, doivent être patronnés à la main. Ou encore de ces mélanges savants: soie/cachemire, soie/lin, soie/laine voire soie/ramie. «Nous n'avons jamais développé autant de nouveautés qu'au cours des cinq dernières années!»

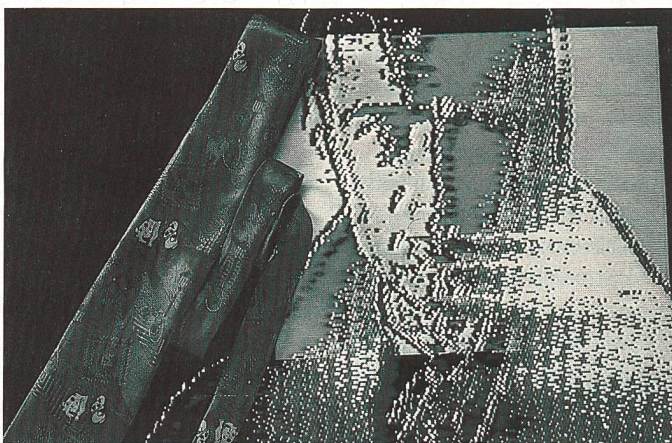
— Ils allègent optiquement leurs soieries à haute densité par des ennoblements toujours plus performants: le toucher s'adoucit, la fluidité s'accroît. Ces tissages sont favorisés par le fait qu'ils disposent de leurs propres installations de finissage.

— If You can't beat them, join them! Fidèles à ce principe, nos soyeux vont jusqu'à nantir leurs jacquards de dessins appliqués par décalcomanie, aux rongeurs ou à l'aide de chaînes imprimées. Ainsi, ils s'octroient en quelque sorte les atouts de l'impression.

— Ils s'efforcent, avec succès, de rendre la soie plus résistante à

l'eau et au froissement, pour mettre la noblesse de leurs produits à la portée d'une mode plus fonctionnelle et d'un plus grand nombre d'utilisateurs.

Pour susciter les commandes, il faut aujourd'hui que les produits de ce genre soient accompagnés d'une orchestration mercatique parfaite. «Nos clients ne veulent pas expérimenter: ils réclament des programmes capables d'un impact prometteur!». On connaît la nécessité qu'ont les offrants de se profiler jusqu'au sein de leur spécialisation, de faire preuve de leur fle-



xibilité en procédant constamment à de nouveaux échantillonnages par exemple. On sait également que la qualité ne s'avère pas seule déterminante, qu'elle doit être accompagnée de prestations stylistiques exemplaires. Raffinement de la créativité, sensibilisation de l'entreprise et actualisation du marketing sont quelques-unes des recettes probantes de succès.

L'ambiance qui règne présentement chez les tisseurs de cravates apparaît à la fois préoccupante et confiante:

— La récession — qui ne frappe pas seulement le textile — est doublée d'une offre excédentaire. Les ouvertures que représenteraient quelques marchés prospères sont de plus en plus rares. Dans des conditions aussi rigoureuses, tous les moyens sont bons pour accé-

der au succès. Le prix, naturellement, joue un rôle primordial. On assiste ainsi non seulement à une évolution provisoire, parce que conjoncturelle, mais aussi à des modifications structurelles qui, à longue échéance, marqueront l'industrie textile tout entière.

— Conjointement cependant et à l'encontre des prévisions pessimistes, on s'aperçoit que la cravate dispose d'un potentiel de survie surprenant et qu'elle peut même, dans certains cas, s'enorgueillir d'un excellent chiffre d'affaires. Quoique, comme les tisseurs de fils

teints le reconnaissent, ce succès doit surtout être attribué aux cravates imprimées. Contrairement à tous ceux qui ont pu voir en elle une «réminiscence bourgeoise» ou, plus crûment, une «corde au cou», la cravate ne s'est jamais aussi bien portée qu'aujourd'hui. Même si on ne l'arbore plus en toutes occasions. Chaque vogue anticravate que nous ayons connue (la mode des pulls à col roulé par exemple) a aussitôt provoqué un goût contraire (les cravates sont alors réapparues, plus larges que jamais). D'autre part, jeans et cravates coexistent parfaitement. C'est la preuve que la mode repose bel et bien sur un besoin inné de changement de même que sur une certaine frivolité.

— La situation des fabricants de tissus pour cravates est critique

si l'on considère l'évolution de leur clientèle spécifique. On s'aperçoit que les chaînes de détaillants du monde entier tendent de plus en plus à écarter les confectionneurs en place en achetant elles-mêmes les tissus dont elles ont besoin, pour les faire confectionner à leur propre compte. Les tisseurs se montrent d'autant plus attentifs au «cumul des marges» que cette verticalisation fait comparativement apparaître chez les confectionneurs de cravates traditionnels. Ce cumul, lié aux nombreux échelons de fabrication, peut renchérir un produit à tel point que les hauts de gamme, intrinsèquement les plus onéreux, sont menacés d'exclusion du marché. Il est intéressant de constater que le tissu, critère essentiel d'une cravate, ne représente cependant qu'un tiers du prix facturé par le confectionneur, pour tomber jusqu'à un dixième du prix de vente au détail.

Quoi qu'il en soit, la situation du tisseur de cravates dépend en grande partie du partenariat qui s'instaure entre lui et les confectionneurs. Les contacts réciproques qui en résultent permettent souvent de véritables performances en matière de création. Aussi les grands couturiers et les stylistes de réputation mondiale ont-ils pris l'habitude de s'approvisionner auprès des tisseurs de cravates suisses. Ce dont les confectionneurs traditionnels de cravates profitent eux aussi. Car le tisseur suisse, de par son savoir, a généralement plus d'une idée d'avance sur ceux de ses concurrents qui n'ont pas le loisir de côtoyer couturiers et stylistes.

Ceci n'exclut pas, cependant, pour les tisseurs, la nécessité de se procurer eux-mêmes les informations dont ils ont besoin pour élaborer leurs collections. La visite des salons spécialisés, tels que Pitti Uomo, Herren-Mode-Woche et SEHM, est inéluctable. Les

échelons de la fabrication requièrent un rapprochement de plus en plus évident, ceci sous l'influence principale des échantillonnages et ajustements de collections incessants.

On peut s'attendre à ce que dans la cravate, comme ailleurs dans le textile, l'avenir immédiat ne se distingue par aucune tendance dominante, mais bien par une mode multiple répondant à des exigences nombreuses voire contradictoires. Cette perspective favorise les tisseurs de fils teints, actuellement absorbés par l'élaboration des collections de l'automne/hiver 1993/94, car:

— La couleur reste l'élément primordial des cravates: la polychromie, les teintes vives et les contrastes nets sont de rigueur; les thèmes ternes de type Armani, comme les pastels, perdent du terrain.

— On assiste également à une métamorphose prononcée au sein des groupes de couleurs: suivant l'évolution de la mode dans le sur-vêtement masculin, les nuances de bleu réapparaissent; le rouge conserve son importance; les verts, du lierre à l'émeraude, connaissent une faveur croissante.

— Les dessins abandonnent les inspirations sauvages et les effets surfaciques pour se porter sur les petits rapports: allovers, micromotifs, carreaux et — surtout — rayures.

— Les effets jusqu'ici dominants de la chaîne cèdent la place au charme typique de la trame.

— Les armures lisses sont de toute évidence remplacées par des textures volumineuses et douces. La cravate se structure, arbore un certain relief, de façon analogue à l'aspect plutôt sportif de l'habillement masculin.

Voilà autant de bons présages pour la cravate noble tissée qui pourra à nouveau révéler son art et ses mille facettes.

Pages 118–119

EDITION FABRIC FRONTLINE ART ET CRAVATES

Ses relations privilégiées avec les artistes ont incité Fabric Frontline à introduire dès le début une touche d'originalité dans l'élaboration des tissus. Avec un succès certain, car: de telles sources d'inspiration, inhabituelles pour la plupart en ce qui concerne les tissus et la mode puisque issues d'un environnement créatif très différent, ont contribué à établir en peu de temps l'inimitable profil de ces «soyeux» zurichois. Jusqu'aux bêtes à bon dieu, papillons et vertes grenouilles qui contribuent à leur manière à la réputation particulière des cravates de Fabric Frontline.

Une nouvelle édition de cravates artistiques, plus exclusive et en édition limitée, puisqu'elle n'est produite qu'en 250 exemplaires et donc réservée aux seuls amateurs inconditionnels, vient de paraître. Neuf artistes qui se sont fait connaître et apprécier dans de nombreuses expositions internationales — appartenant tous à la génération des 35 à 45 ans — en majorité allemands, avec deux autrichiens et un espagnol, ont créé chacun, à la demande de Fabric Frontline, un modèle de cravate. Proposées sous forme de set, elles sont imprimées et confectionnées à la main et doublées pure soie. Petits bouts de soie qui présentent un échantillon très différencié de la personnalité artistique de chacun des neuf peintres.

Pages 126–127

VISION TEXTILE

Inventaire de l'industrie textile suisse, tour d'horizon et analyse des atouts et faiblesses pour dresser les principes directeurs des années 90, critiques

L'élaboration de plans concrets, une tâche souvent délicate, débouche rapidement sur le fictif en périodes turbulentes. Définir une vision, par contre, a tout son sens. Une vision éclaire les objectifs d'une entreprise et fixe la ligne de conduite nécessaire. Les industriels suisses viennent de déterminer leur «Vision textile», en analysant sérieusement leur situation et en s'entretenant cartes sur table, mus par la volonté d'ouvrir main dans la main de nouvelles voies là où il le faut. Ils se sont réunis, les dirigeants des filatures, tissages, finisages et fabriques de broderies suisses. L'essence de leurs échanges et des exposés qu'ils n'ont cette fois pas achetés mais rédigés eux-mêmes, constitue la base d'un profil intéressant toute la branche textile, d'un document qui, publié prochainement, contient les principes d'une marche à suivre claire. Les entreprises en feront individuellement leur point de repère. «Vision textile» prouve que l'industrie textile helvétique est certainement aussi innovatrice que celle des autres pays européens. Une étude récente de l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich situe d'ailleurs cette industrie parmi les plus performantes de Suisse. Contre toutes les réserves qui ont pu être examinées, «Vision textile» confirme franchement la vocation productrice de la Suisse.

On serait tenté d'affirmer que sur le papier tout se résout, que la situation de l'industrie textile en Europe n'a rien d'enviable, que la

Suisse se trouve de surcroît spécialement confrontée à la nécessité d'adhérer à l'EEE, plus tard à la CE. Les spécialistes suisses ne se font aucune illusion des limites du marché qu'ils doivent à leur créativité. On connaît le danger que comporte l'émigration des ateliers de confection dans les pays limitrophes. Pourtant, malgré tout, les industries textiles suisses entendent serrer les coudes et développer encore leurs moyens d'action. Leur concept horizontal leur permet de s'adapter rapidement. Leur parc de machines s'avère flexible. Le marché européen conservera dorénavant leur priorité, même si elles convoitent déjà celui de l'Extrême-Orient. Leurs attentes de l'Europe de l'est sont, à moyen terme, mitigées. Et elles savent que leur avenir réside dans cette qualité qui fait leur exclusivité.

Les bases de «Vision textile» sont claires: malgré la récession générale et malgré le cash-flow médiocre des entreprises, les dirigeants envisagent une augmentation substantielle des investissements. C'est que «Vision textile» inaugure un véritable esprit de coopération, dont les prémices ont pu être perçues lors de la fondation de la Fédération Textile Suisse, organisation faitière par excellence. Les efforts vont se concrétiser comme suit:

— Se rapprocher de la clientèle! C'est la principale des tâches. La flexibilité des entreprises doit être renforcée, le service à la clientèle placé au premier plan.

— Rester à la pointe de la mode! Le partenariat doit être amélioré pour saisir les besoins les plus nuancés des utilisateurs. On n'hésitera pas à s'associer avec la clientèle pour élaborer des produits réunissant toutes les chances de succès.

— Persister dans la qualité! Le profil qualitatif suisse ne tolère aucune défaillance et restera l'un

des principaux garants du développement des entreprises.

— Renforcer la logistique! La faculté de fournir des produits et prestations efficaces nécessite une organisation constante et fiable.

— Conserver une cellule de production en Suisse! Si une émigration leur paraît inévitable, les entreprises ont intérêt à maintenir en Suisse des unités de production, même de taille modeste, hautement compétentes et flexibles, pour gérer et élargir convenablement leur savoir spécifique.

— Consolider l'avance en matière de protection environnementale! Les investissements que cela implique, loin d'entraîner uniquement des frais supplémentaires, contribuent à promouvoir les ventes.

— Adopter un concept directionnel tirant mieux profit des ressources humaines! La structure future des entreprises doit favoriser la coopération personnelle à tous les niveaux et stimuler la relève professionnelle. Il faut qu'un sentiment collectif s'instaure: le textile, c'est plaisant!

— S'adapter constamment! L'efficacité et les contrôles en général étant d'une importance éminente, il est nécessaire de focaliser au maximum les ressources personnelles, financières et matérielles des entreprises qui devront faire preuve d'une autocritique accrue.

Chaque entreprise a besoin de sa propre vision: à la fois point de repère et conception de la façon de franchir les obstacles des années 90. Telle est en substance la conclusion des pourparlers. En procédant à son inventaire, l'industrie textile suisse, déterminée, a déjà pris les premières mesures qui s'imposent.

Pages 30-37

PARIS HAUTE COUTURE FOR AUTUMN/WINTER 1992/93 HAUTE OR HOT COUTURE, THAT IS THE QUESTION



In France, we know that fashion is not only a matter of economics, it is also a symbol of prestige — a fact also respected by the politicians, who do not merely send their wives to fashion shows, they insist on going themselves. Not only did we see the Minister of Culture and Education, Jack Lang, and the Minister of Justice, Michel Vauzelle, at the most recent Paris Haute Couture premiere shows but the Prime Minister, Pierre Bérégovoy, was also present. Even the glamour of Joan Collins, also visiting the Paris couturier, paled by the side of so many politicians.

This silenced the Cassandra cries forever predicting the demise of Haute Couture. The question is no longer whether it is Haute Couture or not, but rather is it «Haute» or «Hot Couture»? Will the door to Olympus open to the next generation through rigid adherence to tradition or innovation through less strict dogma? Upon this hangs the future of the elite

Paris fashion institutions. The innovators have long been busy — their respect for the great art of the tailor gives them a realistic view of everyday fashion and a feel for the spirit of the times.

«We are aware of the danger of being locked into tradition. Fashion has a future only in everyday wear, which has never been so creative. Women are adopting shapes to emphasise their personality and individual liberty», said Christian Lacroix. His sparkling winter collection confirmed his position as the «Prince of Hot Couture». He is the first to follow multi-cultural paths without being led astray into superficial folklore.

Karl Lagerfeld is being billed as the most innovative creator after yet another successful production of a saucy «Hot Chanel» version out of traditional «Haute Chanel»: «destruction» of the traditional tweed jacket for resurrection in homespun or turning hand knitting into a crumpled Christmas wrapping paper effect, to name only a few examples of his daring contemporary couture. Other innovators are waiting in the wings: Gianni Versace from Milan, and Thierry Mugler showing Haute Couture models for the first time, unfortunately still in conjunction with his Prêt-à-porter creations — hardly a promising long-term arrangement. Then there are the «juniors» such as Olivier Lapidus and Hervé Pierre, designers of the Balmain collection. They both have the undeniable talents so essential for Hot Couture, but are still lacking in confidence.

The closest allies of the forward-looking Swiss tailors are still the avant garde material specialists, such as Abraham with his silks, Forster Willi with his embroidery and Schlaepfer, who are not afraid of the cost when emulating the heights of the Paris couturiers.

The most noted sacrifice of the fallen hemline is the little black

dress; it has become the black evening dress, narrow as a glove. With straight shoulders and a waistline, this new length really needs a slim figure to do it justice, calling to mind the erotic effect of Rita Hayworth's famous «Gilda» model. This silhouette is most effective teamed with Haute Couture costumes, long, highly decorative but well-cut jackets, testimony to the tailor's skill. Maxi-length woollen coats are also the latest thing, redingote and tent shapes especially being favoured.

Daytime fashion lies well within the frame of «New Simplicity» which, in stark contrast to Prêt-à-porter, is not limited to simple, basic sportswear fashions but demonstrates an elegance which, one hopes, will influence the uniformity seen in everyday wear. Current themes include a decent neo-hippy look, a Chinese version and other oriental touches. Ungaro pays homage to Man Ray, who made his mark with his famous lip motive. The luxury tailors have found allies in the animal welfare enthusiasts with their elegant «wild life» fashions such as big cat prints, and Jean-Louis Scherrer's leopard-print alpaca coat, which could turn the keenest couture customer away from real fur. This new simplicity only lasts till cocktail hour, as now that the clientele has returned to Paris from the Gulf States evening fashions are opulent. The splendour of the dresses is not so much apparent from a rich selection of styles but rather in the expensive fabrics and clever combinations of materials.

Daytime fashions are in discrete beige, grey and brown shades, while evening wear is embellished with precious stones such as rubies, amethysts, garnets, sapphires and opals, but black remains the favourite colour for evening. «Haute» or «Hot» black, that is the question!

Pages 66-69

**ALTA MODA ROMA-
WINTER 92/93
FABRIC FEELING**

The Roman «Alta Moda» is unable to resist the pull of Parisian «Haute Couture» – the French capital of fashion continues to draw the most famous Italian na-

mes into its orbit: Valentino and Versace are never seen anywhere else and, with his Dior collection, Ferré has gone over 100% to Haute Couture. Notwithstanding these sensitive gaps, the strength of the Italians on the Roman catwalk can still be felt and above all seen in a highly developed sensitivity for beautiful materials – Fabric Feeling is the point of departure for fashion.

The best of those remaining faithful to Rome – and there is undeniable up-and-coming talent – are mainly the established de-

signers such as Sarli, Lancetti and Barocco, who know how to handle materials. They respect the special characteristics of every material and are able to make the most of them, taking pleasure in the feel of velvet and silk, tweed and embroidery, soft napa leather and bulky brocade. They want to share their spontaneous enthusiasm for playing with colours: daring combination of designs, contrasting schemes, light and heavy materials or bold but never garish mixes. Splendour and magnificence can still be in good taste.

Alta Moda has no ambitions in the direction of «Hot Couture», it has not created a sensation, it is no more than a minor topic of conversation. The youthful angle is played down and, while the trend towards lower hemlines is followed, it is not obligatory. A degree of elegance can be taken for granted which is more than can be said for innovation, but it is the fabrics which provide novelty and, in this, Swiss materials are to the fore.

Pages 70-93

**FABRICS WINTER
93/94
CONTINUITY AND
INDIVIDUALITY**

Present-day fashion makers need to be tightrope walkers. This applies at all levels, none more so than the fabric designers who increasingly determine the major form of fashion expression. They must strike a balance between the conflicts of fashion consumers and the varying need for a firm base or the need for some activity, between consciousness of one's own personality and emulation of changing trends. They must keep an equilibrium between continuity and change, discretion and decoration. Playing a clear tune on a muted instrument is the artistry required at the present time.

Fashion is looking for the path to a reliable base and at the same time developing individual elements. It is not so much a question of obligatory trends as convincing offers to catch a mood and define a way of life. This has resulted, so far as the fabrics are concerned, in finding rich sustenance in nature – a primary source of



inspiration going far beyond mere themes. The knowledge that nature is increasingly threatened has sharpened people's awareness and led to appreciation of its overwhelming, inexhaustible range of colours, shapes and structures, forever changing with the light and time of day or of the year. Nature moves not only the textile designers but also the craftsmen to

create never-ending new forms and surface textures. Raw materials and finished products, discoveries and inventions come together on both microcosmic and large scales – a unity of nature and fashion.

The most direct influence of nature in the fabric theme is «Autumn Forest», where the red, yellow, brown and green shades of the woods at the turn of the year combine with the structures and patterns of undergrowth, moss, woodland berries and animal fur images. Comforting warmth is provided by granular, crinkled and compact materials with tweeds, checks and irregular patches.

Apparently inexpensive but full of discrete refinement and delicacy, the trend can be seen as soft pastel shades and subdued designs for everyday wear, while «Easy Going» is the theme for about-town. The natural look goes hand in glove with aspirations to noble quality, refinement, softness and a touch of the romantic.

Irridescence is the mood of the «Cirque d'Hiver», with a riding school atmosphere full of sparkle, glitter and metal effects but also fantasy and humour, cheeky colour and velvet sensuousness, bold prints and rich matelassés – all part of the circus – the decorative fabric theme for the winter.

Pages 94-95

**FILTEX AG,
ST. GALLEN
VIRTUOSITY IN
NEEDLEWORK**

The never-ending search by embroiderers for innovation through improved techniques or interpretation of international fashion trends has contributed to the position gained by artistic needlework in the fashion scene. The charms of such decorative accessories are no longer reserved for great occasions or Haute Couture; embroidery is seen in everyday garments, such as on the collars of blouses and pullovers, while underwear is made very feminine with braid and attractive motifs. Filtext shows its skills in the interplay of matt and shiny materials, transparent and opaque trim, its motifs and its braids. Round collars in organza, silk, piqué or linen, embroidered with a sprinkling of tiny flowers or light cut-out lace give a softening effect to thick guipure lace. Gold and delicate filigree are very feminine with corded silk and metal embroidery, also velvet and wool for winter.

Pages 96-107

EMBROIDERY – BETWEEN THE TRADITIONAL AND THE MODERN

There can scarcely be another area of textiles in which the modern and the traditional have such a fruitful interplay as embroidery. To a greater extent than anything else, embroidery «lives» on design. How else could modern embroidery based on many thousands of patterns collected over past centuries be inspired, take up new impulses and, linked with new ideas, convert them into modern materials and methods?

The sheer range of variations in stitches and combinations of stitches is one of embroidery's most attractive features, the multiplicity of base materials and yarns, to say nothing of the designer's ideas – geometric, representative, graphic or floral, used in never-ending combinations. Despite the competition from elastic lace, there is currently a remarkable renaissance of embroidery in lingerie fashions.

Gems of embroidery, painstakingly worked by expert fingers on various background materials, are a tune which has been played again and again down the centuries without ever growing stale. New themes have been developed by transferring patterns discovered in ancient pattern books, which are now lending an air of elegance to underwear fashion, providing an image of chic, expense and luxury. The many facets of embroidery gives lingerie a personal touch, a unique character and, when used with a light hand, provides a completely distinct appearance which makes more of an im-

pression than comparable differences in cut and quality.

The fascination of embroidery lies in its continuing tradition, the handwork of the craftswomen which led directly to the machine embroidery without a break, ensuring that none of the charms of intricate threadwork have been lost through all the styles and down the ages.

Over the course of centuries, an enormous wealth of styles, types of stitches, combinations of stitches, and other forms of decoration have made up embroidery



and lace as used today by the Swiss embroidery industry as a source of new ideas especially in the lingerie sector.

Harking back to tradition is not copying, it is rather an attractive interplay creating new harmony from a well-loved tune, a tune in which a feel for the present embodies the spirit of the age together with current fashions and methods. Both designers and technicians make use of every available form of high tech and collaborate with designers to create a symbiosis of traditional elements and the completely new.

Progress does not mean reinventing the wheel each time, or that we always have to start from square one – progress means following a path. Progress cannot be made without a base of past history. So far as embroidery is concerned, this knowledge means making good use of a rich tradition to create something new.

Looking to the future, Swiss

embroiderers have built up pattern books over the years which are not only historical treasures providing a vista of the development of the industry; they also bear witness to the high degree of creativity and quality of this traditional sector and its products. Fabrics have been collected from various past decades and countries not only for the pleasure of collecting and joy in nice things but also with the idea of gaining new inspiration for their own creations.

Broderie anglaise, once used frequently in outer garments, has

made a comeback, especially in underwear. Motifs with large cut-outs, formerly only used for blouses, now embellish nightdresses and every area of undergarments which are turning into outer garments. Refined honeycomb tulle not only inspired embroiderers, it also gave weavers ideas for new fabrics which, in turn, animated the embroiderers. Delicate tulle and burnt-out lace worked on a different base and transferred in corded silk embroidery give it a completely new look, while cushion laces with ready-made conversion of traditional forms of expression are nowadays much commoner sources of ideas for new, light, fine, burnt-out lace, linking the past with the present, and Guipure, both real and imitation, has established itself in underwear fashions.

Pages 108-109

AARE AG EFFECTIVE BUTTONS

Aare AG's wide gamut of materials reflects the great range of directions taken by fashion. The Nature theme is represented not only by wood, ivory, mother-of-pearl, horn and tortoiseshell, but also metallic and granite effects; this ancient material has been rediscovered for the latest fashions in its attractive, smooth, matt, polished form as well as rough and irregular shapes like frozen dewdrops.

Particular emphasis is placed on combinations of materials, as seen in the «decoration» theme, where oriental impressions are translated into ornaments reminiscent of passementerie with tassels and matt buttons like rep trim. Balkan folklore and Russian themes served as models for a new country house style, while fancy edge-to-edge passementerie fastenings are embellished with interesting metal features and wood and mother-of-pearl combinations. Precious metal buttons with various motifs such as lion heads and delicate workmanship in styles taking us back to the Biedermeier age are worthy of an Haute Couture label. As part of a set buttons, are matching belt-buckles and brooches.



Pages 110-117

SWISS TIE WEAVERS PRESENT: A SMALL HERO IN A BRAVE NEW WORLD

Tie makes the man! So, with irrefutable logic, says Honoré de Balzac. Since the French novelist penned his literary gem, «On the Art of Tying a Tie», the object in question (and presumably therefore the man wearing it) has lost its importance – its standing has diminished, its vigour degenerated. There remain in use but two standard knots (plus three others, if you look hard). As for the shapes the object takes today, they vary but little. The only criterion for judging the modern tie is its material. And the prince of materials, undisputably, is silk from Switzerland. A glance at a list of its distinguished wearers would prove as much. However, tie-making is one aspect of the textile trade which has tended to stay in the shadows. It has nothing like the high profile of the embroidery industry. And yet it shares all the same typically Swiss characteristics: textile know-how second to none, and sophistication of such a high degree it occasionally approaches the limits of the feasible – indeed, of the sensible! The Swiss silk tie occupies a thin line between innovative traditionalism and fashionable extravagance, both of which recently found a place in the emancipated men's fashion market. The Swiss tie attempts a synthesis between the most demanding consumers' taste for luxuriously high quality, and the same consumers' preference for something that is casual, and comfortable to wear. The Swiss tie fabric weavers, in adopting this

approach, follow a timehonoured principle: niche marketing, with a clearly defined product range. This approach has enabled them to develop their own unique fashion style, somewhere between the innovative flair of the Italian style, and the German style which can be rather superficial and trend-conscious. Even so, the Swiss everywhere face cut-throat competition. Competition from the low-cost suppliers, mainly from the Far East. But stiff competition too in the area of printed fabrics. Inevitably, when faced with such a dilemma, one tries to make a virtue out of necessity, to fashion a positive approach from inherent drawbacks. For example, weaving and finishing the tie fabric in such a way that it looks like a print, and even has its softness. Or combining the inimitable consistency of a jacquard fabric with the rich variety of colour and register possible with printed fabrics. For the tie has long since been freed from fetters of bygone fashions, and now looks out over new horizons, as new fashion frontiers open up. Today, almost anything goes – from comics to artistic patterns of bewildering variety, to ornaments and stripe variations of the most bizarre sort, to checks, and to a whole wide range of small patterns. You can add to all this colours and combinations of colours, which not long ago it would have been impossible to find around the neck of any man of self-esteem. There have been some astonishing developments in tie fashions. Even with fibres and fibre combinations, the possibilities have become limitless.

Only an insider can truly appreciate all the efforts and achievements (and competitive one-upmanship)! that lie behind that innocent little piece of fabric – which more than likely will be grabbed from the closet with little or no thought, to spend its day hanging

idly between a man's neck and his belly.

Swiss tie weavers occupy what is really quite a small niche, producing but a few million metres of fabric a year, which they export all over the world. More than 90% goes abroad – about a third each to Europe, to the USA and to the Far East. The selling price ranges from under SFr.10.- a metre to SFr. 50.-. As can be seen, a relatively small amount of fabric produces a quite large income. And it is divided among a quite small number of producers. For silk weavers are not active just in ties but in many other fields. Indeed the tie end of the business is nothing in comparison with the ladies outerwear business, and even less significant compared to the furnishing fabrics sector. This fact allows the companies greater flexibility in their use of capacity, and brings the benefits of synergy, for the «eggs» are not all in one basket. Admittedly, this flexibility does not extend to the creative departments, for the companies concerned have to invest as much as 10% of sales revenues in innovation. «Small but beautiful» – that's the way tie-making must be seen in its relation to the silk weaving business. An enterprise within an enterprise. This does not mean that within that small nucleus itself there is any lack of diversification. There is and it can be very great indeed. For alongside the tie collection, there have always been waistcoats, dressing gowns, umbrellas, bags and other accessories – aimed at the quality end of the market, of course, for the fabric costs are considerable.

Although things are going well for the tie, almost without exception worldwide, the situation in fancy weaving on the contrary has been anything but «booming». The reason is the competition from printed fabrics, which for the time are on the «sunny side» of the tie trade, mainly for price reasons, but

also fashionwise. Prints are inexpensive to produce. They also allow great design and colour diversity, at relatively little expense. But there is an even better argument in their favour. Prints are lighter and softer, and for this reason appeal more to modern tastes. Even in the fancy weaving business, where experience leads one to expect a completely new wave about every 15 years, no one has any illusions that the printed tie will just disappear magically one day from the market. Even a slight shift away from print however would give some breathing space to woven ties. For there are relatively few suppliers active in the world – concentrated mainly in Italy, with a few in Britain.

What to do? Have a cup of tea, and wait until the next wave in woven fabrics comes along? Not really a good idea. Particularly as the manufacturers are suffering in other areas too, as a result of the worldwide slump: in women's outerwear, and even a little in home textiles. So neither the ladies outerwear nor the other sectors can be counted on to take up the slack, when capacity is unused for ties. And nowhere in textiles nowadays are profits so ample that a manufacturer can absorb the overheads, without being concerned to keep production at full capacity. «The Lord helps those who help themselves». That's the motto of the tie division in the Swiss silk weaving trade. And help themselves they do indeed, as our research shows, in line with the following observations:

– Special care, in the quality sense, and a greater variety of style, is what Swiss «top of the range» products offer. These have virtually become a Swiss monopoly: so-called «Mogador», pure silk, blended with cotton, and other extremely high-density weft articles (e.g. up to 100 picks/cm with up

to 24 threads in the warp) which amount to absolute luxury. Articles moreover with customized motifs patterned by hand, their contours heightened by expert blends of material: either silk with cashmere, silk with linen, silk and ramie or silk and wool. «We have developed more new types in the last five years than ever before».

— High-density weft silks have become lighter in appearance, and in particular softer to the touch and more flowing thanks to new finishing processes. The fact that these companies usually have their



own finishing departments has no doubt helped here.

— If you can't beat them, join them! Here's another way tie fabric makers meet the challenge: transfer-and-discharge prints are added to jacquard fabrics. Print warps are also used. The aim is to combine the eye-catching qualities of both the weaving and printing processes.

— Finishing techniques are also continuously being improved. For example ways of making silks water-repellent and crease-proof — enhancing the material's natural beauty and fineness, while improving its wearability.

The decisive factor in the business today is not so much the fabric however, as the underlying concept and the marketing. Today's customer is conservative. He wants a complete package, with no loose ends. We all know about the supplier's need to make his market segment aware of his identity, and about the need for flexibility,

especially for pattern flexibility. And more than anything, we know that quality alone is no guarantee, unless combined with modern styling. Continuity of patterns, creativity, an improved sales structure, and aggressive marketing — these are essential ingredients to ensure success.

If one takes the pulse of the tie fabric weavers today, one finds both concern and confidence.

— Everywhere, and not just in textiles of course there is the same problem of slack trade and a glut on the market. Rays of sunshine

in the form of markets where growth can still be found, have become rare indeed. There is merciless cut-throat competition everywhere — no holds barred! — with price the favourite weapon of course. At the same time there is a real «sea change» in the textile market. Not just temporary, crisis-related measures, but long-term, structural adaptations will be necessary.

— There is room for confidence however. For in defiance of the doom-and-gloom predictions the tie industry has shown its staying power, and in certain markets the turnover has even been spectacular, although the fancy-weave people still have to live with the printed tie's dominant position. So despite all the slanderous dismissals of the tie as a «rope around the neck» and a «bourgeois relic», the modern wardrobe still reserves a place for it, even if not to be worn on any and all occasions. The anti-tie fashion trends of the past (such

as the polo neck sweater) have always been quickly followed by protie fashions of various kinds. Even in the age of the jeans, the tie has survived. Proof if any were needed that fashion requires change for the sake of change, and is always safest when appealing to our vanity.

— There is cause for concern however over developments in the direct buyer «off-the-peg» market. Worldwide, an ever increasing number of retail chains is by-passing makers of off-the-peg ties. Instead they are buying their own tie fabrics and having them made up under the chain's own management. For this reason, tie fabric makers pay ever more attention to the «accumulation of margins» through the various processing levels, a phenomenon which can push prices up out of all proportion, and which results in some of the top quality products pricing themselves right out of the market. At a rough estimate the fabric, the only truly essential thing for making a tie, accounts for about a third of the price charged by a manufacturer of off-the-peg ties, and possibly about a tenth only of the final purchasing price in the shop.

Even so, cooperation between the various processing levels, is very close. Not infrequently, the best new developments are a result of this two-way dialogue. It's no accident that the most celebrated European fashion designers, and stylists worldwide, come to buy the fabric for their ties in Switzerland. Such is the fashion and quality value of our new special products. This partnership also benefits the conventional off-the-peg tie maker. For the tie fabric weaver who regularly sits around the table with couturier and brand-label designers to develop new material and patterns is certain to have an edge in know-how and fashion awareness.

This does not mean that fabric weavers are not increasingly trying to get reliable market information first hand, certainly as far as new fashions are concerned. Visits to the leading men's wear shows (Pitti Uomo, Herren-Mode-Woche, Sehm) are a must, if only to gather information about other weavers. For at all levels there is more and more integration. Not least as a result of the gliding patterns.

As in other sectors, the near future does not seem to offer any clear lead in tie fashions. The current «multi-fashion» trend leaves plenty of room for conflicting styles. Fancy fabric weavers, currently busy with the Autumn/Winter 1993/94 collection, help shed some light on that subject. Indications are that fashion is once again in their corner:

— Colour remains the dominant feature: many colours, even quite strong colours, with stark contrasts. The colourlessness of Armani is in retreat, as are pastels.

— There is a clear change too in colour combinations: analogous to developments in men's outerwear, blue tones have acquired new value. Red is again dominant. Green (from ivy to emerald) also acquires new importance.

— As for patterns the trend is away from wild, expansive designs to smaller registers: all-over, micro-patterns, checks, and above all, stripes.

— Dominance of the warp is opening the way for more emphasis on the weft.

— And above all: the smooth weaves tend to be more voluminous. Ties are becoming more structured and three-dimensional, with the sportier look found in men's wear generally.

— If that does not bode well for the thoroughbred, fancy-weave silk tie: the latter will just have to show the world, once again, «what stuff it's made of».

Pages 118-119

EDITION FABRIC FRONTLINE ARTISTIC TIES



Fabric Frontline, noted for its links with artists, introduced a picturesque note into its textile designs right from the start. The success of this approach has been evident from the creative impulses and unexpected results in materials and styles, seemingly from a different world. This has given the Zurich silk producer a distinctive profile in a very short space of time. There is no mistaking the hand of an artist in the ladybirds, butterflies and frogs which have come to be regarded as the hallmark of the extraordinarily successful Fabric Frontline ties.

A far more exclusive line is the limited edition of only 250, offered to a small circle of devotees. This new edition of artistic ties was produced by nine different artists, all of whom have made their names in numerous international exhibitions—well-established people of the 35 to 45 generation — predominantly German but two Austrians and a Spaniard are included in their number. Each artist was commissioned by Fabric Frontline to design a tie, which was produced, hand printed, silk lined and hand sewn before being offered as a set. These miniature compositions from nine quite different sources provide a peep into an artist's world.

Pages 126-127

TEXTILES: LOOKING AHEAD

Taking the pulse of the Swiss textiles industry — a summary of the strengths and weaknesses, with guidelines for the Nineties

Making definite plans in uncertain times is not easy, for you'll probably have to scrap them and start all over again. Looking ahead, on the other hand makes sense. Setting guidelines, taking a long-range view of the direction in which the enterprise must move. This forward planning ability is something Swiss firms in the textile industry have been busy developing — first surveying the situation in depth, and with thorough self-analysis. Then taking a good objective look at each other, as potential competitors, but with the firm intention of exploring new avenues too, and possibly facing the future together, as partners. Various textile industry executives from the spinning, weaving, finishing and embroidery sectors have in fact been meeting together privately. Thanks to their discussions — and to reports which they prepared themselves, rather than commissioning from the outside — it has been possible to draw up a master plan, sector-by-sector, as a basis for determining clear objectives. It also provides a framework to help individual firms with their own forward planning. «Textiles: looking ahead» shows clearly that Swiss Industry is as innovative as any in Europe, and indeed must be ranked as a front runner in the general context of Swiss industry. This conclusion finds confirmation in a recent study by the economic research unit of the Federal Institute of Technology. Equally important, this «look ahead» pro-

vides a realistic portrait of the Swiss textile industry, warts and all.

It is indeed easy to be flattering on paper. For is it not true, after all, that the textile industry is hurting throughout the whole of Europe, and even worldwide? As for the general context of Switzerland, there is the problem of the EEA (European Economic Area), not to mention the EC proper — challenging the Swiss textile industry to demonstrate — successfully, we trust! — its «Europeanness». The Swiss have no illusions about the creative market segment and its limitations. We are aware also of the danger represented by the migration of the clothing sector industries, those «nomads of the sewing machine», with their growing habit of «global sourcing», preferably not too far removed from wherever the current manufacturing centre might be. Despite all this, the Swiss want to build on what they know to be their strengths: a «flat» company organizational structure which allows adaptability in all weathers, and a deployment of machinery which is kept as flexible as possible. Europe will continue to have top priority as the number one market for Swiss goods. Next in line, and growing in importance as the «market of the future», is the Far East. As for the eastern part of Europe, there are no great expectations in the short-to-medium term. Above all, it is accepted as fact that the future health of the Swiss textile industry depends on quality products, and on products which are unique in themselves.

Forward planning is of course something anyone can do. The Swiss plan however, is not just hot air. The most important aspect of the «Textiles: looking ahead» plan has long since fallen into place. Despite the recession in the marketplace, and despite the considerable cash flow problems of individual companies, there has been a

significant increase in the level of investment. Thanks to the «Textiles: looking ahead» plan, and to the new feeling of «togetherness» which can be traced back even earlier, to the foundation of our industry association, the Swiss Textile Federation (STF) — there is now an «ideal trajectory», mapped out with painstaking care, which can be used like a computer program to chart the progress of everyday business activities. The word of that program must now be made flesh. The Swiss textile industry as a body subscribes to the creed outlined in the following points:

— A reputation for giving the customer what he wants! This should be a priority. Customer-oriented organization, flexibility and speed must receive ever greater emphasis in future. Motto: always put customer benefits first!

— Trendsetters are the ones who stay ahead! Keeping closely in touch with the target groups, identifying with them and their lifestyle, will be essential in future, even far upstream from the actual points of sale — at production levels. Where possible indeed, product development must involve the ultimate buyer. «Neither now nor in the future should it be possible for people to discuss fashion, without an obligatory reference to Switzerland».

— A reputation as the specialist for quality products! Switzerland's image as the supplier par excellence of quality goods must be defended more vigorously than ever. The strategy of «niche» marketing remains as valid as ever.

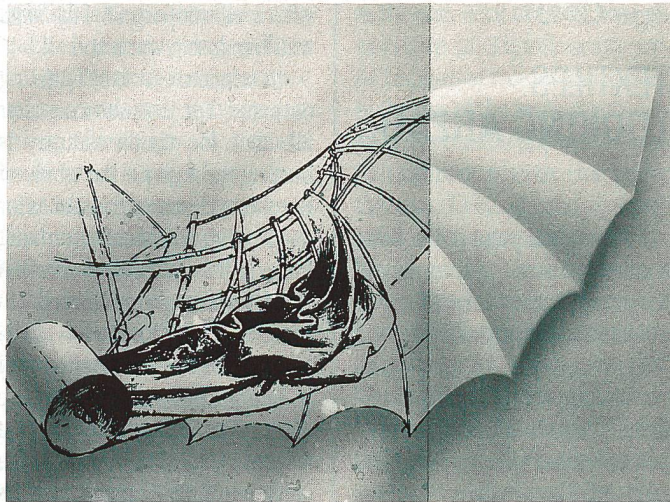
— Greater emphasis on logistics. Excellence in service, delivering the goods, requires sophisticated logistical support. It is equally important image-wise to be perceived as a dependable, reliable supplier.

— Maintain a Swiss manufacturing base! Exporting much of the production capacity can't be

helped, of course. A flexible manufacturing base in Switzerland and the European market, though as limited as possible in future, will help to ensure that the production know-how necessary to keep the company creative and innovative is safeguarded in-house. Basic: defend market share, not production capacity!

— Be the first to adopt environment-safe methods! In Switzerland, funds spent on environmental protection are not looked on as a cost factor — period! Instead they are seen for what they are: a genuine investment, that will ensure success in tomorrow's markets.

— Adopt an employee-oriented management style! Set your sights



firmly on developing a «corporate culture», with a cooperative management style, scope for employee advancement, and a coherent

recruitment policy. The new order of the day should be: «Textiles is exciting!»

— Stay in front, and dare!

Efficiency and controlling are essential to company survival. Simpler organization and methods must be sought. Grouping of material, financial and human resources must be more objective-oriented. In this spirit, the manager's own position must be reviewed and reevaluated on a regular basis.

Every company needs to take the time to «look ahead», to re-focus objectives, to give the mind the inspiration it will need to face the difficult times still ahead in the Nineties. Talking things over has helped us arrive at that vision. The Swiss textile industry has taken stock of the situation, and in doing so has taken a decisive step forward.