Zeitschrift: Textiles suizos [Edición español]
Herausgeber: Oficina Suiza de Expansiòn Comercial
Band: - (1957)
Heft: 4

Artikel: Carta de Londres
Autor: Fonteyn, Ruth
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-797287

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

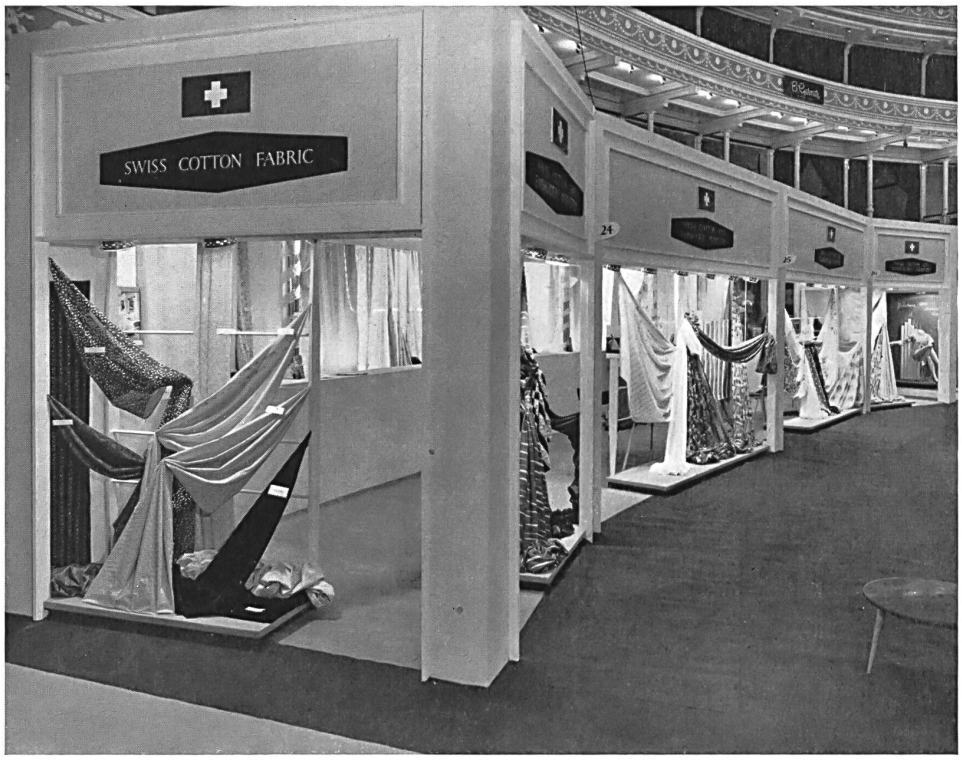
Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 26.07.2025

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

Carta de Londres



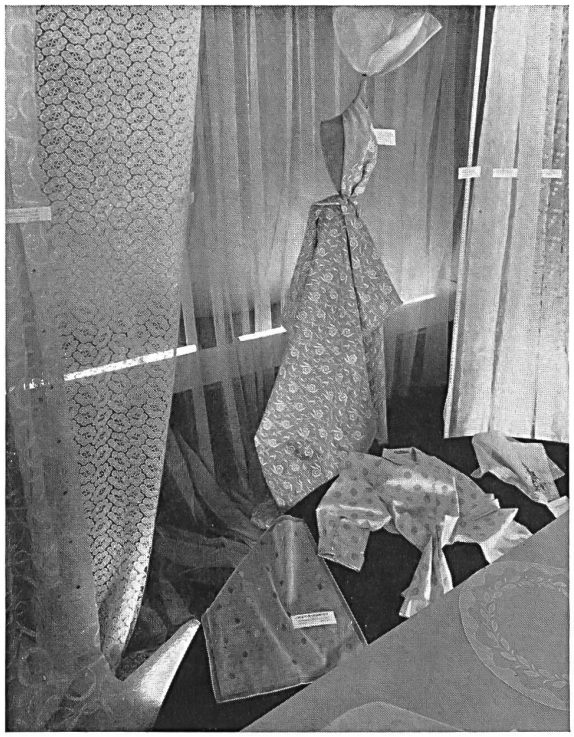
Stand of the Swiss Cotton and Embroidery Industry at the First International Trade Fashion Fair, London (November 18-22, 1957).

Photo R. W. Luckins Studio London

Ha sido realmente un otoño muy recargado el que hemos tenido en este mundillo de la moda. Aumento de la tasa de descuento y disminución de las cifras de ventas al por menor ; un reverdecer de las discusiones acerca de los tamaños de las prendas femeninas, tema eterno de discusiones que sigue sin solución, y una epidemia de cabildeos entre los fabricantes y los compradores profesionales acerca de la línea saco y de su posible influencia sobre la moda de la próxima primavera. También hay la certidumbre, que se afianza más cada día, de que la zona de libre cambio ya ha dejado de ser una especulación teórica, para ser una realidad con la que hemos de enfrentarnos dentro de poco — y que quizás podemos considerar como deseable. En un plano menos grave, hay los nuevos programas sobre la moda de la televisión, la discusión acerca de sus méritos, de su valor para crear una demanda directa y de la influencia que pudieran llegar a ejercer sobre las tendencias de las modas, tanto para los hombres como para las mujeres. Y si, con todo esto, alguien sigue creyendo que nuestras actividades son mortalmente serias o verdaderamente importantes, no tendremos más remedio que ponernos a leer obras tan interesantes y apasionadoras como lo son la

« Revista de la productividad », « Venta al detalle » u otros estudios sobre la influencia de la mujer sobre la producción y la distribución.

Sobre semejante telón de fondo se han ido desarrollando las presentaciones de las colecciones de primavera y verano. Quizás hayan tenido algo más de dificultad los fabricantes para las ventas y, quizás, los compradores hayan hecho sus adquisiciones con mayor parsimonia. Pero no se advierte una verdadera falta de confianza ni un temor irrazonado, sino más bien una reserva calculada por parte de la mayoría de los vendedores al por menor. Volviendo brevemente sobre algunos rasgos de la situación consignados anteriormente, diremos que la elevación de la tasa del descuento ha sido, por cierto, desagradable, pero que, evidentemente, era necesaria. En lo que respecta a los tamaños o tallas, no es que la cosa tenga una tendencia tan considerable, pero tampoco puede ser considerada como indiferente. Porque no tiene sentido común — y también resulta muy incómodo — que los vestidos femeninos se marquen según distintas escalas por los distintos fabricantes. Como el tamaño 10 de algunas casas corresponde al tamaño 9 de otro grupo, pero al tamaño 12 de una tercera categoría, parece llegado el momento de que los detallistas se pongan en campaña, por cuenta propia y en interés de sus clientes para que las mujeres puedan saber qué tamaño deben indicar en los almacenes sin tener que recurrir a un baremo, para la conversión. Por lo demás, parece muy probable que la perspectiva de una zona de libre cambio dará peso a los argumentos y hará que triunfe finalmente la causa del sentido común.

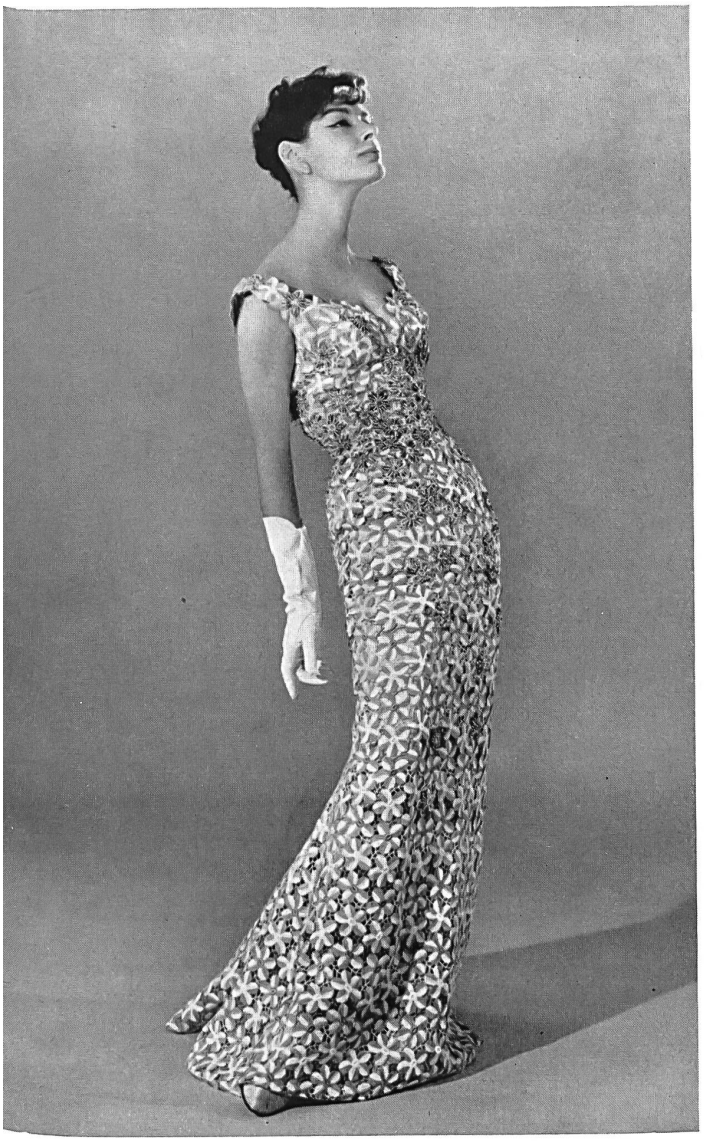


Part of the stand of the Swiss Cotton and Embroidery Industry at the First International Fashion Fair, London.

Photo R. W. Luckins Studio, London

Un número cada vez mayor de pequeños fabricantes, que estaban hasta ahora asustados o desconcertados por la perspectiva de exportar, se dan cuenta ahora de que se les plantea un nuevo problema que deberá ser resuelto de un modo o de otro y que en realidad no sólo ofrece nuevas posibilidades en el extranjero, sino que también les ha de ayudar a extender sus negocios en la misma Gran Bretaña.

Durante estas próximas temporadas, muchos de ellos procurarán familiarizarse con las particularidades y gustos de las distintas clientelas europeas y se esforzarán por determinar cuáles son los factores comunes a la vez a ciertos mercados extranjeros y al mercado interior. Es posible que las nuevas condiciones económicas produzcan un aumento de la especialización y un reajuste limitativo de los precios y de los géneros delimitando más estrechamente el campo de cada productor.

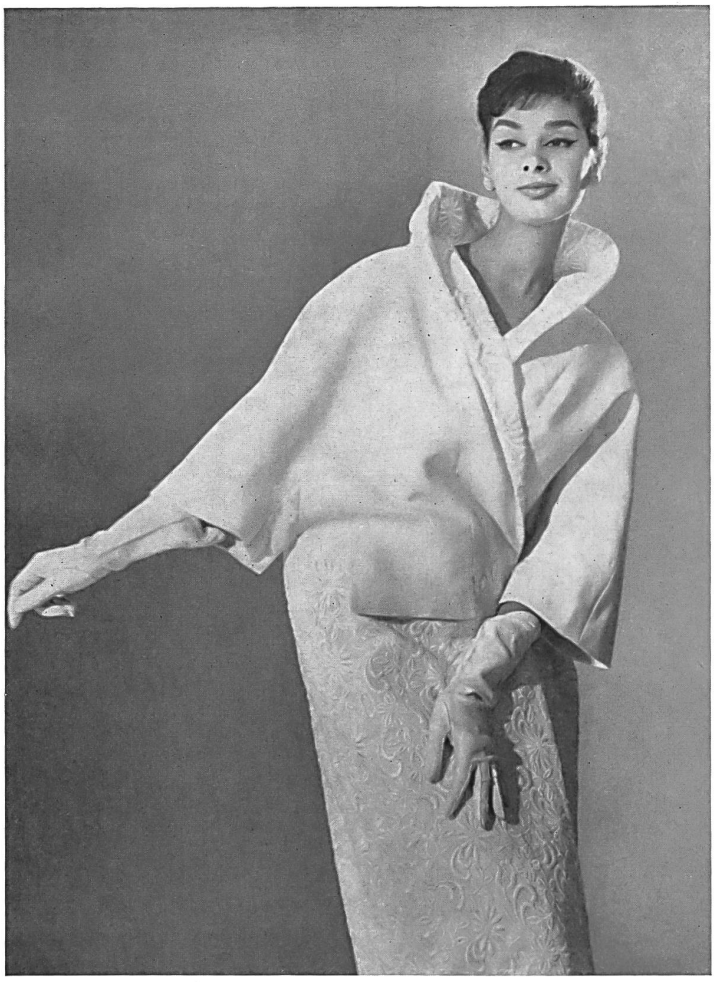


UNION Ltd., SAINT-GALL

Heavy cotton guipure.

Model by Marty & Co., Zurich (Shown in the fashion parade at the International Fashion Fair, London)

Photo Tenca



JACOB ROHNER Ltd., REBSTEIN

Embroidery on fine cotton.

Model by R. Cafader & Co., Zurich (Shown in the fashion parade at the International Fashion Fair, London).

Photo Tenca

En el mundillo de la moda, todos estos factores ejercen un efecto estimulante, desarrollan el necesario sentido del riesgo, espabilan a los adormilados, suscitan la curiosidad pública y afinan el sentido crítico. La primera Feria Internacional de la Moda que tuvo lugar en noviembre, en el Albert Hall, también ha desempeñado el papel que le correspondía desde este punto de vista. Suiza e Italia presentaron algunos de sus productos más selectos y contribuyeron así a la aportación de cierto frescor continental.

El « stand » suizo, organizado por las industrias del algodón y de los bordados de San Galo, fué una de las principales seguridades que más sobresalían debido a su elegancia, a su disposición equilibrada y a la calidad de los productos exhibidos. Como es natural, se veían los productos de varias casas muy conocidas ; concurrieron efectivamente treinta y seis casas suizas interesadas que, todas, tienen un representante en el Reino Unido.

Hasta este otoño, las presentaciones de modas por televisión fueron tan sólo ocasionales y limitadas a los modistas más conocidos, como Hardy Amies, Hartnell, Victor Stiebel, etc. Estas emisiones han sido ahora desarrolladas y ejercerán una influencia considerable sobre el público medio. Su impacto se ejercerá principalmente a través de los aparatos receptores que alcancen a las parejas o a familias enteras. Aunque todavía quedan muchos progresos por hacer para la preparación de estas emisiones, por ejemplo, respecto a la adaptación del alumbrado a las distintas clases de tejidos, lo cierto es que las presentaciones van a mejorarse en el decurso de los próximos meses y que estos programas producirán un incremento de las ventas en las zonas a las que alcanza la difusión. Estos programas sobre la moda, pagados por empresas comerciales, son difundidos, como es natural, a través de redes particulares ; el número de aparatos receptores en uso es actualmente de cuatro millones y medio, pero va aumentando cada mes en unos 150.000 aproximadamente.

J. G. NEF & Co. Ltd., HERISAU

Plain and imago printed organdy.

Model by H. Haller & Co., Zurich (Shown in the fashion parade at the International Fashion Fair, London).

Photo Tenca

L. ABRAHAM & Co. Silks Ltd., ZURICH

Pure silk floral print.
Model by Frederick Starke, London

Photo David Olins

Christian Fischbacher Co. presentaba varios algodones de fantasía, pero el más delicioso, a nuestro modo de ver, era un tejido con listas de creciente anchura sobre fondo del mismo color, pero de un brillo discreto parecido al del satén. Honegger & Co. y Jacob Rohner expusieron finos pañuelos de linón, a pesar de que la segunda de estas casas es más conocida por sus elegantísimos bordados de los que compran grandes cantidades las casas más reputadas, como Morleys y otros más. Los algodones estampados de Otto Moetteli, los bordados de Reichenbach y de Bischoff Textil, varias telas bordadas de Walter Schrank, organdíes bordados de E. Roelli & Co. y de Forster Willi & Co., es lo que hemos anotado entre muchos otros productos y otros nombres no menos familiares o quizás también menos conocidos, pero que resaltaban ventajosamente en una exposición notable por la calidad de los productos y del trabajo que representaban.

Por lo que me atañe, espero que esta participación suiza a una exposición comercial no ha constituído más que un principio y que llegará a ser una tradición. El mercado británico no fué nunca fácil de conquistar, pero constituye seguramente un objetivo muy prometedor y, por ello, digno de que se intente conquistarle.

Ruth Fonteyn