

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1989)
Heft: 79

Artikel: Übersetzungen = Traductions = Translations
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795189>

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: 22.01.2025

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

ÜBERSETZUNGEN

Seiten 38–45

HAUTE COUTURE PARIS HERBST/WINTER 89/90

LE LUXE DU LUXE

Die Ankunft italienischer Designer in der Pariser Haute Couture hat den Kollektionspremierer diesmal eine politische Dimension gegeben und sie zu einem Medienereignis gemacht. Gianfranco Ferrè bei Christian Dior und Angelo Tarlazzi bei Guy Laroche mindern jedoch nicht die Modehegemonie der Franzosen, sondern geben ihrem Prestigeprodukt einen internationalen Charakter und sorgen obendrein für eine Verjüngung der Haute Couture. Der Modetrend wurde diesmal stärker als je zuvor von luxuriösen Stoffen und Materialien bestimmt.

«Après tout, c'est une tradition: François I avait son Vinci, Louis XIV son Lulli et la V République de François Mitterrand nos deux couturiers italiens.» Sarkastisch kommentierte die französische Zeitschrift «Paris Match» die «invasion italienne», die die Pariser Modewelt bis in ihre Grundmauern erschütterte. Schliesslich sind Italiens Modemacher auf dem Weltmarkt die schärfsten Konkurrenten der Franzosen. Und jetzt stürmen sie Paris. Angelo Tarlazzi als Nachfolger des vor einem halben Jahr verstorbenen Couturiers Guy Laroche hat eher Wohlwollen ausgelöst. Der gebürtige Römer lebt und arbeitet bereits seit 20 Jahren in Paris und wird deshalb von den Franzosen längst als einer der ihnen angesehenen. Die überraschende Nominierung des Mailänder Stardesigners Gianfranco Ferrè als Kreativ-Direktor bei Christian Dior hat dagegen mehr als einen bissigen Kommentar provoziert. Sie wurde von so manchem Patrioten als Attacke auf die französische Kultur gewertet. Der schwergewichtige Ex-Architekt ist schliesslich kein unbeschriebenes Blatt, sondern einer der talentiertesten

und profiliertesten Modemacher seiner Heimat. Er hat auch nicht die Absicht, sein gutflorigendes Mailänder Unternehmen zugunsten von Dior aufzugeben. Nur seine Luxuskollektion, die ein Glanzlicht der römischen Alta Moda war, hat er eingestellt.

MEHR INTERNATIONALITÄT FÜR FRANKREICHS MODE

Gianfranco Ferrè ist nicht der erste ausländische Freelance-Designer an der Spitze einer französischen Modeinstitution. Karl Lagerfeld, der mit dem flirrenden Talent eines Schmetterlings sowohl für Chanel als auch für Fendi und für sein eigenes Label schafft, hat bewiesen, dass kreative Mehrgleisigkeit auf internationaler Ebene möglich und erfolgreich ist.

Gianfranco Ferrè hat für seine erste Dior-Kollektion prompt den «Dé d'Or» bekommen. Das mag eingefleischte französische Patrioten verstört haben, ist jedoch die Anerkennung für eine grosse Kollektion. Ferrè hat mit seiner ersten Dior-Kollektion dem legendären «New Look» seines berühmten Vorgängers Reverenz erwiesen, indem er sich an die revolutionäre Kollektion anlehnte, mit der Christian Dior den Ruhm seines Hauses begründete. Der Mailänder hat aber auch gezeigt, dass er mit seinem klaren, strengen Stil der Dior-Linie ein modernes und eigenständiges Profil geben kann. Nur das zählt im hartumkämpften Markt der Luxusmarken. Erst recht in einem vereinten Europa, wo die Qualität eines Produktes und nicht die Herkunft über den Erfolg von Modemarken entscheiden wird.

EINE NEUE GENERATION SICHERT DIE ZUKUNFT

Die «invasion italienne» – die japanische scheint vergessen – bringt den Franzosen die Genugtuung, dass sich ihre Metropole wieder zur uneingeschränkten Mode-Hauptstadt aufschwingt, auch in

der High-Fashion-Klasse. In der Premierenwoche der Pariser Haute Couture hat auch der Römer Valentino wieder seine Luxuskollektion in Paris vorgeführt. Selbst der Mailänder Ferrè-Kollege Gianni Versace hat das Pariser Couture-Podium getestet. Er stellte im Museum Jacquemart-André seine «Atelier»-Kollektion aus, aufwendig bestickte, aber junge und sexy Couture-Kleider. In der nächsten Saison will sich auch Versace an den Pariser Haute Couture-Schauen offiziell beteiligen.



Ferrè, Tarlazzi und womöglich Versace sind, ihre italienische Herkunft sei dabei ausgeklammert, Vertreter einer erfreulichen Entwicklung, die von Christian Lacroix und Karl Lagerfeld eingeleitet wurde: einer personellen und damit auch kreativen Verjüngung der Haute Couture. Bei Ted Lapidus hat unterdessen dessen 30jähriger Sohn Olivier die modische Führung übernommen, der die Riege der – relativen – Jungen verstärken könnte. Die Wachablösung ist eingeleitet, und sie sichert den Fortbestand der so oft schon totgesagten Elite-Mode. Überhaupt scheint das Interesse der Prêt-à-Porter-Designer an High-Fashion-Kreation grösser zu sein, als so mancher zugeben möchte. Was sie bislang noch als Oldtimer-Veranstaltung belächelten, ist längst in den Rang eines Formel-1-Rennens

aufgerückt. Oder wie Sonia Rykiel formulierte: Haute Couture ist für den Kleiderdesigner wie der Traum des Violonisten von der Stradivarius. Jean-Paul Gaultier sass jedenfalls mit grossen Augen in Ferrès Dior-Premiere und sagte im Anschluss an die Schau: «Das war echte Haute Couture. Da bekommt man Lust, auch einmal eine Couture-Kollektion zu machen.»

LUXUS À LA BAROCK UND BYZANZ

Wenn echte Haute Couture das Symbol für Luxus ist und Luxus das Spiegelbild für höchste Qualität und Eleganz ist, dann haben die Kollektionen der Pariser und der beiden italienischen High-Fashion-Schneider diesen Anspruch erfüllt. Ihre Kreationen für den Herbst/Winter 89/90 sind von einer Opulenz und Prächtigkeit, so als wollten die Modemacher damit noch einen Nachtrag zu den pompösen Staatsfeierlichkeiten des 14. Juli liefern. Die Kleiderkünstler liessen sich dabei ganz ähnlich wie der französische Staatspräsident mehr von der barocken Pracht Ludwig XIV als von der Revolutionsmode der Sansculotten inspirieren. Während sich die Couturiers für die Tagesmode mit maskulinstrengen Stoffen, allerdings in edelsten Kaschmir- oder Alpakaqualitäten, eine gewisse Zurückhaltung auferlegten, entfalten sie für die Cocktail- und Abendmode eine barocke bis byzantinische Pracht. Selten gab es in einer Saison so viele goldene Handstickereien, so aufwendige Brokat- und Laméstoffe, kostbare Spitzen und Stickereien, durch Stickereien und Applikationen verzierter Samte und Wogen von Mouselines.

Die «Frankfurter Allgemeine Zeitung» schrieb: «Die Impulse, die einst von der Haute Couture auf die gesamte Mode ausgingen, das Diktat der Modeschöpfer, wie man früher sagte, das mag auch heute gelten für die Stoffe, die verwendeten Materialien, die im

Modegeschäft eine grössere Rolle spielen, als man es in der Öffentlichkeit im allgemeinen weiss.» Eine Erkenntnis, die in Modeberichten der Tagespresse nur selten auftaucht. Mit diesem indirekten Kompliment für die Stoffkreatoren können sich auch die Schweizer Stoffhersteller schmücken. Sie gehören zu den Hauptlieferanten der Haute Couture. 70 der 108 Modelle in der Yves Saint Laurent-Kollektion waren aus Abraham-Stoffen aufgemacht. Emanuel Ungaro hat bei Jakob Schlaepfer 25 verschiedene Stoffe ausgesucht. Forster Willi bewies sein Talent für junge Mode mit originellen Spachtelspitzen, die von Ferrè-Dior und Christian Lacroix aufgemacht wurden. Die Nouveautés von Naef glänzten bei Ungaro, Scherrer und Carven auf dem Laufsteg.

OPULENTE MATERIALIEN BESTIMMEN DEN MODETREND

Bei einer so starken Stoff-Dominanz treten Schnitte und Formen in den Hintergrund und gewinnen Details an Bedeutung. Die Silhouette der neuen Haute Couture-Mode ist körperfreundlich, hat wieder natürlich gerundete Schultern und bevorzugt in der Tagesmode überwiegend knielange Röcke. Bei Mänteln und langen Jacken bildet die Trapez-Form mit ihrer schwingenden Fülligkeit ein Gegengewicht zu Redingoteformen. Stark im Kommen ist jedoch die an Paul Poiret erinnernde Kokon-Linie, die von dem neuen Prêt-à-Porter-Star Romeo Gigli (noch ein Italiener, der Paris erobert hat) eingeführt wurde.

Couture-Format offenbart sich vor allem auch im Detail: in den gewaltigen Schulterkragen, den dekorativen Tulpen- und Kapuzenkragen, den Pelzstulpen, den kunstvollen Raffungen und partiellen Plissés.

Die Stoff-Euphorie hat selbst die Accessoires-Mode erreicht. Yves Saint Laurent's bunte Brokat-Stiefel aus dem gleichen Stoff wie das Kleid

erregten allgemeines Aufsehen. Das wichtigste Beiwerk der Saison sind breite Schals aus Satin oder Taft. Davon werden zwei bis drei übereinander getragen und dabei farblich so delikate abgestimmt, dass mit diesem knisternden Dekor auch der klassische Tailleur eine mondäne Allüre bekommt.

Seiten 46-57

JAKOB SCHLAEPFER + CO AG, ST. GALLEN

Zwei grosse Modethemen beherrschen die Haute Couture-Kollektion des St. Galler Stickerei-Avantgardisten: Gold und Samt. Was auch Samt mit Gold heissen kann. Denn Samt ist nicht nur mit farbenfrohen Blüten oder elegant Schwarz in Schwarz bestickt, sondern auch mit Goldfäden. Scherrer wählte unter anderem die reiche Broderie Anglaise-Bordüre aus schwarzem Seidensamt und den bestickten und von Hand ausgeschnittenen Velours-froissé, der auch Lacroix begeisterte. Der mit Goldtropfen übersäte Panne-changeant taucht in den Kollektionen von Venet und Grès auf. Ungaro, der mehr als jeder andere Schlaepfer-Samte wählte, suchte den mit Guipure und (falschen) Edelsteinen applizierten Schmucksamt aus, der die barocke Pracht interpretiert. Den Goldtrend variiert Schlaepfer mit edlen Altgold-Nuancen, wobei besonders die florale Lamé-Stickerei auf olivfarbenem Métallique-Tüll gefiel. Gold-Lamé-Plissés und Gold-Pailletten-Stickereien versetzten vor allem Paco Rabanne in den modischen Goldrausch.

Seiten 58-61

NAEF NÜESCH AG FLAWIL

Mit floralen Motiven liegen die Haute Couture-Nouveautés

des Flawiler Sticklers im Trend der neuen Weiblichkeit. Mal sind es barocke Blüten, mal stilisierte Blätter oder üppige Blumenbouquets, die die hochwertigen Stickereien schmücken. Besonders duftig wirkt die schwarze Broderie Anglaise auf Tüllfond, die Carven auswählte. An der weichen Woll-Guipure fand Lecoanet Hémant gefallen. Dem Samt-Trend folgt Naef-Nüesch mit einer dekorativen Stickerei in Schwarz, Smaragdgrün, Gold und Silber auf schwarzem Fond und einer edlen Spitze mit schwarzen Samtblüten, die schwarze Lurex-Stickereiblätter haben. Ungaro begeisterte sich für den bestickten Seidentaft, auf dem Blütenbouquet in Weiss, Silber und Perlmutter schimmern, die durch Schleifen- und Organza-Blüten-Applikationen eine dreidimensionale Wirkung bekommen.

Seiten 62-69

ABRAHAM AG, ZÜRICH

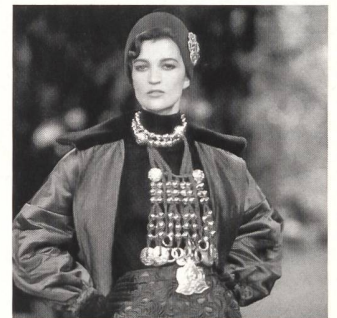
Siebzig Modelle in der Yves Saint Laurent-Kollektion sprechen für die künstlerische Symbiose zwischen dem grossen Pariser Couturier und dem Zürcher Seidenspezialisten. Zum Winter liegt das Schwergewicht bei zwei Stoffmode-Themen, die den neuen Luxustrend markieren: Mousseline-Transparenz und Brokat-Look. In der Dessinierung hält sich Abraham an den Stil Louis XIV, an Ravenna und Byzanz sowie an den Farb- und Musterausch des Russischen Ballett-Künstlers Léon Bakst. Die Multicolor-Satin-Façonné-Lamés sind besonders weich und rund im Griff und eignen sich ausgezeichnet für die kleidhaften Cocktail-Kostüme, die in allen Kollektionen dominierten. Die Double-face-Matelassé-Lamés sind ebenso glanzvolle Vertreter der neuen Stoff-Opulenz. Aber auch die neuen Mousseline-Variationen sind auf Glanz ausgerichtet,

als Mousseline-Irisé in uni oder bedruckt, als Lamé-Imprimé oder als Façonné-Imprimé. Besonders attraktiv ist die dunkle Farbskala der Mousseline-Qualitäten. Drap-de-soie, Satin-Double-Face und Gazar sind klassische Abraham-Spezialitäten, die in der Pariser Haute Couture ihren festen Platz haben.

Seiten 70-81

FORSTER WILLI + CO. AG ST. GALLEN

Der St. Galler Nouveauté-Sticker sucht stets nach neuen kreativen Impulsen für seine Luxusqualitäten. Das Ergebnis sind immer originelle, manchmal rustikale Spitzen und Stickereien, die besonders den jüngeren Haute



Couture-Designern gefallen. Karl Lagerfeld wählte für Chanel eine ausgefallene Chenille-Guipure sowie eine Spachtelspitze aus Cashmere-Flanell. Gianfranco Ferrè machte in seiner ersten Dior-Kollektion schwarze und elfenbeinfarbige Guipure mit Rosen- und Mimosenblütenmustern auf. Christian Lacroix liess sich vom üppigen Napoleon III-Stil der schweren Gold-Guipure, der Velours-Frassé-Stickereien und Organsaspachtelspitze inspirieren. Gerard Pipart bei Nina Ricci entschied sich für die bordeauxfarbene Guipure, in der ethnische Mustereinflüsse (Masai-Schmuck) zum Tragen kommen. Sowohl Balmain als auch Scherrer wählten die plastischen Wollstickereien auf feinem Huttüll.

Pages 34-35

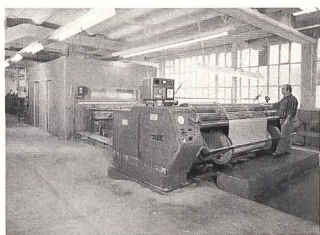
WEBEREI WÄNGI AG

NOUVELLE ORIENTATION DU MARCHÉ

Fondée en 1823, l'entreprise de tissage Wängi SA compte parmi les plus anciennes de Suisse. Après l'incendie qui l'avait totalement ravagée en novembre 1911, le propriétaire de l'époque abandonna la filature pour développer au maximum le tissage. En 1933 une nouvelle société groupant un nombre restreint d'actionnaires reprit l'entreprise qui s'était ressentie de la crise économique mondiale. Sous la direction du copropriétaire et directeur de l'époque, Willi J. Maurer sen., le tissage Wängi SA connut un essor rapide pour s'affirmer bientôt comme producteur de cotonnades de qualité, destinées aux usages les plus divers, avec une prédilection pour les tissus fins suisses réservés à la confection féminine et aux fonds de broderie. Dans les années d'après-guerre, environ 350 employés disposant d'un nombre égal de machines produisaient 6 millions de mètres carrés de tissus destinés à une clientèle essentiellement indigène. Excepté quelques rares transformateurs de tissus techniques et de draps de lits, la plupart des clients de l'entreprise étaient des commerçants et manipulateurs domiciliés à St-Gall.

Le tissage Wängi SA ne travaillait pratiquement que sur commande jusqu'à la récession économique des années 70. L'entreprise qui dépendait entièrement d'un nombre relativement restreint de clients, dont elle recevait les commandes, était un représentant typique de l'industrie textile suisse et de sa structure essentiellement horizontale. Les difficultés d'occupation de ces années-là ont manifestement incité l'entreprise à sortir de l'anonymat de sa production pour émerger aux premières lignes et se profiler de

manière plus active et plus créative sur le marché. La maison réussit à franchir ce pas tout d'abord dans le secteur «littéraire et intérieur», où elle peut être considérée en Suisse comme le leader dans le secteur des tissus haut de gamme imperméables aux plumes et duvets. Elle a offert et continuera d'offrir, aux fournisseurs spécialisés dans la branche, des prestations particulières dans le domaine du finissage.



Suite à la récession et sans doute provoquée partiellement par elle, intervint une sérieuse restructuration dans l'industrie textile, le commerce et la manipulation. Les responsables du tissage Wängi SA la considèrent avec appréhension et arrivèrent à la conclusion qu'il était temps de créer un secteur de production à l'intention de la confection dames et de livrer directement à l'industrie de la confection des tissus de haut de gamme. Ce pas constituait une rupture délibérée avec une longue tradition et la détermination de faire face à certains inconvénients de courte durée afin de tenter de renforcer à long terme la position de l'entreprise sur le marché. Les réactions des clients preneurs de la marchandise brute se maintint dans des limites acceptables, grâce sans doute à la réduction en Suisse de la capacité dans le secteur des tissus fins.

Sous le titre «Tissus suisses pour le jour et la nuit», le tissage Wängi SA présente depuis plus d'une année sa collection destinée aux robes, blouses, à la lingerie, ainsi qu'aux vêtements de loisir et de pluie, à une clientèle sélectionnée dans diverses parties de l'Europe. Il est présent également dans les Foires impor-

tantes à Francfort et Paris avec son propre stand. Les activités de Wängi SA sont toutefois essentiellement axées – en plus de la vente de la collection – sur des réalisations spécifiques intéressant des clients individuels.

Cette nouvelle orientation sur le marché ne signifie pas que la maison Wängi SA songe à se distancer à l'avenir de la vente des tissus bruts. Au contraire, certaines productions seront intensifiées dans des secteurs intéressants, moyennant la création de nouveaux dessins et de prestations accrues dans la production, livraison de pièces de grandes dimensions, etc., tissus fins et fantaisie destinés aux marchés de l'Est, tissus techniques ainsi que tissus bruts suisses typiques qui resteront au programme.

Depuis janvier 1988, toutes les activités promotionnelles du tissage Wängi SA sont planifiées et coordonnées par un groupe composé de cinq spécialistes du marketing et de la vente, appuyés par une organisation dynamique et qui inclut bien évidemment la fabrication. Le conseil d'administration et la direction, conscients que la vente ne peut atteindre les objectifs fixés que si elle est épaulée par une production rationnelle, fiable et souple, a prévu pour les années 1985 à 1988 un programme d'investissement d'environ 25 millions de francs. Ce programme comporte de nouvelles constructions, la modernisation du parc des machines du tissage et de la préparation. D'autres innovations de même envergure sont d'ores et déjà projetées. Actuellement, le tissage Wängi SA produit – avec 250 collaborateurs – environ 12 millions de mètres carrés de tissus représentant un montant annuel de 45 à 50 millions de francs à la vente, dans deux départements équipés chacun d'environ 40 machines, «Saurer 500», «Sulzer» et «Somet», ainsi que dans deux départements de machines de tissage multicolore «Rüti C».

Pages 82-85

TISSUS HIVER 90/91

CHEMINEMENTS DIVERSIFIÉS – ASPECTS VARIÉS

«La fonction du créateur consiste à filtrer et à interpréter le sens esthétique et le style de vie de la société dans laquelle il évolue et pour laquelle il travaille.» C'est l'avis des sociologues. Le styliste Nino Cerruti dit de même, de manière plus simple et plus concrète: «La mode est le moyen de décrire le monde dans lequel nous vivons.» Nul ne saurait prétendre que ledit monde se présente dans une harmonie et une unité exemplaires. Il en résulte que la mode, sensée refléter notre monde déchiré, use des moyens – traduisez par tendances – les plus divers pour s'exprimer. Ses multiples facettes sont «programmées».

Le spectre des différentes expressions de la mode semble s'étendre chaque année un peu plus. Depuis quelque temps déjà, il évolue autour de trois axes essentiels, qui se traduisent de manières très diverses, sans pour autant ne créer que contradictions et tensions, mais également un équilibre harmonieux. Les diverses facettes des tendances, leur coloration au sens propre et figuré, évoluent sans cesse, cependant que la base même demeure étonnamment constante. C'est dans les tissus plus que dans les lignes et les silhouettes que l'expression de la mode se concentre le mieux.

Les thèmes de l'hiver 90/91 prennent à leur compte et traduisent – ou décrivent selon Cerruti – à leur manière les préoccupations actuelles: le quotidien urbain, la nature, le désir de beauté. Technologie et esthétique sont les points de référence d'incessantes innovations optiques et fonctionnelles. La somptuosité des tissus suisses actuels révèle des exigences d'un niveau élevé. Ce déploiement peut être aussi évident et

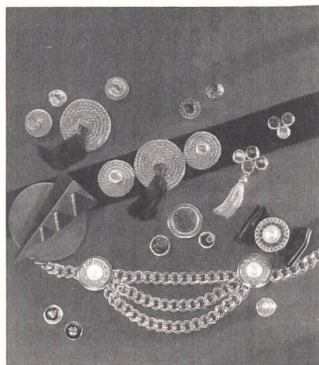


Pages 116/117

AARE AG, SCHINZNACH-BAD

L'ALLURE DU BOUTON RENOUVELÉE

Outre les «classiques», la nouvelle collection offre de nombreuses exclusivités «style Boutique». Les stars en sont des boutons, boucles et garnitures ornementales réalisés dans des matières de valeur et agrémentés de perles ou de pierres de couleurs. Certains boutons en métal vieilli surmontés de pierres colorées sont des créations qui prouvent un sens artistique très sûr. Grenat soutenu, gris foncé très doux, vert profond et métallique, bleu et de chaleureux bruns correspondent aux tendances de la coloration actuelle.



L'avant-garde qui s'inspire de la mode seigneuriale du Moyen Âge est exprimée ici au moyen de garnitures de passementerie, de métal patiné, d'associations de métal, perles et pierres, le tout complété par des idées à la Robin des Bois et des pendentifs originaux, des broches et des applications. Les écussons, chevaliers et autres motifs sont également dignes d'intérêt. Les splendeurs de Byzance sont représentées par des boutons et des ornements en bronze, vieil or et vieil argent, très seyants lorsqu'ils accompagnent les jacquards, les imprimés, surtout lorsqu'ils sont inspirés du folklore et d'anciennes icônes russes.

splendide que discrètement lié à de nouvelles propriétés («micro» en est actuellement le meilleur exemple).

«Modernité» qualifie une ligne stricte et des teintes plutôt sombres, des associations ton sur ton et des dessins discrets. Quelques effets proviennent de l'uniforme ou du vêtement de travail, d'autres soulignent les tendances puristes de certains stylistes dont le raffinement consiste à user de tissus raffinés pour traduire un «understatement» de bon ton. «Naturel» traduit le penchant pour la nature qui joue un rôle essentiel dans l'esprit du temps présent, perpétué et élargi dans plusieurs sens. Le blanc hivernal et de nébuleux pastels créent une atmosphère nordique; des matières douces et des formes enveloppantes à la Romeo Gigli suggèrent une sensation d'intimité confortable. Les structures artisanales dans la version sport s'accordent avec des motifs folkloriques et des bordures décoratives. Ces deux tendances reflètent les styles de vie et les humeurs du quotidien.

«Byzance» est différent. Le rêve entre ici en jeu, des nostalgies apparaissent. Références aux traditions «monarchiques», plongeon dans le mysticisme, dans l'esprit religieux qui émane des icônes russes, envie d'or, de décors et de couleurs magiques – autant d'associations et d'impressions qui se trouvent abordées ici dans une multitude de nouveaux tissus que l'on peut qualifier de créations artistiques sans risque d'exagération aucune.

La rubrique sport est marquée par les matières naturelles – racines, bois de cèdre, marbre et corne de buffle. Là encore, les combinaisons à base de métaux vieillis ont la préférence et boutons, fermoirs et pendentifs originaux sont proposés sous forme d'ensembles.

Le thème «Cocoon» – traduit par «cocon = confort» – est illustré par des accessoires fantaisie – animaux, plantes et fruits – accordés aux tissus. Les tendances nouvelles sont ainsi adroitement transposées en autant d'accessoires mode.

Pages 120/121

CHRISTIAN FISCHBACHER CO. AG,
ST. GALLEN

BICOLORES ET KALÉIDOSCOPE

La collection de base de Chr. Fischbacher se divise en quatre groupes: «Sissi» idéalise le romantisme – châles brodés, fichus en tulle de soie et tissus vaporeux, transparents et avant tout féminins. «Calypso» groupe des tons chauds, exotiques et empreint à Gauguin ses motifs végétaux; les teintes soutenues et primaires dominant dans le groupe «Dynamic», alors que les tons tamisés avec effets d'ombrages animent le thème urbain «Cosmopolitan». A remarquer en particulier, un foulard en chiffon à bordure bicolore et pompons ainsi que des triangles en laine à motifs jacquard. Ces derniers présentent deux bords garnis de franges, le troisième est ourlé de velours, encadrement idéal pour les tissus ombrés, les dessins floraux ou strictement ethniques. Un poncho en laine réversible à franges en quatre couleurs complète ce volet.

Qu'il s'agisse de coton ou de soie, les couleurs de l'été 1990 sont éclatantes. Des dessins floraux, géométriques ou des traits de pinceau, un zèbre bi-

colore, des motifs sud-américains ou de la peinture moderne ont inspiré les carrés en coton 80/80, alors que des animaux de plus petites dimensions, des motifs géométriques ou des classiques en deux tons sont allégés au voisinage de foulards en chiffon et carreaux de satin.

Les importants foulards en soie s'animent de rayures en satin ou bayadères, arborent des carreaux traversés de petits lacets, des fleurs avec des carreaux ou des jardins fleuris complets entourés de bordures. Jacquards d'inspiration ethnique, impressions originales d'une seule teinte, dessins tigrés à paisleys et petites paillettes, géométrie et légumes stylisés sont autant d'exemples de l'étendue des possibilités offertes. Les thèmes de marine et les compositions kaléidoscopiques sont concrétisés sur du twill.

Pages 122-125

L'ESCARPIN DE SOIE

«Le Soulier de Satin» de Paul Claudel, qui n'a rien d'une pièce de boulevard, est un drame chrétien et baroque sur fond d'Empire espagnol. La belle Dona Prouhèze accorde plus d'importance à l'amour divin qu'aux passions terrestres et offre à la Madone ses précieux escarpins de satin pour gage de sa foi.

Depuis que la soie existe, les chaussures réalisées en cette matière précieuse sont un signe de richesse, de haut niveau, de goût du luxe. Celle qui en portait n'avait pas à se salir les pieds, elle possédait chaise à porteur, calèche et plus tard voiture et chauffeur. Les souliers de soie ont laissé leurs traces dans l'Histoire... ceux de la première reine Elisabeth d'Angleterre, superbement brodés, les délicates pantoufles de soie de la marquise de Pompadour, les mules de velours blanc ornées d'or de Joséphine Bonaparte pour la cérémonie du

TRANSLATIONS

couronnement qui la fit impératrice de France. Jusqu'au milieu du siècle dernier, ces dames chaussaient plus souvent du tissu que du cuir. «Sissi» d'Autriche eut dans son trousseau pas moins de 106 paires de chaussures en atlas, soie et velours. Elles ne durèrent guère, chaque paire ne devant être portée qu'un seul jour. Lorsque, en 1898, l'impératrice fut poignardée sur les rives du Léman, la chaussure de tissu n'était plus de mise qu'à l'intérieur et le soir. Les chaussures de mariée et celles de bal furent en soie jusqu'à nos jours. La princesse Elisabeth, lors de son mariage avec Philippe Mountbatten en 1947, avait commandé des sandalettes en satin crème assorties à sa robe.

Il y a plus de quarante ans de cela. Au cours des années qui ont suivi, les escarpins de soie ont joué un rôle plus ou moins grand dans la mode. De tout temps, les bottiers de luxe ont montré un faible pour le «soulé bijou», objet précieux fait main et presque trop beau pour être porté.

Parmi les clientes riches du Florentin Salvatore Ferragamo il y eut, dans les années vingt, une certaine maharani qui accompagnait sa commande d'un sachet contenant de vraies perles et des pierres. Pas en guise d'honoraires, mais pour la décoration. Dans le communiqué de presse 1963/64 concernant la collection de Christian Dior on pouvait lire: «Les escarpins sont somptueusement brodés. Les matières: velours, satin, brocart d'or fin, dentelles légères, tissus précieux, pierres taillées du Tyrol...»

C'était l'époque où Jakob Schlaepfer de St-Gall se fit connaître comme brodeur novateur et où les fabricants de chaussures destinées à la Haute Couture s'intéressèrent à lui pour de petites séries et même des réalisations uniques. Au cours des années quatre-vingt le fabricant américain de chaussures de luxe Stuart Weitzman commanda également des coupons pour

sa collection. Les commandes prirent ensuite une ampleur telle qu'il y eut des difficultés de livraison! Weitzman remit à l'honneur l'escarpin de soie (il n'utilise que de la pure soie) pour être porté dans la journée. «Silken in the rain. Stuart Weitzman lights up the street again» est son slogan publicitaire actuel. Ces belles chaussures imprégnées sont réalisées en Espagne.

La liste des bottiers de l'élite internationale, clients de Schlaepfer, comporte d'autres noms prestigieux... Charles Jourdan, Stéphane Kélian, Andrea Pfister, pour ne citer que ceux-là. Les tissus qu'ils ont choisis actuellement font partie de la collection de prêt-à-porter. Les résilles rebrodées de paillettes, de pierres dorées et de perles sont intéressantes pour la facilité de leur mise en formes. Il en va de même du velours brodé, de la guipure, de certains motifs séparés pour le décolleté ou le talon. Un imprimé marbré a même fait un tabac sur la scène de la mode actuelle.



La maison zurichoise Abraham est de longue date le «fournisseur de la cour» du roi Yves Saint Laurent. L'hiver 89/90 verra plusieurs de ses brocarts habiller les jambes chez Yves Saint Laurent – bottines Richelieu pour le cocktail ou cuissardes habillées – qui ne craignent pas la lumière du jour. Charles Jourdan propose le soulé de

satin dans de nombreuses teintes mode et mise pour l'été prochain sur des décolletés et des décolletés à brides, gais avec des rayures bayadères. Le «caviar» n'est pas indispensable dans tous les cas, respectivement les matières «point de mire» pour les pieds à la mode habillés par les soyeux suisses. Schubiger à Uznach propose pour la chaussure «brocart, moire, reps, satin duchesse pure soie ou rayonne...» et ajoute «... qu'ils peuvent être utilisés également pour d'élégantes mules d'intérieur...» Chez Weisbrod-Zürcher les reps rayonnent dans une vaste gamme de couleurs voisinent avec du lamé et du brocart dans les tons or et argent.

Aucun de ces soyeux ne sait dire avec certitude jusqu'à quel point ces matières arriveront «jusqu'au pied concerné», souvent des intermédiaires et des importateurs s'intercalent sur le chemin. Il se pourrait que ces tissus deviennent sacs ou pochettes de soirée ou, plus simplement, ornements pour les chaussures. Des problèmes de confection freinent l'essor de cette tendance. L'industrie de la chaussure axée sur le cuir et la production industrielle – même dans les catégories luxe – éprouve certaines difficultés à utiliser la soie, en raison de l'apport indispensable du travail artisanal.

Toutefois Bally veut relancer «...la chaussure textile de luxe, surtout pour le soir.» Actuellement ce sont des spécialistes qui fournissent les modèles aux magasins Bally. Bally-Angleterre produit l'escarpin en satin blanc, éternel, qui peut être teint dans le ton de la robe qu'il accompagne. Le «soulé de satin» n'est pas encore en tête d'affiche, mais son importance augmente sans cesse, étant bien dans cette tendance qui favorise la personnalité, la féminité et le goût du luxe.

Pages 126-141

LINGERIE 90

LE GOÛT DE LA BELLE LINGERIE

La nouvelle décennie s'annonce aimable, le goût des femmes pour la belle lingerie est évident. Le luxe à fleur de peau fait envie. Les «trente à quarante ans», conscientes de leur silhouette et en forme apprécient de plus en plus les dessous attrayants. Les spécialistes de la lingerie flattent ce désir avec une foule d'idées pour l'été 1990 et des garnitures précieuses en dentelle et broderie. La diversité dans la mode qui estompe les limites «dessous-dessus» frappe dès l'abord. Multifonction devient synonyme de mode et les bodiés et bustiers de charme s'installent au grand jour et feront bonne figure sous les blouses transparentes par exemple et même sous les vestes.

Le style lingerie a subi une cure de jouvence pour celles qui recherchent un style féminin mais sans chichis. La lingerie de jour – chemise/slip additionnée d'un soupçon de luxe – propose des entre-deux, rubans et incrustations allant de la discrétion à l'opulence. Les chemisettes arborent plus souvent des décolletés-bandeaux droits et de larges bretelles, les slips découpés haut ont la cote.

Le coton forme la base (tissu et maille), suivi de jersey fantaisie et de tissus synthétiques soyeux, mini-jacquards et imprimés. A l'usage de celles pour qui rien n'est trop beau ni trop cher, c'est l'indispensable pure soie.

Pour animer le nouveau jeu de la mise en valeur des formes féminines les fabricants de lingerie ont imaginé des ensembles slip/soutien-gorge séduisants. Bustiers à armature et corsages en dentelle élastique rappellent les années cinquante. Les petites culottes droites sont tout à fait dans le vent et s'adressent aussi aux jeunes. Les «nou-

veautés» proposent souvent des bustiers moulants en dentelle et broderie élastiques qui font fureur. Transparence élégante ou style jeune et sport. Les bodies continuent sur leur lancée, matière et coupe les rapprochant des «dessus». Les bodies style pull arborent un col montant, d'autres font T-shirt ou top de gymnastique avec des décolletés des années cinquante.

En feuilletant les programmes de lingerie nocturne on perçoit une certaine nostalgie des années trente. Chemisettes à bretelles et baby-dolls à broderie anglaise en batiste ou mousseline blanc pur se veulent juvéniles et sans chichis. La page élégante et précieuse donne envie de porter de la belle lingerie: satin soie souple, crêpe de Chine, charmeuse et jersey présentent de luxueuses incrustations brodées sur les plastrons. A remarquer les bretelles plus larges que l'on retrouve sous forme de rubans ou de parements. Nouvelles aussi, les piqures ova-tinées et les tissus pris à double, rebrodés aux ourlets, angles ou à la base des bretelles. Les robes de nuit élégantes sont assorties de peignoirs de la même matière, lorsqu'ils ne jouent pas les contrastes comme par exemple le peignoir nicky avec le négligé en charmeuse de soie.

La mode féminine du printemps prochain dicte les couleurs. Aux classiques noir et blanc s'ajoute en force le bleu marine. Bleu fumée, mauve, pêche et tilleul apportent leur petite note rétro.

BRODERIES REHAUSSÉES D'ÉLÉMENTS À L'ASPECT «FAIT MAIN».

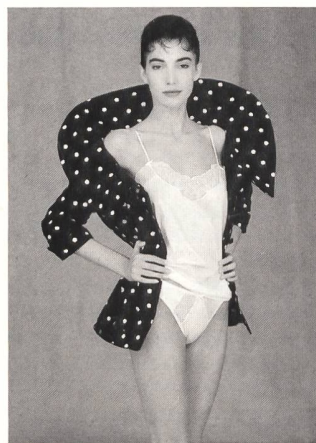
Les brodures suisses suivent les traces des Grands de la mode en intégrant les tendances internationales dans leurs collections, preuve en est la nouvelle lingerie automne/hiver 90/91. L'imagination est onniprésente et l'on se réfère à d'anciens modèles pour transposer certains des-

sins rétro en broderie actuelle. Les rubans en broderie anglaise et coton blanc pur occupent une fois de plus le haut du pavé, le genre est en plein essor et destiné à un marché jeune. Sur du voile, du crêpe ou du piqué, la poésie fleurit sous forme de broderies au point de croix ou résille. Les jours, Richelieu et macramé sont autant de techniques remises en vogue et destinées à convaincre les jeunes d'autant que l'on revient aux travaux manuels dans le sillage de la vague écologique. Les broderies anglaises en blanc et les bords festonnés sont animés et rajeunis, le tout rehaussé de rubans de satin appliqués dans des tons pastel. L'attrait particulier de la broderie, ses effets mats et brillants, l'alternance de la transparence, de la couleur et du blanc résultent de la mise en œuvre simultanée de différentes techniques – allant parfois jusqu'à douze.

Le charme de la broderie «féminise» les ensembles chemise/slip discrets. Ramages, fleurs, feuilles, paisleys et bouquets sont mis en valeur sur du voile, de la mousseline, du tulle et de l'organza, inter-prétés au moyen de fils brillants, points lancés et cordonnet. Les spécialistes suisses proposent selon leur habitude de délicates guipures destinées à la lingerie fine, un peu plus rustiques pour l'hiver et qui présentent des broderies perforées dans les motifs géométriques. En accord avec les vêtements mode, certaines broderies au cordonnet arborant or et argent sur des fonds champagne affichent un luxe presque baroque. Non moins superbes, les incrustations brodées avec du velours appliqué sur fond transparent en organdi. La broderie ornementale en laine sertie de fils brillants suscite une ambiance de confort hivernal. Des cristaux brillants brodés introduisent le thème de la transparence.

Voilà un thème qui non seulement marque la mode féminine dans son ensemble, mais entre sous les formes les plus

diverses dans le domaine de la lingerie et des corsets. Une transparence raffinée tient par exemple à l'utilisation de tissus doubles: de splendides rubans en voile noir et blanc maintenus par une broderie de fils brillants au point lancé: la découpe des motifs les fera ressortir alternés noirs et blancs. Même technique pour les pois, cœurs, feuilles ou formes géométriques, la lingerie s'en trouve renouvelée. Ravissantes aussi, les broderies contournées en couleurs sur de vaporeux voiles et mousselines.



La nouvelle génération des dessous exige, en plus de ses qualités fonctionnelles, de la légèreté et des formes délicatement modelées.

Cette alternance opacité-transparence est magnifiquement rendue dans les nouvelles broderies des soutiens-gorge, bustiers et corsages. Des dessins floraux, filigranés ou plus expressifs sont proposés entre autres sous forme de broderie au cordonnet sur du tulle avec des applications de satin. Les dessous brodés doivent en outre être élastiques, c'est une des conditions de succès dans la vente de ces ensembles. Les spécialistes répondent aux classiques dentelles jacquard françaises par du tulle élastiqué brodé allover, de la charmeuse originale et des décorations inédites travaillées en relief. Une vedette incontestée: le tulle fantaisie dont le

fond rappelle le papier de riz et sur lequel se trouve brodé un semis de fleurettes dans des tons délicats.

«Young Fashion» propose plus de couleur et de vivacité dans la broderie, contrastant avec le noir et l'allure sport. Les échantillons pour l'automne et l'hiver fourmillent donc de broderies multicolores, rubans et motifs, teintés de réminiscences mexicaines ou indiennes. Les îles du Pacifique sont à l'origine des insectes brodés et brillants en fils Lurex multicolores, des couleurs exotiques et des colibris voltigeants qui se posent en souplesse sur les ensembles de lingerie destinés aux très jeunes, parfois sous la simple forme de motifs à apposer au fer.

TRANSLATIONS

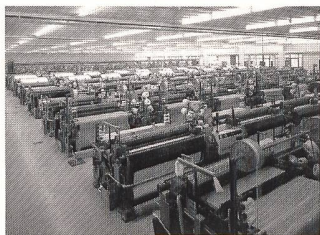
Pages 34/35

WEBEREI WÄNGI AG

NEW MARKET ORIENTATION

Founded in 1823, the weavers Wängi AG are one of the oldest industrial companies in Switzerland. Following the total destruction of the plant by fire in 1911, the mill owner at the time gave up the spinning side of the business to concentrate on building up the weaving interests. In 1933 the firm which was suffering from the worldwide recession was taken over by a new joint stock company with a small group of shareholders. Under the leadership of the co-owner and director at the time, Willy J. Maurer senior, Wängi AG rapidly gained a national reputation as a high-quality producer of cotton for a wide variety of uses. Perhaps the most noted of these was the typical Swiss fine-weave fabrics for women's fashions and for embroidery. The output from the around 350 employees and a similar number of looms, amounting to 6 million square metres of material, was sold mainly in Switzerland. Apart from a small number of firms which made up the materials for industrial use and bed linen, the company outlets were almost entirely to local, St. Gall middlemen.

Until the trade recession in the 1970s the Wängi AG mills worked almost exclusively for supplying foreign demand. They were dependent upon the health and prosperity of a relatively small number of customers capable of carrying out orders to customer specifications and thus a typical representative of the mainly horizontally structured Swiss textile industry. It was undoubtedly the difficult economic situation at the time which provided one of the principle motives for moving away from the anonymity of a "behind the scenes producer" in order to adopt a more active, creative and higher pro-



file in the market. The company took this step as the result of particular circumstances and as a leader in the present day product group "bed and home" where it can, for example, currently be regarded as being at the head of the Swiss market for high-quality, finished, feather-proof fabrics. The finishing side of the business has been, and will also continue to be, bought-in to cover the needs of suppliers of special products.

As an adjunct and probably partly also as a result of this recession phase, the textile industry, together with its traders and the manipulation, underwent a restructuring process. This was a cause for concern to those responsible for Wängi AG, who came to the conclusion that the time was ripe to enter the field of "women's wear" with high-quality goods for direct sale to manufacturers of prêt-à-porter clothes. This step was a conscious break with a lifetime tradition but it was not long before the short-term disadvantages could be seen to be outweighed by the opportunity of securing long-term marketing possibilities. The reaction on the part of former raw material customers to this entry into the market was muted, no doubt partly due to the sharply reduced capacity in Switzerland for fine woven fabrics.

Under the heading "Swiss Fabric for Day and Night", Wängi AG has been presenting its collection of dresses, blouses and underwear for over a year now, to say nothing of the sports clothes and rainwear for a select clientele throughout Europe, and the company was represented at both the Frankfurt and Paris fairs with their own stand. The

special emphasis of the Wängi activities, apart from sales from the collection, is just as strong on customised developments for particular requirements.

This new market orientation does not, however, mean that Wängi AG has any intention of neglecting sales of raw textiles. On the contrary, product groups such as the fantasy fine weaves for Eastern markets, industrial fabrics and other typical Swiss unbleached fabrics not only continue to be well represented in the production program but are to be further expanded in profitable sectors by means of new methods of providing samples and also by further specialised finishing processes, such as supplying extra large dimensions and other methods of processing and making up.

Since January 1988 all the marketing activities of the Wängi AG mills have been handled, planned and coordinated by a marketing and sales team, consisting of 5 specialists, supported by a powerful, backup organisation which naturally includes processing. The knowledge that sales can only reach the target if based on reliable, flexible and at the same time rationalised production has enabled the board of directors and the management to authorise an investment programme of around 25 million Swiss francs between 1985 and 1988. This includes far-reaching structural replacements and significant modernisation of the pretreatment and weaving installations with further replacements on a similar scale also planned. The Wängi AG mills operate around 40 "Saurer 500", "Sulzer" and "Somet" looms and 2 areas are equipped with "Rüti C" multicolour looms employing a total of 250 people to produce 12 million square metres and achieving an annual sales value of between 45 and 50 million SFr.

Pages 38-45

PARIS HAUTE COUTURE
AUTUMN/WINTER 89/90

THE EPITOME OF LUXURY

The arrival of Italian designers on the French Haute Couture scene has lent a political dimension to the fashion collection premiers, turning them into a media event. Gianfranco Ferrè at Christian Dior and Angelo Tarlazzi at Guy Laroche have, however, done nothing to reduce the hegemony of the French in fashion but they have rather lent an international character to their prestige products combined with a thorough rejuvenation of high fashion. The trends this year have been set more strongly than ever before by luxuriant materials and fabrics.

"It is after all following tradition: François I with his Leonardo da Vinci, Louis XIV with Lulli and, in the Fifth Republic, François Mitterrand with our two Italian couturiers", was the sarcastic comment of the French magazine, "Paris Match" on the subject of the "Italian Invasion" which shook the Paris fashion houses to their foundations. The Italian designers are undeniably the greatest competitors of the French in the fashion world and now they are storming the bastions of Paris! Angelo Tarlazzi, successor to the late couturier Guy Laroche, who died six months ago, was given a good reception; born in Rome, he has been living and working for the last 20 years in Paris and has long been regarded by the French as one of themselves. But the surprising appointment of the Milan star designer Gianfranco Ferrè as Christian Dior's creative director provoked more than one caustic comment and has been seen by patriots as an attack on French culture. This heavyweight ex-architect is not after all an unknown quantity but has been shown to be one of the most talented

and high-profile fashion designers of his country. He has no intention of quitting his flourishing business in Milan in favour of Dior. He only relinquished his luxury collection, the highlight of Roman high fashion.

FRENCH FASHION IS MORE INTERNATIONAL

Gianfranco Ferrè is not the first freelance designer to head a French fashion house, Karl Lagerfeld, who with his sparkling butterfly talent made his own label as well as Chanel and Fendi, proved that at the international level creativity can run successfully on a number of rails.

The prompt awarding of the golden thimble to Gianfranco Ferrè for his first Dior collection may have upset dyed-in-the-wool French patriots rather than being regarded as recognition of a great collection. With his first Dior presentation Ferrè showed his reverence for the legendary "New Look" of his famous predecessor by following in the footsteps of the revolutionary collection which made Christian Dior a household name. The Italian also showed that his clear, strong style is able to give the Dior line a modern and self-sufficient profile which is all that really counts in the battleground of the luxury market. Not until there is a truly united Europe will the quality of a product rather than its origins be the decisive factor in the success of fashion names.

A NEW GENERATION GUARANTEES THE FUTURE

The "Italian Invasion" – the Japanese have it seems, been forgotten – gives the French the satisfaction of knowing that Paris is once again the undisputed capital of the fashion world, also in the haute couture category. Valentino from Rome once more presented his luxury collection in the première haute couture week of the French capital and even Ferrè's col-

league Gianne Versace from Milan tried out the catwalks of the Paris couturiers. He presented his "Atelier" collection in the Jacquemart-André museum, displaying richly embroidered, but still young and sexy couturier clothes. Versace will also participate officially in next season's Parisien haute couture presentations.

Their Italian origins apart, Ferrè, Tarlazzi and perhaps also Versace represent a welcome development initiated by Christian Lacroix and Karl Lagerfeld: a personal and thus also creative rejuvenation of haute couture. Ted Lapidus has in the meantime relinquished the direction of his fashion house in favour of his 30 year old son Oliver; this could result in a reinforcement of the relatively youthful side of the business. The reins have already been handed over ensuring the continuation of Elite-Mode which has so often been declared finished. In fact, the interest of Prêt-à-Porter designers in high-fashion creations appears to be greater than many people care to admit; what have in the past been regarded as outdated fashion shows now head the field, or as Sonia Rykiel put it: "haute couture is to designers of clothes the dream that Stradivarius is to violinists". Jean-Paul Gaultier sat wide-eyed at Ferrè's Dior première and said at the end of the show, "That was real haute couture. It inspires one to go out and put together one's own couture collection again."

BAROQUE AND BYZANTINE LUXURY

If genuine haute couture is the symbol of luxury and luxury is the reflection of top-of-the-range quality and elegance, the collections from the Parisien and two Italian top-fashion tailors have fulfilled this condition. Their 1989/90 Autumn/Winter creations are so opulent and magnificent that anyone would think they were offering

a follow-on for the grand ceremonial of the 14th July. Like the French President, fashion artists gained their inspiration more from the baroque splendour of Louis XIV than from the revolutionary fashions of the "sans culotte". While couturiers have been showing restraint in their use of masculine quality materials for day wear, albeit in the finest cashmere or alpaca, when used for cocktail or evening dress they exhibit a splendour ranging from the baroque to the byzantine. There has seldom been a season with so much golden hand embroidery, rich brocades and lamés, costly lace and needlework in the form of decorative velvet appliqués and a wealth of billowing muslin.



The leading West German newspaper, the "Frankfurter Allgemeine Zeitung", wrote: "The notions which used to come from haute couture to the fashion world were regarded as the dictates of the creators of fashion, as they were called. This could be said to apply today to the materials which play a so much more important role in the fashion business than is generally publicly acknowledged." Such recognition is seldom seen in fashion pages of the daily press. This indirect compliment for fabric designers could also apply to the Swiss textile manufacturers who are amongst the principal suppliers to the haute

couture establishments. Seventy of the 108 models in the Yves Saint Laurent collection wore Abraham fabrics; Emanuel Ungaro selected 25 different materials from Jakob Schlaepfer's, while Forster Willi displayed his talent for young fashions with original spachtel lace made up by Ferrè-Dior and Christian Lacroix. Naef's latest creations were seen on the catwalks in the Ungaro, Scherrer and Carven collections.

RICH FABRICS SET THE FASHION TREND

With materials dominating the scene, cut and outlines took second place, while the significance of details increased. The silhouette of the new haute couture fashion is kind to the figure, naturally rounded shoulders and knee-length skirts being preferred for daytime wear. Overcoats and long jackets are trapezoidal in shape with swinging fullness to counterbalance the redingote shape. The new prêt-à-porter star, Romeo Gigli, yet another Italian who has taken Paris by storm, is encouraging a revival of the cocoon line, reminiscent of Paul Poiret.

Couture outlines can be seen above all in the details such as massive shoulder collars, decorative tulip or hood collars, fur cuffs, artistic gathers and semi pleats.

Euphoria with materials has even reached the fashion accessories: Yves Saint Laurent's colourful brocade boots in the same fabric as the dress aroused great interest while the most significant spin-off this season are the wide satin and taffeta shawls worn two or three on top of each other in delicately matched colours, lending an air of peasantry to classical suits.

TRANSLATIONS

Pages 82-85

WINTER 90/91 FABRICS

MULTI-FACETTED AND WIDE-RANGING

Sociologists would say that the job of the designer is to filter and interpret the aesthetic sensitivities and mood of the society in which he works. The same thing was said more simply and clearly by the designer Nino Cerruti when he commented, "Fashion is a way of describing the world in which we live". Nobody can claim that our planet is in a state of harmony and unity, so fashion is forced to use very different methods to describe our divided world. Its trends and moods are the very essence of this relationship and versatility is a prerequisite.

The scope of expression in fashion appears greater every year. It has long encompassed three areas of experience which, while very different, create not only contrasts and tensions, but also harmonious balances. The individual facets of the trends, their colouring – in both a literal and a figurative sense – is always changing but the basic pattern remains remarkably constant. This can be seen, perhaps, more clearly in the materials than in lines and silhouettes; it is increasingly the fabrics which most strongly define fashion.

The 90/91 themes pick up and transform, or as Cerruti said, describe, what people are doing with their fashions: everyday life about town, nature and a longing for beauty. Technology and aesthetics constitute reference points for never-ending research leading to visual or functional innovation. The cost of the materials in the latest Swiss presentations demonstrates clearly how high the multiple demands are set. The expensive nature of the textiles may be evident and eye-catching or it may less obviously incorporate the latest features. "Micro" is a vague term.



Modern is the catchword for firm lines, probably in dark colours, tone-in-tone combinations and restrained patterns. The influence of military uniforms and boiler suits can be seen, together with the purist inclinations of some fashion makers whose refinement lies in their choice of noble but subdued materials. The natural trend, which has played so important a part in the spirit of the age, continues with its absence of artificiality extending in many directions. The Nordic mood can be seen in winter whites and misty pastel shades; the soft, enfolding materials à la Romeo Gigli providing a cocooning cosiness while in sporting versions handworked garments combine with countryside and decorative trimmings. Both these trends reflect everyday lifestyles and moods.

The Byzantine theme is very different, it belongs in the category of desires and longings, harking back to courtly traditions, it is full of mysticism and steeped in the religious spirit of Russian icons, the gleam of gold and magical shades. All these associations are sensitive and responsive to the multiplicity of fabrics created which can without exaggeration be regarded as artistic.

Pages 116/117

AARE AG,
SCHINZNACH-BAD

NEW ANGLES ON BUTTONS

In addition to their classical buttons the new Aare collection offers a wide ranging selection in exclusive boutique

styles. Especially attractive are the buttons, buckles and jewellery sets in costly materials decorated with pearls or coloured stones. The workmanship shows a high level of artistic flair, especially the antique-look metal buttons ornamented with coloured stones. The new shade trends are set by deep garnet red, soft dark grey, dark metallic greens and blues, together with warm brown tones.

Aare AG are following the avant garde theme based on the lines of court dress in the late middle ages, with trimmings, sheens and metal effects, combinations of metals with pearls and gemstones, to say nothing of the Robin Hood motifs and fantasy pendants, brooches and applications. Coats of arms, knights and shields are also eye-catching. The wealth of Byzantium is recalled by bronze buttons and accessories, old gold and silver being used to match the ornamental Jacquards and decorative prints inspired by Russian folklore and icons.

Natural materials, such as roots and cedar wood, marble and buffalo horn embellish sporting outfits, once again combinations of antique-look metals predominating with matching sets of buttons, fastenings and fancy dangles. The Cocoon theme includes fantasy accessories with animals, plants and fruit motifs matching the fabrics which appear to be setting the current fashion trends.

Pages 120/121

CHRISTIAN FISCHBACHER CO. AG,
ST. GALLEN

FROM TWO-TONE TO COLOUR GAMES

Chr. Fischbacher's current programme is made up of four themes: "Sissi", with its emphasis on embroidered shawls and kerchiefs in silk tulle and filmy, transparent,

feminine fabrics chosen to portray the romantic line; "Calypso" consists of warm exotic colours and Gaugin inspirations with plant patterns; while the "Dynamic" theme is dominated by strong primary colours; "Cosmopolitan" in its turn uses sombre shades with great effect for the metropolitan subject. One striking example is a chiffon square with two-tone Jacquard borders and tassels, while another eye-catcher is triangular wollen kerchiefs with Jacquard patterns. Two edges of these shawls are fringed, the third – a velvet border – forms a background for rainbow, floral or strong ethnic designs. A four-colour, reversible wool poncho with fringes completes this range.

Rich colours for Summer 1990 appear in cotton and silk. Floral, geometric or paintbrush designs, two-colour zebra and South American motifs or modern art were the parentage of the 80/80 cotton squares while small animal motifs with geometric designs or two-tone classic chiffon scarves were relieved with satin check.

Large silk shawls make use of multi-colour stripes and satin checks with drawn threadwork and floral themes which merge into checks or become complete herbacious borders. Ethnically inspired Jacquards, one handed in special colours, tiger stripes with paisley and small sequins, geometric patterns and exotic vegetable motifs all demonstrate just how great is the scope. The maritime theme is portrayed on twill accompanied by kaleidoscopic mirror patterns.

SILK SHOES

Paul Claudel's play, "Le soulier de satin" is no fashion comedy but a baroque Christian drama set against the background of Spanish world domination. Heavenly love means more to the beautiful Dona Prouhèze than earthly love and as proof of her conviction she dedicates her precious silk slipper to the Madonna.

Ever since man learned the use of silk, shoes made of this noble material have been a mark of wealth, grandeur and luxury. Wearers of shoes made of silk did not expect to get their feet dirty; they travelled in sedan chairs and carriages, or more recently in chauffeur-driven cars. Silk shoes have left their footprints in history: the splendidly decorated examples worn by the first Queen Elizabeth of England, the delicate silk slippers of Madame Pompadour, the white velvet slippers decorated in gold made for Josephine Bonaparte when she was crowned Empress of France. Up to the middle of the last century, ladies' shoes were more often made of fabric than leather. "Sissi" of Austria's dowry included 106 pairs of shoes made of Atlas saaten, silk, velvet and cloth. These would not have lasted her for long as no shoes could be worn for more than one day. When the Empress was stabbed in the back on Lake Geneva in 1898, fabric footwear was only for indoor or evening wear and most shoes for weddings and balls were covered in cloth until this century. But when Princess Elizabeth married Philip Mountbatten, she ordered cream-coloured satin sandals to match her wedding gown. In the forty years which have passed since then, as in the 60s, satin shoes have become less fashionable. Luxury shoemakers have had a penchant for the "bejewelled shoe", a handmade treasure, almost too beautiful to wear.

In the 1920s, the Florentine, Salvatore Ferragamo, numbered amongst his wealthy customers a maharani who handed over a bag with real pearls and precious stones with her order for shoes. These were not in payment but as decoration for her footwear. The press reports of Christian Dior's 1963/64 Botier collection mentioned richly embroidered "court shoes, the materials used being velvet, satin, fine gold brocade, lace, precious fabrics and cut stones from Tyrol".

It was around this time that Jakob Schlaepfer from St. Gallen made his name as an innovative embroiderer interested in small batch production of couture shoes or even one-off orders. In the mid 1980s the American luxury manufacturer, Stuart Weitzman, ordered remnants for his collection. Further orders followed so thick and fast that he had difficulty in keeping up. Weitzman brought silk shoes (he only uses pure silk) back into fashion, also as elegant daywear. "Silken in the



rain. Stuart Weitzman lights up the street again," is his current slogan. Beautiful shoes are also being made in Spain using impregnated fabrics.

Schlaepfer has the names of other elite international shoemakers on his customer list: Charles Jourdan, Stephane Kélian, Andrea Pfister, to name only a few. The select materials that he is using come from the prêt-à-porter collection. Netting is easily moulded and lends itself to embroidery with sequins, golden chips and pearls. But embroidered velours, guipure and individual decorative motifs are also used for toes and

heels while imprimé marbré has also proved to be a fashion winner.

The Zürich fashion house, Abraham, for many years supplier "by appointment" of fabrics to the king of Paris couture, Yves Saint Laurent, is bringing out a decorative brocade for Winter 89/90 to be worn on YSL dressed legs: Oxford shoes for cocktail wear or elegant thigh boots which could be worn by day. Charles Jourdan offers satin shoes in many fashionable colours and for summer, cheerful court shoes and sling backs in multi-coloured striped silk.

Not only the top end of the market is catered for with eye-catching materials for fashionable feet; the Swiss silk weavers are also thinking of others with their collections. F. Schubiger in Uznach listed a variety of materials as being suitable for shoes: Brocade, moiré, rep, satin duchesse in pure and artificial silk, adding that these would, of course, also make elegant linings. Weisbrod-Zürcher has a wide range of colours in artificial silk rep, including gold and metallic shade lamé and brocade.

But the silk spinners cannot be quite sure that these will really get right down to the feet as importers often act as middle men. The fabrics could be made up into evening bags or perhaps used as shoe decoration. However, a great boom would lead to manufacturing problems which have yet to be overcome, for the shoe industry is geared to machine production and leather. Even at the top end of the market, silk is not easy to handle and manual working is inconvenient. Bally is, however, intending "to launch high-quality fabric shoes onto the market again, especially for evening wear". In the past, Bally have bought in from specialist manufacturers for their retail outlets. Bally England produces the immortal white satin court shoes which can be dyed to match the dress.

"Satin slippers" are not yet "top of the pops" but we can expect to see more of them around as they cater for the trend towards individuality, the feminine and luxury.

LINGERIE 90

EAGER FOR BEAUTIFUL UNDERWEAR

The new fashion decade gets off to a happy start as women respond to the pleasure of beautiful underwear – luxury next the skin. Athletic 30 to 40 year olds who keep their bodies in good trim are also finding increasing delight in making themselves attractive. The response to this demand is being met by the lingerie specialists who are offering a wide range of styling ideas for Summer 1990, together with outfits rich in lace and embroidery. The clearest trend in underwear is the versatility of a fashion which blurs the distinction between undergarments and top clothes. Multifunction is the keynote, with attractive body stockings and long-line bras incorporated into daytime wardrobes or seen perhaps through a transparent blouse or jacket. Women who like to look feminine but are shy of extremes have been rejuvenated by this underwear fashion. Daytime wear and pants sets have been given a tinge of luxury with restrained or even luxurious embroidered inserts, ribbons and incrustations. Vests once again have straighter necklines with borders and broader shoulder straps, while pants have increasingly high cut-away legs. Light cottons (woven or knitted) are the most popular materials, followed by fantasy jerseys and synthetic silks in mini jacquards and prints. Nothing is

TRANSLATIONS

too good or too expensive to wear next the skin, including pure silk. To keep up with the current emphasis on the figure, lingerie manufacturers are offering elegant, seductive brassière and knicker sets, uplift bras and corsages in stretch lace, reminiscent of the fifties. Knickers with straight-cuffed legs are also very trendy for the younger set, while long-line figure-accentuating brassières, usually in embroidered stretch lace are a sensational novelty. Transparent-look long-line bras and pants may be very elegant or youthful in the sport fashions. Body stockings continue to be popular with cuts and materials which make them look like top garments. Pullover body shapers come with elther stand-up collars or the gym and T-shirt look and a 1950s neckline.

Thumbing through the night attire catalogues is a nostalgia trip to the atmosphere of the thirties: vests with shoulder straps, broderie anglaise baby-doll, snow-white cotton batiste and muslin in virginal simplicity. Continuing the desire for beautiful undergarments the more elegant and grander sphere makes use of flowing silks and satins, crêpe de Chine, charmeuse and jersey decorated with richly embroidered inserts on rounded yokes, scoop necklines and shirt fronts. Shoulder straps have become broader and may consist of bands or run on into decorative features. Padding, quilting and embroidered under layers form elegant highlights which together with seams, borders and the ends of shoulder straps can be all be made into novel features. Also included with nightwear we find housecoats of similar materials or perhaps for contrast cut pile or a negligé in silk charmeuse. Women's underwear fashions are setting the Spring colour trend with black and white representing the classical taste while navy is increasing in popularity. Smoky blue, mauve and delicate shades of peach or lime green provide an air of nostalgia.

EMBROIDERY WITH DECORATIVE FEATURES GIVES A HANDCRAFTED LOOK

Novel features in the 1990/91 Autumn/Winter underwear collections from the Swiss embroiderers show them following in the footsteps of the fashion leaders and keeping up with international trends.



Reference to old fashion pictures indicates to what extent nostalgia has been the source of inspiration with fantasy designs in period embroidery. For the younger end of the market we see a return to neatly embroidered openwork with white cotton ribbons in the style of broderie anglaise. There is a poetic feel to the delicate cross-stitch embroidery, point filet on voile, crêpe and piqué. The hemstitching effect, Richlieu and macramé have returned as popular methods of enlivening the new generation of underwear in line with the fashion for ethnic crafts. Youthful freshness is also provided by appliqué satin ribbons in pastel colours on broderie anglaise with embroidered scalloped edges. As many as twelve different mehods may be found in any one embroidered garment which combined with mat and silky yarns, transparent and opaque materials, coloured and white provide a both attractive and fashionable result.

A light touch of embroidery gives a feminine feel to otherwise everyday underwear. Delicate tendrils, floral motifs,

paisley leaf patterns and bunches of flowers embroidered in glazed yarn in both flat and corded silk embroidery show to best advantage on voile, muslin, tulle and organza. Swiss specialists usually use delicate guipure lace for their elegant lingerie, producing a somewhat rustic effect in winter and more openwork is used with the geometric patterns. In line with women's outer garments, corded silk embroidery in gold and silver provides an air of almost baroque luxury on a champagne background, while velours appliqué embroidered inserts on transparent organdy add to this effect, and ornamental wool embroidered designs outlined with glazed yarn provide a rich winter note. Sparkling ice crystal embroidery makes a transition to the transparent theme.

The latter created quite a sensation, not only in the field of ladies outerwear but also in the quite astonishing variations found in the world of underwear and corsetry. Subtle transparency is, for example, used with two layers of material, and black and white voile is used with pretty ribbons embroidered in satin stich with glazed yarn to provide an ornamental black and white contrast after cutting out. This method also makes use of dots, hearts, leaves and geometric patterns giving the lingerie a youthful look. Very pretty effects are also produced by coloured embroidered outlines on filmy muslins and voiles.

The gentle body-modelling effect is found in all its aspects in the new generation of underwear. Contrasting opaque and transparent sections of long-line and short bras and corsages are emphasised by the novel use of embroidery in a very feminine range from filigree fine to strong floral patterns, including corded silk embroidery on tulle with satin appliqué. Embroidery for undergarments must stretch and in the case of sets elasticity is the key to successful sales.

The Swiss specialists' answer to current French Jacquard lace is fantasy allover embroidered stretch tulle and locknit giving a novel effect with relief decoration. New heights of daintiness are reached by fancy tulles with a sprinkling of tiny embroidered floral motifs in pastel shades on a rice-paper-like background.

The younger fashions show greater contrasts with their bright, lively embroidery in black and more sporting styles. This leads us to the Autumn/Winter pattern books full of multicoloured embroidered ribbons and motifs betraying Indian, Mexican and other ethnic origins. Embroidered insects from Pacific Islands glint in bright lurex yarns and exotic colours like fluttering humming birds; they are also found on the underwear sets of uninhibited youngsters, even if only in the form of iron-on stickers.