

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1990)
Heft: 83

Artikel: Übersetzungen = Traductions = Translations
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795885>

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: 06.05.2025

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

ÜBERSETZUNGEN

Pages 36-43

HAUTE COUTURE PARIS AUTOMNE/HIVER 90/91 FEMME FIN DE SIÈCLE: JEUNE ET SEXY

Die Botschaft der Pariser Haute Couture ist kurz, und das im wahrsten Sinne des Wortes. Denn sie heisst Mini. Für den kommenden Herbst und Winter sind die Röcke auf ein Stoffminimum reduziert, soweit sie sich überhaupt noch blicken lassen. Denn dort, wo die Jacke endet, schaut häufig nur noch ein Hauch von Rocksäum hervor. Soweit Röcke nicht gleich durch Leggings, Bodys oder Catsuits ersetzt werden.

Ausgerechnet in der hohen Schule der Schneiderkunst, wo das Knie bislang eine Schicklichkeitsgrenze war, klettern die Säume steil den Oberschenkel hinauf. Das bringt das überlieferte Bild von der femininen Eleganz, für die die Haute Couture die Massstäbe setzt, ins Wanken.

Es gibt auch kaum eine Alternative zum kurzen Rock. Denn lange Hosen, die immer dann herhalten müssen, wenn übergrosse Mini-Begeisterung reale Verbraucherbedürfnisse übergeht, treten kaum in Erscheinung. Dafür haben die Luxusdesigner in Overknee-Stiefeln das Mittel gefunden, die entblößten Beine zu bedecken. «Coco Chanel konnte Knie nicht leiden, aber mit diesen langen Stiefeln lassen sie sich bestens kaschieren», meint Karl Lagerfeld nicht ohne Ironie. So kurze Chanel-Kostüme wie er für diesen Winter entwarf, hat der feine Salon in der Rue Cambon auch noch nie erlebt. Der Skandal blieb jedoch aus, weil die Maxi-Stiefel bis an den Minirocksaum reichen. Das ist allerdings eine Lösung, die eher frivol als züchtig wirkt, dem Chanel-Kostüm aber ein ganz neues Image gibt.

Overknee-Stiefel sind die neuen Beinkleider dieses Winters. Denn sie sind nicht länger nur aus Leder, sondern aus Kleiderstoffen gearbeitet, aus Samt, Satin, Brokat, Tweed und zum Teil auch so üppig bestickt wie die Cocktailkleider, zu denen sie ebenfalls angezogen werden (sollen).

Mini als Verjüngungskur

Aber noch ein Accessoire macht Mode: die Stola. Riesige Stoffschals

werden um die Schultern drapiert, so als ginge es darum, einen Ausgleich zu den kurzen Röcken zu schaffen. Der Stoffverbrauch für dieses hochmodische Beiwerk ist erheblich, zumal viele dieser dekorativen Stücke gedoppelt sind.

Die kurze Welle reisst alles mit, verändert Optik und Proportionen. Die schwingenden Zeltmäntel im Trapezstil wirken wie lange Jacken. Kleider schrumpfen auf Tunikaformat oder ähneln Hemdchen. In der Abendmode gibt es Kompromisslösungen: Roben, die hinten bis auf den Boden fallen, dafür vorn weit über dem Knie enden. Oder kontrastreiche Ensembles aus langen Mänteln und superkurzen Röcken. «Die Haute Couture ist jung und sexy und hat einen Verjüngungseffekt auf alle Designer», resümiert die «Herald Tribune».

Dieser Verjüngungseffekt kommt vor allem von einer neuen Generation Couturiers. Karl Lagerfeld (Chanel), Christian Lacroix und Lecoanet Hemant leiteten den Generationswechsel ein, Gianfranco Ferré (Dior), Angelo Tarlazzi (Laroché) und Claude Montana (Lanvin) brachten Verstärkung. Diese neue Garde hat der Pariser Luxusmode ein Lifting verpasst, das sie verjüngt und vitalisiert. Daran ist auch der Mailänder Designer Gianni Versace beteiligt, selbst wenn er in Paris immer noch als Aussenseiter behandelt wird.

Die personelle und damit auch ästhetische Verjüngung geht weiter. Erik Mortensen, seit 1948 bei Balmain tätig und seit dem Tod von Pierre Balmain für die Haute Couture verantwortlich, ist soeben von seinem erst 24jährigen Assistenten Hervé Pierre abgelöst worden, der im Januar 1991 seine erste Haute-Couture-Kollektion präsentieren wird.

Dieser Generationswechsel ist noch längst nicht abgeschlossen, da auch verwaiste Prestigemarken wie Balenciaga gerne wieder Luxuskollektionen zeigen würden, da sie noch immer die nobelste Werbung für ihre Parfüms, Accessoires und Konfektionsprogramme sind.

Couture Future oder das Comeback der Handwerkskunst

Der Verjüngungsprozess der Luxusmode läuft auch auf der anderen Seite des Laufsteges. Bei der Chanel-Premiere sah man Caroline de Monaco – in weissen Jeans, Tennisschuhen und champagnerfarbener Sei-

denbluse. Ihre Mutter, das Couture-Ideal der 50er und 60er Jahre, hätte sich in diesem Outfit wohl kaum in die Öffentlichkeit gewagt. Und über Lagerfelds gestiefelte Minis die Stirn gerunzelt. Es ist eben ein Unterschied, ob man für die Tochter schneidert oder für die Mutter geschneidert hat.

Dennoch ist es nicht mehr ein Frauenideal, an dem sich die neue Designer-Garde orientiert. Es ist das Handwerk, das sie motiviert. Das könnte die Haute Couture wieder zu einem Ideenlabor machen, wo die Weichen für die Modezukunft gestellt werden.



Es ist kein Zufall, dass Claude Montana der Gewinner des letzten Dé d'Or war. Mit seiner zweiten Lanvin-Kollektion, die aus 58 Modellen bestand, dem Minimum, das von der Chambre Syndicale toleriert wird, hat er bewiesen, dass Luxusmode ohne Pomp und Prunk und Frou-Frou auskommt, wenn sie durch Schnittkunst neue Formen und Volumen findet, durch subtile Farbeffekte und raffinierte Details Reduzierung betreibt, die dennoch Aufsehen erregt. Das war «Haute Montana». Ein Beispiel für Couture Future.

Neue Silhouetten mit neuem Volumen

Die Rückbesinnung auf die Kunstfertigkeiten dokumentieren die zahlreichen Cape- und Poncho-Versionen, die auch den Tagesmantel wieder ins Blickfeld der Haute Couture rücken. Auch Trapez- und Redingote-Stil profitieren von der Suche nach einem neuen Volumen. Die neue Olivenlinie mit ihren schmalen, abgerundeten Schultern, die Chasubles und

Tunikas sind Formen, die weniger Aufsehen als einst der Ballonrock erregen, dafür aber auch keine Frau lächerlich machen.

Gianfranco Ferré erprobt sein Talent an den Stolen, aus denen er kunstvolle Abendjacken drapiert oder sie zu dekorativen Schleifen bindet, die sich schnell in einen Schal zurückverwandeln lassen. Auch das Spiel mit den Längen schafft neue Linien, asymmetrische Röcke, Jacken und Capes.

Ein bewährtes Verjüngungsmittel für die Haute Couture sind die «Liaisons insolites». Die kühnen Kombinationen haben ihre Vorbilder eher auf der Strasse als in der Couture-Vergangenheit. Auf diesem Gebiet ist Christian Lacroix immer noch ungeschlagener Meister, beeinflusst von dem New Yorker Strassenbild «mit seiner verrückten Mischung aus Gewalt und Freiheit». Kühn inkrustiert er in einen Samtmantel Ciré-Streifen und kombiniert rustikale Tweedjacken mit einem Rock, der mit Stoffrosen verziert ist. Auch Yves Saint Laurent beteiligt sich an diesem unorthodoxen Spiel, in dem er auf bunte Tweedkostüme schwarze Guipure appliziert. Lagerfeld, der immer ein Auge für die Pop-Szene hat, zieht über das lange Spitzenkleid eine tiefdekolierte Lederjacke.

Der wahre Luxus beginnt beim Stoff

Gianfranco Ferré verdient ein Lob, weil er sich intensiv mit einer Farbe beschäftigt, dem Nachtblau. Es ist eine Alternative zu Schwarz, das bereits wieder am Horizont auftaucht, auch wenn im Vordegrund dieses Winters kräftige Farben stehen, vor allem aus der Rotskala mit den Rosennuancen. Métallique-Töne wie Altgold, Bronze, Kupfer und Silber, aber auch Olive und Chartreuse setzen moderne Akzente.

Doch ganz gleich, welche stilistischen Mittel die Couturiers auch benutzen, ob sie mit dem Mini provozieren, mit Schnittkunst und Volumen verblüffen oder mit gewagten Kontrasten reizen, die Basis ihrer Kreativität ist und bleibt der Stoff. Auf diesem Gebiet ist die Pariser Haute Couture ein trendsetzendes Ideenlabor, weil es für die Qualität kaum Limits gibt.

Darum ist sie für die Schweizer Couturestoff-Spezialisten das Forum, auf dem sie ihre Neuentwicklungen lancieren.

ÜBERSETZUNGEN

Die Grundqualitäten der neuen Wintermode sind Tweed, Samt, Satin, Spitzen und Stickereien. Dazu liefern die Schweizer Avantgardisten Variationen, die ihren Luxus nicht nur aus dem Material, sondern aus den aufwendigen Techniken beziehen. Die Tweedmode übersetzt Forster Willi in eine plastische Wollstickerei auf Chantillyspitze und Abraham mit verfeinerten Satin-Lamés, die eine glänzende Tweedoptik haben. Der Zürcher Seidenspezialist bereichert die Satin-Mode um eine Kostümqualität, die aus Wolle und Seide gefertigt ist. Schläpfer bringt ein Dutzend raffinierter Samt-Variationen, die von der Smok-Stickerei bis zum Panne-Changeant mit Guipure-Bordüre reichen. Spitzen, ob als Guipure oder im Chantilly-Stil, sind reich herausgeputzt mit Strass oder Perlen, überstickt oder mit Paillettenstoffen gedoppelt. Denn der Luxus beginnt beim Stoff.

Pages 44-51

ABRAHAM AG ZÜRICH

Satin, Lieblingsstoff der Haute Couture, wird nicht nur als leichte Kleider- und Blusenqualität, sondern in einer neuen Kostümware aus einer



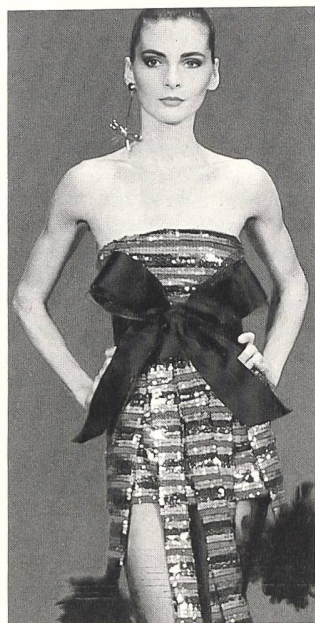
Seiden- und Wollmischung offeriert. In der breiten Farbskala der Uniquitäten spielen die Gold- und Ockertöne, die Grünnuancen wie Char-

treuse und Olivgrün die Hauptrolle. In der Cocktailmode dominiert Organza. Breit ist die Skala der hochmodischen Irisés, als Mousseline, als Organza, als Matelassé und Satin-Mousseline angeboten. Die Lamés sind verfeinert und besonders ansprechend in der modischen Tweed-Optik. Superleichte Multicolor-Brokate vertreten die orientalische Richtung, mit Drucken in persischer und indischer Dessinierung. Florale Muster auf Lamé-Jacquards orientieren sich an der flämischen Malerei. Als Fortsetzung der immer noch beliebten Raubtierzeichnungen bieten sich Imprimés mit Steinoptiken an, die an Marmor und Granit erinnern.

Pages 52-63

JAKOB SCHLÄPFER + CO. AG, ST. GALLEN

Mit aufwendigen und reichen Stickereien gibt der St. Galler Avantgardist dem Modestoff Samt Luxus-Dimensionen. Dazu gehören die Guipure-Inkrustationen und Guipure-Bordüren in Knautschsamt Changeant, barocke Goldstickereien, grossformatige bunte Blütenstickereien und farbige Plattstichbordüren sowie plasti-



sche Smok-Stickereien. Diese kostbaren Samtqualitäten geben der Haute-Couture-Cocktailmode Opulenz. Auch die neuen Schläpfer-Spitzen sind reich garniert, mit Strass, Jettsteinen und Perlen. Die Quintessenz eines diskreten Luxus sind die federleichten Doppelstoffe aus Spitzen und Paillettenstickereien, aus Spitzen und Seidenjacquard. Eine besondere Kostbarkeit ist der Dreischichten-Stoff aus Tüll, Spitze und Seidenmousseline. Der dichte, dreidimensionale Seidenflor-Stoff ist eine interessante Alternative zu Naturpelzen.

Pages 64-75

FORSTER WILLI + CO. AG, ST. GALLEN

Raffinierte Strukturen stehen im Mittelpunkt der Neuentwicklungen. Beispielhaft ist die Chenille- und Woll-



bouclé-Stickerei oder der gestickte Wolltweed auf Chantilly-Spitze, die in der Dior-Kollektion Aufsehen erregten. Zu diesen modernen Spitzenqualitäten gehört auch die Spachtelspitze auf Wollcrêpe. Reizvollen Strukturkontrast bietet die reiche Lamé-bordüre auf schillerndem Métallique-Mousseline. Die Samtmode bereichert Forster Willi mit Spachtelspitzen auf Seidensamt und barocken Arabesken-

Stickereien auf schwarzem Samt. Guipure, eine Spezialität des Hauses, steht im Mittelpunkt der Saint-Laurent-Kollektion, wo aus den zum Teil dreidimensionalen Guipures Cocktailkleider und Abendfourreaux gearbeitet werden. Eine besondere Attraktion sind die Guipures, die wie Altsilber und Kupfer wirken, sowie die Chenille-Guipure, die weitere Beispiele für die modernen Strukturen sind.



TRADUCTIONS

Pages 76-103

NEW AGE COMFORT

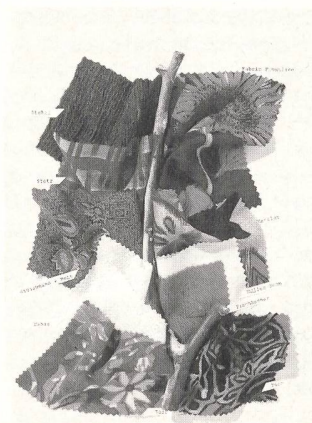
Il y a de la détente dans l'air. Il n'y a pas si longtemps encore, la mode tendait à fixer ses grandes tendances avec le plus de précision possible. Pureté, nature et décor étaient les lignes directrices de l'hiver 90/91, visant des entités bien définies. La saison d'hiver 91/92 ne verra que peu de changements sur le fond même, pourtant les limites s'estompent un tant soit peu et même s'entrecroisent çà et là. Certains signes inhérents à un style précis se retrouvent sans scrupule ailleurs. Le sport s'en vante en ville, la nature flirte avec la technique, les éléments de diverses ethnies se voient sans vergogne mêlés à un folklore réinterprété.

Certaines associations qui auraient pu sembler incompatibles s'unissent pour former un thème mode: nomades actuels, sport-ville, Easy chic. On veut introduire la nonchalance dans les thèmes de la mode. On autorise la mise en question des associations de styles habituels.

L'origine de cette évolution doit être attribuée davantage aux consommateurs qu'aux «faiseurs» de tendances. Une seule phrase percutante résume les prévisions de style de l'IWS: «La liberté du choix est à la base du style de vie de la femme actuelle, les pièces «éléments» sont la base de sa garde-robe.» Des éléments qui permettent les combinaisons à l'infini, selon l'humeur du moment. La souplesse remplace les thèmes prescrits. Ces structures libérées sont le tribut payé à l'individualité, plus fortement ressentie que jamais auparavant.

Cette manière individualiste de concevoir la mode et de se vêtir va de paire avec une exigence de confort absolu qui, pourtant, ne se réalise pas uniquement par ses attributs éprouvés tels que souplesse, légèreté, élasticité et autres caractéristiques obligatoires des matières modernes. «New Age Comfort» possède en sus une dimension psychologique qui inclut ce sentiment de bien-être que l'on éprouve lorsque le vêtement correspond à un état d'âme, lorsqu'il s'intègre avec aisance aux différentes étapes de la journée et s'imprègne de personnalité.

Ce recours si flexible aux formes d'expression de la mode appartient en premier lieu au monde des stylistes,



mais les créateurs de tissus ouvrent la voie à de nouvelles techniques d'associations, d'où naissent des effets renouvelés avec des matières éprouvées.

Les nouveaux tissus sont diversifiés, parfois en opposition. L'actualité dans l'interprétation «Modern Culture» se fait moins stricte, joue avec des reliefs, des effets mats et brillants, des dessins graphiques. «Nature» raffine avec mixage «ethnique», des structures élaborées, des motifs interprétés et diversement colorés, empruntés à l'environnement. La tendance décorative enfin, «Dark Magic», se rapproche des secrets de l'univers avec ses galaxies et ses météorites, avec des jeux de couleurs féériques au clair de lune. La palette prévoit des nuances intermédiaires dont le charme s'exprime dans des dégradés ombrés et des contrastes très doux.

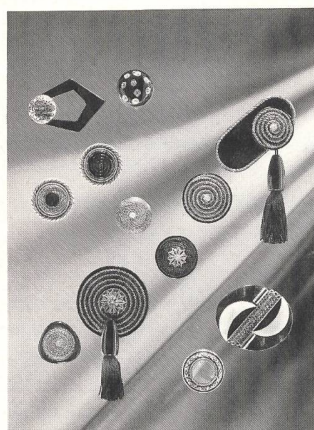
Pages 106/107

AARE AG
SCHINZNACH-BAD

LES BOUTONS – DU MÉTAL AU CUIR

Les boutons, en leur qualité d'accessoires mode, poursuivent leur percée: de la miniature au solitaire important dont les qualités ornementales attirent le regard. Les dominantes de la collection hiver 1991/92 sont les métaux à l'ancienne – laiton, cuivre, argent – et les variations sur le

thème du bois et de la nacre qui jouent un rôle de premier plan, conforme au thème: «Vive la nature». Puis, certaines créations d'une élégance sportive proposent du cuir. Aare SA interprète la ligne de charme et mystique par de la passementerie et des combinaisons à base de celle-ci. Des matières de teinte unie – noir, brun, lie de vin – s'animent de vieil or et de vieil argent; un volet auquel s'ajoutent les boutons à l'ancienne avec des sujets grecs et romains. De nouveaux boutons imprimés de teintes vives animent le secteur sport. Les paisleys, dessins cachemire, floraux ou géométriques dans leurs cadres contrastants sont promis à un bel avenir. Dans le sport, toujours, les



boutons ton sur ton, parfois avec du noir pour contraste, ainsi que des imitations de nacre, apportent une nouvelle fraîcheur. En ville, on verra des chaînettes en garniture, d'originaux fermoirs et des pendentifs décoratifs, intégrés dans la mode actuelle. Là aussi, les métaux à l'ancienne tiennent le haut du pavé. Très élégants: les boutons de cuir sertis de métal vieilli; les formes, traditionnelles ou fantaisie, crochets, combinaisons à base de cordonnet, de bois ou de racines, affichent leurs origines écologiques.

Pages 108/109

CHRISTIAN
FISCHBACHER CO. AG
S.T. GALLEN

DES ŒUVRES D'ART NON ENCADRÉES

La plus récente collection de foulards de Christian Fischbacher est comparable à des tableaux non encadrés, tant leurs couleurs sont expressives. Pour le sport et les loisirs, une base en mousseline de coton met en valeur des coquillages stylisés, de grandes fleurs serties d'une bordure à pois, un graphisme jeune et insolent ou encore des motifs d'origine ethnique. Des nickis sur soie proposent des dessins unis ou multicolores inspirés de blasons et jouent de rubans traversants stylisés. D'innombrables idées apparaissent sur du crêpe de Chine pure soie: dessins insouciantes et gais dans le genre «tatouage ethnique», patchwork classique ou fruits et fleurs aimablement colorés.

Des tons pastel et tendres de colonnes grecques, des effets marbrés et des fleurs généreuses sur du crêpe satin voisinent avec des motifs d'une seule teinte et d'aspect structuré interprétant chats, plantes ou fruits tropicaux et des dessins représentant d'amusants collages. Certains foulards en satin crinkle ou en chiffon sont assortis de jacquards en lin et soie et organza soie ainsi que de châles assortis en 40/180, un vrai feu d'artifice de couleurs et de dessins. Une autre collection propose pour le soir des fichus en panne de velours et jacquard noir en 120/120, brillamment colorés à la main, également un tissu double agrémenté de Lurex, d'une bordure or et de pompons aux angles. Un châle en velours doublé de pure soie, galon doré et pompon asymétrique, sera le complément idéal de la robe du soir. Un autre châle encore, jacquard, en pure soie, rejoint le dessin de la ligne de bagages à succès «Linea Carriera», voisinant avec de grands fichus en laine et soie à petits dessins cachemire et des ponchos jacquard double face.

La collection Louis Féraud propose ses propres thèmes: faïences provençales, patchwork et poissons qui se répètent tout au long de la collection.

TRADUCTIONS

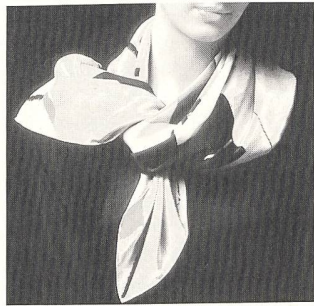
Pages 110-113

PATRICK STOFFEL COLLECTION ART EN FOULARD

La sensibilité de ceux qui s'adonnent aux aspects créatifs de la mode et à son expression artistique est intimement liée au contact incessant avec les formes et les couleurs. L'attrance des stylistes pour l'«Art» tout court exprime leur désir de ne pas se soumettre constamment aux impératifs de l'utilité et du marché. Cette tension crée des liens parallèles entre l'art et la mode qui se nouent régulièrement de manière variée et originale — parfois également par des voies imprévues ou des occupations accessoires. Romeo Gigli, par exemple, a ouvert dernièrement sa propre galerie à Milan, Gianni Versace troque parfois l'estrade contre la scène pour laquelle il crée les costumes. Patrick Stoffel, de son côté, tente d'intéresser des artistes à la mode — ou aux textiles. Il aspire à une symbiose entre la création textile et la peinture moderne. «L'art et la soie» — ou «Art et Foulard» en est l'aboutissement fascinant.

Patrick Stoffel a toujours incliné à introduire l'art dans toutes les activités de sa carrière textile. Dans la tradition textile de la Suisse orientale, le nom Stoffel connu de tous l'a d'abord été par la diffusion mondiale des mouchoirs Stoffel, distribués jusqu'en 1988 par la société Fisba-Stoffels SA. Patrick Stoffel retira ensuite sa marque pour des motifs inhérents à la politique interne de l'entreprise et s'engagea sur une autre voie ambitieuse: la création d'une collection de foulards en soie par des artistes connus.

«Patrick Stoffel Collection» signe une série de foulards en châles reproduisant à la perfection l'original de l'artiste selon un procédé d'impression photographique manuel spécialement mis au point en Suisse orientale pour les textiles et réalisé de main de maître sur du crêpe de Chine pure soie; la série est limitée, les pièces sont numérotées, ourlées main et munies de la griffe de l'artiste. Certains exemplaires portent même la signature de l'artiste apposée à la main. L'emballage original en forme de livre comporte un certificat d'authenticité.



Ces détails «techniques» si l'on veut bien prouver la somme d'amour, de soin et de qualités artisanales qui accompagnent ce travail d'artiste. Une documentation photographique illustre la genèse de ce remarquable travail d'équipe.

Quatre artistes réputés de tempéraments très divers ont prêté leur talent à la réalisation de cette exigeante initiative: les deux Italiens Piero D'orazio et Giuseppe Santomaso décédé depuis, l'Allemand Günther Uecker et Eugène Ionesco, le célèbre auteur de pièces de théâtre.

Leurs créations ont été conçues en vue de la reproduction sur tissu et, de toute manière, il s'agit plus d'art que de dessin textile, plus proche de la lithographie artistique que de l'accessoire ornemental — et finalement plutôt d'objets de collection que d'articles de mode... ou des deux à la fois? Quoi qu'il en soit: un ornement de valeur.

A l'occasion du lancement de ses foulards d'artistes, Patrick Stoffel a offert un nouveau «prix textile» destiné aux stylistes textiles en herbe dont la formation théorique devra être mieux intégrée au travail pratique de la création. Les élèves des écoles professionnelles suisses pour la création, qui terminent leurs études en 1991, sont invités à interpréter le thème «Ouverture/Transparence» non seulement sous l'aspect mode, mais également des rapports sociaux, et cela, dans l'esprit des foulards d'artistes. Le projet qui obtiendra le premier prix sera reproduit selon le procédé photographique manuel sur de la soie et intégré dans la collection Patrick Stoffel.

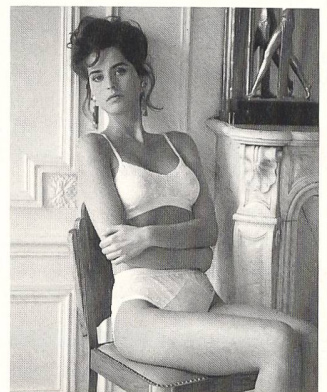
Pages 114-129

LINGERIE 91 LE BODY EN VEDETTE

Se sentir «bien dans sa peau» est une manifestation de notre époque et de sa manière de vivre. La mode est actuelle et axée sur l'avenir. Le principe de la simplicité, du naturel et de l'allure sport est présent jusque dans la lingerie. L'inspiration vient des sports actifs, du fitness-look et des vêtements de plage. Les tissus extensibles et jusqu'aux broderies élastiques sont autant d'impératifs du moment. Corsages et tops se plient aux nouvelles exigences, ainsi que les bodies qui s'infiltrèrent dans la mode du jour. La lingerie s'oriente selon les données de la confection féminine. Elle est visible, au-dehors comme à l'intérieur et portée de manière plus ostensible. Chemisette, bustier et body s'exhibent, remplaçant la blouse sous une veste par exemple. La «seconde peau» monte en grade. Preuves en sont les collections des stylistes. La lingerie à fonctions multiples a conquis l'estrade. Body stretch en verni noir chez Dior ou tenue de gymnastique à corsage brodé de paillettes chez Katherine Hammet. Tout le secteur des dessous a gagné en intérêt grâce à l'utilisation de tissus futuristes, de coupes raffinées et de broderies originales. Les nouvelles collections des fabricants de lingerie en donnent la preuve. Lingerie et gaines gagnent en actualité: elles sont légères, fines, transparentes et élastiques tout en demeurant féminines à souhait grâce au luxe des garnitures de dentelles et broderies. Le romantisme rajeunit aussi avec ses ensembles soutien-gorge/slip aux broderies ravissantes ou les nouvelles chemisettes à larges bretelles. Pour la nuit, des ensembles enchanteurs dans un style trousseau ou «cocooning» discret où les jerseys de coton mercerisé ultrafins gagnent en importance.

Les tissus apparaissent luxueux, très fins, très souples, favorisant avant tout confort et bien-être. Favoris de la mode: les cotonnades légères et mercerisées, tissées ou à mailles. La viscose s'y mêle parfois pour ses qualités de souplesse et son léger brillant. Le genre luxueux se veut soyeux, avec du satin, des tissus fantaisie et des

petits dessins jacquard. Le lycra flatte le body en ajoutant l'élasticité au jersey de coton, la soie — pure ou mélangée soie et coton — et la laine répondent aux exigences accrues concernant la qualité. Velours et nicky reviennent en force dans les vêtements d'intérieur ou multifonctionnels. Pour l'automne et l'hiver 1991/92, le velours inspire aux brodeurs d'intéressantes solutions. Enrichi de motifs baroques, de fleurs Tiffany et de petits dessins fantaisie, on le retrouve adroitement appliqué sur du tulle ou de l'organza, rebrodé de fils brillants ou métalliques. Rien ne semble arrêter l'imagination toujours en éveil des brodeurs saint-gallois lorsqu'il s'agit d'intégrer les thèmes de la confection dans la broderie. Les ornements d'inspiration



orientale revivent ainsi artistement brodés en soie et Lurex sur des fonds transparents. La broderie scintillante et multicolore — par exemple sur du velours noir — propose des éléments folkloriques européens sur les rubans, motifs et galons. Incrustées sur les nouveaux bodies, des soutaches élastiques composent un décor sur du tulle, de l'organza et du chiffon. L'élasticité dans la corsetterie et les ensembles de lingerie joue un rôle prépondérant. L'emploi judicieux et inédit de nouveaux tissus élastifiés a permis aux spécialistes suisses d'affirmer leur niveau créatif et leur esprit inventif face à la concurrence de la dentelle élastique. Le romantisme floral est toujours présent. Toutes les variétés de roses s'épanouissent sur les rubans et galons, en allover sur du tulle ou sous forme de mini-roses, en version Belle Epoque, sur du satin, de la batiste, du tulle et maintenant également sur du velours. La broderie

s'inspire également de la confection. Des dessins actuels et abstraits voisinent avec des motifs folkloriques des peuples primitifs et abordent le domaine de la lingerie; par exemple des modèles du genre Kelim ou point de croix.

Le confort du chez-soi, le «cocooning» apparaît jusque dans les vêtements d'intérieur et la lingerie de nuit. Bodies à manches longues et ensembles pantalons arborent des pattes et des coutures latérales brodées, la broderie ouatinée orne les peignoirs et l'interprétation oscille entre l'actualité et le romantisme, avec une très nette préférence pour le satin.

Simplicité dans la mode ne signifie pas manque de couleur. La broderie interprète les tons discrets de la confection; brillante et pastel, elle apparaît volontiers sur du blanc pur ou de l'écru. Importants effets de camaïeu et nuances de gris pour une lingerie élégante. Le noir s'égaie de beige, de tons tirés du folklore ou du cosmos — bleu nuit, lilas. Et quelques effets givrés çà et là par l'adjonction de fils spéciaux et métallisés.

des jerseys translucides, brodés parfois sur des fonds élastiques avec des fils brillants. Certaines réalisations en relief proposent des motifs cousus en velours et satin, appliqués sur des tissus transparents. Les soutaches apportent la note rétro, actualisée au moyen de fils noppés ou même de raphia. Le romantisme est toujours de mise, même en corsetterie — dessins délicats au point gobelin ou mosaïque. Nouvelles, certaines broderies de satin et tulle se terminent par de la broderie chimique flottant librement, ou encore d'amusants motifs à franges. Les ceintures ou bordures élastiques, rebrodées de minifruits ou fleurs ajoutent une note fraîche et juvénile.

Pages 132-136

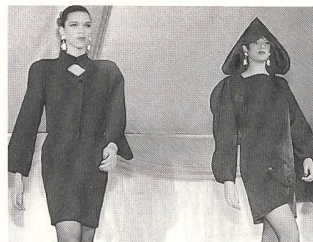
HOMMAGE À STEHLI LES FILS (DE SOIE) DANS LE MONDE ENTIER (DE LA MODE)

Il est d'usage qu'un jubilé rassemble toute une assistance venue présenter ses félicitations. La fête du 150^e anniversaire de la maison Stehli soieries SA n'a pas réuni uniquement clients, amis et invités d'honneur accourus à Obfelden pour présenter leurs vœux. De près et de loin ont afflué des témoins éloquents des activités de la maison: un nombre imposant de modèles réalisés dans les tissus Stehli, issus des nouvelles collections de stylistes d'Europe et des USA. Réunies dans une présentation très diversifiée, ces créations ont illustré la variété des fils qui relient l'entreprise avec le monde entier, la diversité et l'originalité des tissus exportés dans tous les centres de la mode.

Les tempéraments les plus divers étaient représentés — tant pour le choix des matières que dans les réalisations: longs fourreaux épurés du styliste londonien Jasper Conran et robe de soirée décorative de Vera Mont; raffinement en noir de la scène parisienne avec Sonia Rikyl, Courrèges ou Georges Rech voisinant avec l'éclat coloré et soyeux de Sandra Pabst ou de la Zurichoise Dorothee Vogel; créations amusantes et juvé-

niles de Susanne Wiebe et transparence enjôleuse de Mr. Jax de New York. Les silhouettes mini et les lignes moulantes voisinaient avec la fluidité, les fronces et les formes bouffantes, le crêpe lourd et uni avec l'organza irisé et changeant, le brillant discret d'un satin avec l'éclat métallique d'un autre.

Cet éventail très vaste d'interprétations et de contrastes de la mode actuelle était représenté dans les créations de 36 stylistes et confectionneurs de réputation internationale, réalisées avec les tissus d'une seule fabrique suisse de textiles au passé riche de tradition.



STEHLI SEIDEN AG
A 150 ANS

UN SUCCÈS DÙ À DES UNITÉS DE PRODUCTION AUTONOMES

Le groupe Stehli, dont le siège principal est à Obfelden (ZH), fête ses 150 ans d'existence sous de favorables auspices et avec des perspectives d'avenir optimistes. A l'occasion de ce jubilé, Beat A. Stehli relève que la philosophie particulière du groupe et ses «profit-centers» largement autonomes ont engendré des effets de synergie étendus.

C'est en 1840 que Rudolf Stehli acquit à Obfelden près de Affoltern a. Albis un tissage de soie existant depuis quelques années et comptant 30 métiers. Pendant presque cent ans, c'est-à-dire jusqu'en 1930, l'entreprise demeurée propriété familiale jusqu'à aujourd'hui a tissé uniquement de la soie naturelle. Par contre, elle vend actuellement essentiellement de la soie artificielle: les fils d'acétate sont gainés de viscose.

Dans la seconde moitié du siècle dernier, l'entreprise se développa parallèlement à l'industrie zurichoise de la soie, donc rapidement. En 1876 déjà, elle commença de vendre aux

Etats-Unis et passa plus tard à la production. Elle acquit, en 1884, la filature de Germignaga près de Luino, en Italie. En 1905 fut fondée une entreprise à Erzingen dans le sud de l'Allemagne. La maison connut son apogée en 1920: 1800 métiers étaient alors en activité, rien qu'aux Etats-Unis. Il fallut ensuite se restreindre, suite à la crise économique, à la guerre, puis à l'apparition des fibres synthétiques. La filature aux USA fut vendue en 1954 et l'entreprise allemande en 1969. A la fin des années 70, on passa à une restructuration décisive pour le succès actuel: Stehli concentra sa production sur les tissus mode pour l'habillement et abandonna les cravates et tissus pour usages techniques. La responsabilité opérationnelle des différentes firmes du groupe fut décentralisée et confiée à des «profit-centers». Beat A. Stehli et son cousin Hans Stehli, représentant la cinquième génération des principaux actionnaires du groupe, voient dans cette mesure la cause décisive du succès maintenant retrouvé. La souplesse de ses unités a permis de mieux se profiler sur le marché et, depuis le milieu des années 80, de repasser au développement systématique de l'entreprise. La «Société Lyonnaise de Soieries» a été reprise en collaboration avec un partenaire français (aujourd'hui Tissage de Ruy SA) et deux entreprises de convertir ont été fondées en Italie: Fintesco SpA et Finartes SpA «Stünzi Italiana». «Ces entreprises nous donnent accès à l'Espace économique européen», relève Beat A. Stehli. L'expansion du groupe s'est poursuivie également en Suisse ces dernières années par la reprise en 1987 de Stünzi Söhne AG à Horgen, puis de Riba-Seiden au printemps 1990. L'acquisition de cette dernière entreprise signifie, en cette année jubilaire pour Stehli, le retour de la soie naturelle dans le groupe, bien qu'elle ne représente quantitativement que 10% du total. La soie brute est importée essentiellement de la Chine et de la Corée. Les propres tissages sont pour la plupart à ratières, les qualités jacquard sont fabriquées à l'extérieur.

Toutes les entreprises du groupe sont des unités indépendantes en ce qui concerne le management, elles prennent elles-mêmes les décisions et se vendent réciproquement les produits aux prix du marché. Les affaires traitées avec des tiers doivent — selon les

Pages 130/131

UNION AG, ST.GALLEN

DÉLICATESSE DES DESSOUS

L'actuel culte du corps engendre des modifications dans la lingerie mode. Le physique est mis en valeur, les lignes sont doucement suggérées. L'association mode et fonction est renouvelée. La collection hiver 1991/92 d'Union AG à St-Gall, avec ses tissus souples, élastiques et brodés, démontre une actualité innovatrice. La recherche de nouvelles matières de base, la variété des techniques de broderie, l'utilisation de nouveaux types de fils et les associations de diverses matières et broderies contribuent à la création de nouveautés intéressantes dans la lingerie: incrustations, applications, rubans, bordures et motifs divers. Certains emprunts à la confection féminine ont été traduits avec succès. Effets «givrés» brodés de la manière la plus délicate sur du tulle fin ou réalisés sur

TRANSLATIONS

directives — représenter environ la moitié du chiffre d'affaires. Chaque unité doit assurer elle-même l'utilisation optimale de sa capacité de production ce qui est la clé du succès dans un marché régi par la mode. «Il n'y aura probablement plus jamais de grandes unités de production de soieries mode et la production destinée à être stockée est dangereuse», c'est ainsi que Beat A. Stehli expose sa philosophie d'entreprise.

Ces principes ont permis à l'entreprise de prendre la tête dans le secteur des crêpes-rayonne mode de haut niveau. Une large couverture des marchés internationaux du prêt-à-porter a été réalisée entre-temps. Des stylistes de premier plan et d'importants confectionneurs sont clients de Stehli.

Dans l'année en cours (1990), le groupe atteindra, avec 250 collaboratrices et collaborateurs, un chiffre d'affaires budgété de 60 millions de francs. La moitié du chiffre concerne des produits teints et finis destinés à des utilisateurs internationaux; l'autre, des commandes à façon et des ventes de tissus bruts à des tiers. L'offre comporte 270 dessins et genres de tissus, représentant 6 millions de mètres par année, dont 4 millions pour les tissus bruts et les commandes à façon et 2 millions vendus après finissage. La répartition géographique du chiffre d'affaires du groupe est la suivante: plus de 30 millions pour la Suisse, environ 25 millions pour l'Italie et 4 millions pour la France. La maison mère à Obfelden réalise 95% de son chiffre d'affaires avec des exportations dans 30 pays. Le marketing, l'administration, la création et le contrôle complet des produits sont groupés au siège principal. Toutes les marchandises vendues par la maison mère sont contrôlées manuellement visuellement et non par des machines car, affirme Beat A. Stehli: «Dans notre branche, l'individu continue à jouer un rôle important.» Il défend cette conviction sur toute la ligne et prête une attention particulière à motiver des collaboratrices et collaborateurs animés d'un esprit d'initiative.

La situation financière de l'entreprise est bonne actuellement: le «cash-flow», qui a atteint 15% du chiffre d'affaires total en 1989, a tendance à croître. En ce moment, le groupe se passe de crédits bancaires. Ses liquidités et son taux d'autofinancement sont élevés.

Pages 36-43

PARISIAN
HAUTE COUTURE
AUTUMN/WINTER 91/92

THE FIN-DE-SIÈCLE
WOMAN:
YOUNG AND SEXY

The message of Parisian haute couture is short, in the truest sense of the word. It's mini. Skirts this autumn and winter have been reduced to the bare minimum — when they can be seen at all. Skirt hems can just be glimpsed where the jacket stops. This is where, of course, the skirt has not been replaced by leggings, body stockings or catsuits.

Precisely in the mecca of dressmaking, where the knee up to now was the limit of propriety, hems are climbing steeply to the upper thigh region, shaking to its foundations the traditional picture of feminine elegance for which haute couture had always set the standards.

What is more, scarcely any alternative to the short skirt can be seen; long trousers, previously always available when enthusiasm for the mini exceeded real consumer needs, are rarely found. Instead, upmarket designers have found above-the-knee boots one means of covering those bared legs. As Karl Lagerfeld recently said — not without irony — “Coco Chanel couldn't stand knees, but with these long boots they can be very well hidden.” Indeed, never before in that elegant salon in the Rue Cambon have such short Chanel suits been seen. Scandal was absent, however, since the maxi boots provided coverage right up to the skirt hems. Though the high boots are rather playful than prim and proper solutions, they do give the Chanel suit an entirely new look.

Above-the-knee boots are the new legwear this winter, and they no longer come in leather only, but are also of garment fabrics like velvet, brocade and tweed, in some cases as richly embroidered as cocktail dresses, to which of course they are — or should be — the accompaniment.

The mini as a rejuvenation cure
Another accessory now making fashion headlines is the stole. Huge shawls are draped over the shoulders, as if to offset those short skirts. The



amounts of fabric required for this high-fashion accessory are considerable, all the more so as these decorative pieces are of doubled construction.

The short wave is carrying everything with it, changing optics and proportions. Swinging tent coats in the trapeze style have the effect of long jackets. Dresses are shrinking to the tunic format or taking on a shirt-waist look. Eveningwear fashions show compromise solutions. Gowns descending to floor length in the back end high above the knees in front. Richly contrasting ensembles consist of long coats and supershort skirts. The Herald Tribune correspondent sums it all up in these words: “Haute couture is young and sexy, and having a rejuvenating effect on all designers.”

This rejuvenating effect is evident above all in the new generation of designers. Karl Lagerfeld (Chanel), Christian Lacroix and Lecoanet Hemant paved the way for this changing of the guard, and have now been reinforced by Gianfranco Ferré (Dior), Angelo Tarlazzi (Laroché) and Claude Montana (Lanvin). This New Guard has given the Parisian couturier scene a facelift that is rejuvenating and revitalizing. The Milan designer Gianni Versace has also had a hand in the new wave, even though he's still treated as an outsider in Paris.

The rejuvenation in personnel and aesthetics is continuing. Erik Mortensen, who was active at Balmain since 1948 and responsible for the haute couture of this house ever since the death of Pierre Balmain, has now been succeeded by his 24

year-old assistant Hervé Pierre, who will present his first collection in January 1991.

And the changing of the guard has by no means been completed. Even orphaned prestige labels like Balenciaga would be only too glad to display haute couture collections once again, as these are still the noblest advertisements for its perfumes, accessories and ready-to-wear programmes.

Couture Future, or the handicraft comeback

The rejuvenation process in the high fashion world is also underway on the other side of the runway. Princess Caroline of Monaco was seen at the Chanel première — in white jeans, tennis shoes and a champagne-coloured silk blouse. Her mother, the fashion ideal of the 1950s and 60s, would never have shown up in such an outfit. She probably also would have frowned at Karl Lagerfeld's high-booted minis. But that's just what we're talking about: it makes a difference who designed the mother's clothes and who's designing her daughter's.

Whatever the case, it is no longer some ideal woman that the new-guard designers use as their point of reference. Skilled handwork is what now motivates them. This could make haute couture once again a laboratory of ideas where future fashion developments are initiated. It is no coincidence that Claude Montana won the latest Dé d'Or. With his second Lanvin collection consisting of 58 models, the minimum required by the Chambre Syndicale, he proved that luxury fashions can do without pomp and circumstance or gaudy extras, provided it finds new forms and volumes through skilled cutting and, thanks to subtle colour effects and refined details, achieves a certain reduction that still surprises and delights. It was really “Haute Montana”, a prime example of Couture Future.

New silhouettes with new volumes

The return of artistic craftsmanship is evident in the numerous cape and poncho versions that are causing the daytime coat to make a comeback as an item of haute couture. The trapeze and fitted coat styles are also benefiting from the search for new volumes. The new olive line in narrow, rounded shoulders as well as

TRANSLATIONS

chasubles and tunics are forms that may cause less excitement than balloon skirts once did, but on the other hand they don't make a woman look ridiculous, either.

Gianfranco Ferré tries out his talent on stoles, which he drapes into elaborate eveningwear jackets or ties into decorative bows that are easily changed back into a shawl. The play with lengths also creates new lines, with asymmetric skirts, jackets and capes.

Proven rejuvenating agents for haute couture are "liaisons insolites", these bold combinations that find their archetypes on the street rather than in the haute couture past. Here Christian Lacroix is still the unbeaten master, influenced as he is by the New York street scene "with its crazy mixture of violence and freedom". He boldly incorporates ciré streaks in a velvet coat and combines rustic tweed jackets with a skirt decorated with fabric roses. Even Yves Saint Laurent is taking part in this unorthodox playfulness, applying black guipure on colourful tweed suits. Lagerfeld, who always has an eye for the pop scene, drapes a deep-necklined leather jacket over a long lace dress.

True luxury begins with the fabrics Gianfranco Ferré deserves acclaim for giving intensive attention to a single colour, midnight blue. It is an alternative to black that is continually coming up on the horizon, even though vivid colours – particularly in the red region with pink shades – are in the forefront this winter. Metallic tones such as old gold, bronze, copper and silver as well as olive and chartreuse set modern accents.

But no matter what stylistic means the couturiers are using, whether they provoke us with the mini, astonish us with their artistic cutting and volumes or irritate us with daring contrasts, the basis of their creativity is and always will be the fabrics themselves. In this domain the Parisian haute couture is a trendsetting laboratory of ideas, because there are virtually no limits to quality.

For this reason, Paris is the forum where the Swiss couture fabric specialists launch their newest creations. The basic fabric qualities of the new winter fashions are tweed, velvet, satin, lace and embroideries. Here the Swiss avantgarde producers are offering variations that derive their

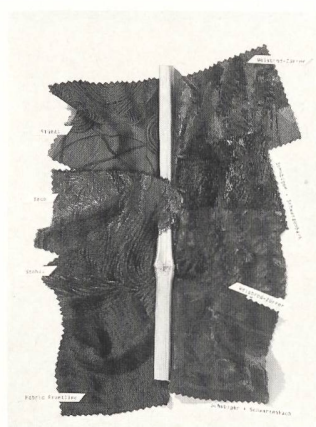
luxuriousness not only from the material but also the elaborate production techniques used. Tweed fashions have been converted by Forster Willi into sinuous wool embroidery on chantilly lace, while Abraham has come out with refined satin lamés displaying a lustrous tweed look. This Zurich silk specialist has enriched satin fashions by a suiting quality of wool and silk. Schlaepfer brings a dozen sophisticated variations on velvet ranging from smocking embroidery to panne-changeant with guipure borders. The lace qualities, whether as guipure or in chantilly style, are richly ornamented with paste jewelry or pearls, embroidered over with doubled sequin-studded textiles. Truly, luxury begins with the fabric.

Pages 76–103

NEW AGE COMFORT

Relaxation is in the air! It is not long since fashion attempted a distillation of the basic trends: pure, natural and decorative were the guidelines for Winter 90/91, even if seen in a somewhat uniform environment. Very little basic change would be observed in these points of reference right on into the 91/92 winter season, although no longer so clearly differentiated; on the contrary, individual features of one particular style would more often be combined or teamed casually with another: Sport turning up in town; nature alongside technology or ethnic features from a variety of different cultures happily mixed in an allen folklore blend. Fashion slogans illustrate strange bedfellows such as: Modern Nomads, Sport-Ville and Easy Chic, setting the scene for relaxed treatment of fashion themes. Even accepted stylistic structures are likely to be called into question.

The actual incitement to this development comes less from trendsetters than the consumers at the end of the fashion chain. The IWS summarised this in a single sentence which forecasts its styles, "Freedom of choice is



the basis of the lifestyle for the women of today with separates forming the basis of her wardrobe." Separates can be combined to make up various images and statements, freely chosen according to the mood. Flexibility replaces set themes and these open structures, a tribute to individuality, are being enjoyed to a greater extent than ever seen before.

The desire for individual treatment of fashion and clothing goes hand in hand with the total requirement for comfort. Indeed, the typical attributes of comfort, such as softness, lightness, elasticity and all the other features that modern materials need to provide to make them eminently wearable, are by no means exhausted. New Age Comfort also has a psychological level consisting of a feeling of well-being, present when clothes are in harmony with the circumstances, when they fit easily with changes of mood and the day's activities, when they adapt to individual requirements.

This flexible form of expressing fashion is seen mainly in the field of styling but fabric designers are paving the way for the new methods of mixing by combining unusual aspects with known ingredients.

The new fabric themes appear differentiated or even broken. The modern idea is no longer expressed so strictly by the concept "Modern Culture"; it rather plays with artistic effects such as reliefs, matt and shine or graphic designs. Nature is seen in clever ethnic mixes with elaborate, intricate structures or natural motifs in unlikely colours. The decorative trend is finally revealed in the mysterious "Dark Magic" – a universe of galaxies, meteorites and fantastic colours

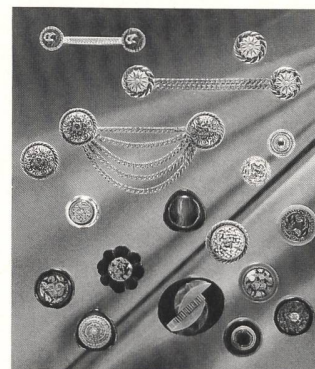
interplaying in moonlight. The colour range encompasses intermediate tones exhibiting a charm of their own in shadowy changes of shade and also in softer contrasts.

Pages 106/107

AARE AG
SCHINZNACH-BAD

BUTTONS – FROM METAL TO LEATHER

Buttons have once again found their place as a fashion accessory – from the miniature to chunky singles providing a decorative focal point. Antique metals: brass, copper and silver, provide variants with dark burr wood and mother-of-pearl, everything holding true to the motto "All for Nature", while over and above all of this some of the new creations are elegant and sporting in leather.



Aare AG goes in for trimmings in a big way on the mystic and glamour theme, combining trimmings by teaming self-coloured fabrics in black, brown or wine red with old gold and silver. Antique buttons with Greek and Roman themes also add interest, while an impressive novelty in the sportswear range is printed buttons in brightly coloured, paisley prints and cashmere designs. Floral and/or geometric patterns with contrasting rims are very popular and the tone-in-tone dyed buttons, some with contrasting black and imitation mother-of-pearl, bring a breath of fresh air to the sporting range. Urban fashion gains inspiration from chain

TRANSLATIONS

trim, separate zips, decorative pendants and original chlavaris transposed into fashion objects. In this context too, antique metals predominate with leather buttons looking very elegant in antique metal surrounds and a variety of forms from the traditional to the club shaped, including cord combined with burr wood, clearly influenced by the ecology theme.

Pages 108/109

CHRISTIAN
FISCHBACHER CO. AG
ST. GALLEN

UNFRAMED MASTERPIECES

Unframed pictures comparable to and with colours as clear as paintings from Christian Fischbacher's latest collection of head scarves. Cotton muslin for sporting and leisurewear are the base for stylised shells, large blooms with narrow spotted borders, cheeky youthful graphic designs and ethnic motives. Silk velours are emblazoned with single- and multi-colour designs, heraldic motifs and stylised interwoven ribbons. Cheerful patterns such as ethnic tattoos and classical patchwork are displayed on pure silk crêpe-de-chine, while fruit and flowers also exemplify the wide range of ideas in this colour philosophy.

Delicate pastel shades are used for Greek columns, marble effects and large-scale flowers on satin crêpe; this time, one-colour motives give a structured look. Colourful, unusual feline themes, tropical plants and fruit in unexpected shades or comic collages make an interesting counterbalance. Jacquard backgrounds, twill, crinkle effect satins and chifons are supplemented with linen silk Jacquards and silk organza with a matching 40×180 cm scarf exhibiting a firework display of colours and designs.

The re-examination collection contains scarves for evening wear in black or brilliant 120 cm square Jacquard, hand crafted, panne velvet or double weave with lurex threads, trimmed with gold and tassels dan-

gling from the corners. A velvet shawl lined with pure silk, gold braid and off-centre tassels makes an ideal evening accessory. The pure silk Jacquard shawls with the successful "Linea Carriera" packaging series provide a strongly individual flavour, as do the large wool and silk squares decorated with small cashmere patterns and the reversible Jacquard ponchos.

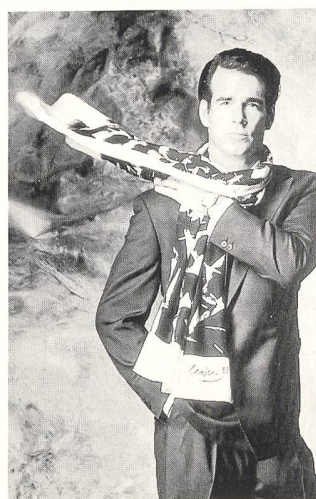
Very independent themes such as Provençal tile designs, patchwork and fish motifs run right through the Louis Féraud collection.

Pages 110-113

THE PATRICK STOFFEL
COLLECTION

ART EN FOULARD

The sensitivity of those involved with creative aspects of fashion and its artistic expression lies in the constant awareness of colour and form. Fashion designers yearn for pure art and avoidance of constant subordination to the power of consumers and the market. This area of tension has led to a link between fashion and art derived from a manifold art form,



rich in ideas, and also from parallel tracks in associated occupations. Romeo Gigli recently opened his own art gallery in Milan, from time to time Gianni Versace exchanges the catwalk for the stage, as a theatrical

costume designer, while Patrick Stoffel is doing his best to win artists for fashion and textiles. He is endeavouring to create a symbiosis between textile design and contemporary painting; "Art on Silk" or "Art en Foulard" is the fascinating result. Art has always been Patrick Stoffel's inclination — he has managed to introduce it into the activities of his textile career. The name Stoffel has been on everyone's lips in the context of the world-famous handkerchiefs. As representatives of the East Swiss textile tradition the handkerchiefs have been on sale from Fisba-Stoffels AG, until 1988 when, for internal political reasons, Patrick Stoffel withdrew the company's own label and undertook a new ambitious plan for producing a silk foulard collection using artists.

The Patrick Stoffel Collection comprises a range of foulards and shawls. These artists' originals are perfectly transformed into high-quality, pure-silk crêpe-de-chine, East Swiss textiles in the form of hand screen printed, limited editions, with hand-rolled borders and printed signature or sometimes even hand signed by the artists. The original packaging in the form of a book is accompanied by a certificate of authenticity.

These somewhat technical details indicate the care and quality of the textile craftsmanship and artistry which is the hallmark of this work. The production process is documented photographically, demonstrating the high degree of teamwork required.

The talent involved in the creation of this demanding initiative is exemplified by four prominent artists of very different creative temperaments: two Italians, Piero Dorazio and the late Giuseppe Santomaso, Günther Uecker from Germany and Eugène Ionesco, better known as a famous playwright. They have all created their own individual work, bearing in mind its transfer to textile, but the results are closer to art than fabric design, more like artistic lithography than a decorative accessory and ultimately, perhaps more of a collector's piece than a fashion garment, or both combined in a valuable decorative item.

The present launch of his artistic foulards led Patrick Stoffel to found a new textile prize which should influence the theoretical training of tex-

tile designers by giving them a link to the practical, creative side. Students finishing their courses at Swiss design colleges in 1991 have been invited to interpret the currently explosive theme (in both the socio-political and the fashion world) "Opening/Transparency" in the sense and spirit of artistic foulards. The outstanding winner of the first prize will see their work reproduced, screen printed in silk and incorporated into the Patrick Stoffel collection.

Pages 114-129

LINGERIE 91

BODY-CONSCIOUS

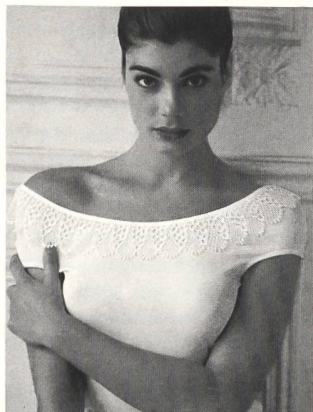
Self-assured body consciousness is becoming identified with a new era and its awareness of life. Fashion is modern and future-oriented. The commitment to simplicity, naturalness and physical fitness has made its impact on fashion. Even on lingerie. Examples from the active sports scene, the athletic look and beachwear have obviously been studied. Stretch fabrics extending even to elastic embroideries are the dictates of the hour. Thus not only tops and strapless bras are doing homage to the new corporeity but also body-stockings are going in the direction of the skin-tight feeling and being integrated into daytime outfits.

The lingerie for the new season is totally oriented to the themes embodied in the new women's outerwear look. Not only can lingerie be seen, it can show. It's now again fashionable to wear it visibly again. Camisoles, long-line bras and body stockings are openly going solo; for example, they're worn instead of a blouse under the jacket. One's second skin has thus become socially accepted, a fact which is also shown by the designer collections, as multifunctional lingerie worn next to the skin was displayed on the runways, either in the form of a black varnished stretch body stocking by Dior or a gymnastics suit with sequin-embroidered top from Katherine Hamnet.

The entire lingerie sector has become more interesting owing to the use of futuristic fabrics, clever cutting and sophisticated embroideries. This is demonstrated by the new collections

TRANSLATIONS

from the lingerie manufacturers. Light, fine, transparent and elastic materials are intended to give lingerie and foundation garments that "now" look, while the luxurious touch with lace and embroidery lets delicate undergarments remain feminine. Even a romantic character is refreshingly represented by playful embroideries on bra/panty sets or filigree-fine guipures on novel undershirts with wider shoulder straps. With sleepwear the new simplicity is interpreted in seductive ensembles in trousseau style as well as in line with the cocooning wave, where super-fine, mercerized cotton jerseys have gained greater importance.



The finished fabrics present an appearance of maximum elegance, extreme fineness and softness; they radiate comfort and a feeling of well-being. Light cotton in mercerized qualities, woven and knit, remains a fashion favourite. But viscose too is blended in for its properties of conferring soft drape and a slight lustre. In the luxury category a silky appearance is desired, with satins, fantasy fabrics and small-patterned jacquards. For body-conscious fashions, Lycra confers elasticity on cotton jerseys. Silk, whether pure or combined with cotton, as well as wool meets quality-minded thinking, which has obviously become more pronounced. Velvet and cut-pile fabrics for home lounging wear and multifunctional sleepwear are making a comeback. Velour also represents an exciting challenge to the embroiderers of the autumn/winter 91/92 collection. It is applied with rich, baroque designs, flowered patterns in the Tiffany style and small fanciful motifs, skillfully worked on tulle and organza, over-

embroidered with lustrous and fine metallic yarns. A surprising feature is the tireless creativity of the St. Gall artists of the needle when it comes to integrating women's outerwear themes into embroidery. Thus oriental ornamentation has taken on new life, artfully stitched on transparent fabrics with silk and glittering yarns (Lurex). Colourful, lustrous yarn embroidery, for example on black velvet, also utilizes elements from European folk art to adorn tapes, trimmings and motifs. Decorative effects are achieved with elastic soutache embroideries when used on tulle, organza and chiffon crepe and a fashionable gussets for the new bodystockings. Quite generally, the elasticity theme has a starring role in foundation garments and lingerie sets.

Thanks to their innovative freedom in handling new elastic fabrics, the Swiss specialists have also succeeded in countering the competition with their elastic lace creativity and wealth of ideas. The romantic look with flowers is still with us; flowers of every kind are blooming on tapes and trimmings. On tulle they are embroidered all-over or else appear as mini roses, sometimes in art nouveau style, on satin, batist, tulle and now on velvet as well. Embroidery too has taken over ideas from the women's outerwear sector. In addition to modern, abstract patterns, lingerie has also adopted folkloric ideas of peoples close to nature, such as kelim and cross stitch patterns.

Cocooning, that warm at-home feeling, has also left traces in sleepwear and lounging apparel. Long-armed body stockings and trouser suits are now displaying decorative embroidered yokes or silk seams. Quilted embroidery, modern or with a romantic interpretation and mostly executed in satin, is again the fashion for housecoats.

In fashion, simplicity does not exclude colour. Thus embroidery too has made use of discreet shades from the outerwear sector. Pastel coloured, lustrous embroidery is readily applied on pure white or ecru. Monochrome effects are important, while green tones are gaining importance for elegant lingerie. Black is being perked up with beige, folkloric or cosmos colours such as midnight blue and lilac. Occasionally frost effects are created by effect and metallic yarns.

Pages 130-131

UNION AG, ST. GALLEN DELICATE SHEER LINGERIE

The new body cult is bringing with it changes in lingerie fashions. The figure is revealed, shapes are gently modelled. Fashion and function are entering into a new partnership. The way elastic materials and embroideries are used in the winter 1991/92 collection of Union AG of St. Gall shows innovative openmindedness. The continuous search for new basic materials, the variety of embroidery techniques, the use of new yarns and the combination of different materials and embroidery techniques have created novelties in the form of gussets, appliques, tapes and motifs that satisfy the desire for lovely lingerie. Ideas from women's outerwear fashions have been convincingly integrated. This is shown by frost effects, daintily embroidered on fine tulle, executed on transparent knit articles or embroidered with lustrous yarns on elastics. It is also seen in three-dimensional effects where sewn motifs of velvet and satin are appliquéd on transparent fabrics. A nostalgic feel is produced by the soutache technique, given a modernized effect by knop, gimp and even bast fibre yarns. The romantic look is still important, even for the foundation garment sector, with finely traced designs in Gobelin and mosaic stitch. Novelties are added to the collection in the form of satin and tulle embroideries with loosely hanging discharge borders or witty motifs with silk fringes. A fresh, youthful look is created by elastic trimmings and border tapes, embroidered with colourful mini fruit and flower motifs.

Page 132-136

HOMAGE TO STEHLI (SILK) THREADS RUNNING THROUGH THE WORLD OF (OF FASHION)

There is no shortage of well-wishers when a jubilee comes round. On the occasion of the celebration of the 150 years of Stehli Seiden AG not only customers and friends arrived at the headquarters in Obfelden, along with guests of honour but eloquent witnesses of the fashion activities of the company came from far and wide. There was a impressive number of models wearing Stehli fabrics from the current European and American fashion house collections. The creations formed a multi-faceted show making a beautiful picture of the threads which link the company with all corners of the world, exemplifying the versatility and power of expression of fabrics exported to fashion centres all over the globe.

The varying fashion temperaments were reflected in the choice of materials and styling, ranging from the purest and simplest sheaths by the London designer Jasper Conran to Vera Mont's decorative evening wear; from the sleek black elegance of the Paris scene represented by Sonia Rikyel, Courrèges and Georges Rech to the brilliant colours originating from Sandra Pabst or Dorothee Vogel from Zurich; from the ingenious youthful attractions of Susanne Wiebe to the seductive transparency designed by Mr. Jax from New York. Mini silhouettes and figure hugging lines rubbed shoulders with soft, flowing, gathers and bulky, heavy one-colour crêpe, while glittering rainbow organza mingled with iridescent, shimmering and metallic gleaming satins.

Much has already been written about the highly contrasting form of expression in current fashion in the designs from the 36 international fashion houses and ready-to-wear manufacturers based on the fabrics of a single Swiss textile company with a strong tradition.

TRANSLATIONS

150 YEARS OF STEHLI SEIDEN AG

INDEPENDENT UNITS A SUCCESS

The Stehli Group with its head office in Obfelden, Canton Zurich, is celebrating 150 years of existence with a positive outlook and optimistic future prospects. Beat A. Stehli is using the jubilee celebrations to emphasise a special group philosophy and the far-reaching synergy effect of the largely autonomous profit centres.



In 1840 Rudolf Stehli acquired a silk mill in Obfelden near Affoltern am Albis. It consisted of 30 looms and had only been in operation for a few years. For nearly 100 years, until 1930, the business, which is still in the hands of the same family, worked exclusively with pure silk, but today artificial silk is the main product in the form of acetate cores covered with viscose.

During the second half of the last century, in line with the Zurich silk industry, the company expanded very rapidly; already by 1876 sales had built up in the United States, followed by production, and in 1884 the mill

in Germinguage near Luino in Italy was purchased; 1905 saw the addition of a unit in Erzingen, in Southern Germany. The 1920s were the climax of company activity with as many as 1800 looms in the USA alone. The time came when Stehli had to reorganise the business: this was due to the International business climate and the war, followed by the success of synthetic materials. The mills in the USA were sold off in 1954 and the German branch of the company was relinquished in 1969.

At the end of the 70s the decision was made to undertake what has been proved to be a highly successful company reorganisation. Stehli made the decision to concentrate entirely on fashion fabrics; ties and industrial textiles were dropped. Responsibility for production by the companies in the group was decentralised and profit centres were set up. Beat A. Stehli and his cousin Hans Stehli, the fifth generation of principal shareholders of the group, regard this important step as a further successful move. Thanks to the flexible units it has been possible to produce market-orientated profiles and since the mid 80s the company has been restructured with this objective in view. Together with a French partner, the "Société Lyonnaise de Soierie", renamed "Tissage de Ruy SA", was taken over and two wholly owned converter companies, Fintesco SpA and Rinartes SpA, "Stünzi Italiana" were set up. As Beat A. Stehli stated, "These units give us a foot in the EC."

The group has not, however, been idle on the domestic scene. In 1987 Stünzi Söhne AG in Horgen was taken over and more recently, in the spring of 1990, Riba Seiden AG was acquired. This purchase has brought pure silk back to Stehli in their jubilee year although it constitutes less than 10% of the total; raw silk is mainly imported from China and Korea with the company's own mills concentrating primarily on dobby weaving with Jacquard fabrics being bought in. All the companies in the group are retained as independent management units handling their own businesses and selling to each other at market prices. Trade with other companies should, in theory, make up about half of the total turnover of the individual organisations. "Each unit is expected to strive towards full capacity as this is the key to success in

the fashion business. There will be no place for large organisations in the future fashion silk industry and producing goods for stock is dangerous", said Beat A. Stehli in explanation of his policy.

This recipe has taken the company into the number one position in high-quality rayon crêpe with a good percentage of the international prêt-à-porter markets. Prominent designers and well-known ready-to-wear manufacturers buy from Stehli.

With its 250 employees, in the current year, 1990, the group had a turnover of 60 million Swiss Francs with half of this total turnover being earned by dyed and finished goods for international converters while the other half came from work done on a commission basis for third parties, together with sales of loomstate fabrics.

The company offers 270 different designs and types of materials. Every year 6 million metres are produced of which 4 million is in the form of loomstate fabrics and façonné orders with 2 million metres sold in the form of finished product. The production breakdown by country is: Switzerland 30 million metres, around 25 million from Italy, while France produces 4 million. The parent company in Obfelden sells around 95% of its goods in the form of exports to 30 countries. The parent company also handles the marketing, administration, design and overall quality requirements. All goods sold from the headquarters are inspected centrally, by hand and using human eyes rather than machines to spot defects, for as Beat A. Stehli said, "In our organisation the people are a very important link in the chain." This conviction holds good all along the line and great emphasis is placed on the motivation and initiative of employees.

The present financial position of the company is good: in 1989 the cash flow was 15% of total turnover and this trend is increasing. At the present time the group is managing without bank credits and its liquidity and own financing levels are high.