

# Übersetzungen = Traductions = Translations

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

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): - **(1993)**

Heft 93

PDF erstellt am: **23.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-796333>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Seiten 24-31

## HAUTE COUTURE PARIS ÉTÉ 93 UN LUXE DÉPOUILLÉ

"La crise touche tous les secteurs dans le monde entier, et même les esprits. Ce n'est pas seulement une crise économique et sociale, c'est également une crise d'identité, presque spirituelle. Je me demande si, finalement, l'état de tension n'est pas propice à notre créativité, s'il ne faut pas le prendre comme un stimulant."

Christian Lacroix' Worte in die Ohren jener, die stets ein Wehgeklage anstimmen, sobald die Pariser Couture-Häuser ihre neuen Kollektionen vorführen. Das chronisch gewordene Krisengejammer, das sich wegen häufiger Wiederholung langsam abzunutzen beginnt. Und niemandem nutzt. "Il vaut mieux danser sur un volcan que de perdre son élan", reimt Karl Lagerfeld. Und sowohl er als auch Christian Lacroix haben mit ihren neuen Sommerkollektionen bewiesen, dass Krisen die Fantasie durchaus stimulieren können. Dass wirtschaftliche Restriktionen, die zu kleineren Kollektionen führten, Designer dazu zwingen sich auf das Wesentliche zu besinnen. Less is more. Eine alte Weisheit. Sie hat in den neuen Sommer-Kollektionen der Pariser Luxus-schneider zu einer konzentrierten Aussage geführt. Zu einem "Luxe dépouillé". Zu einer diskreten Eleganz, die keine Übertreibungen und keine Opulenz braucht um zu überzeugen. Eine Mode ohne Frou-Frou und überladenes Dekor, doch dafür mit raffiniert ausgearbeiteten Details, wie sie nur die Handwerks-Ateliers der Couture-Häuser und ihrer Lieferanten noch liefern können.

Eine "Modern Couture". Mit Zukunft. Ihre Protagonisten sind Christian Lacroix, Karl Lagerfeld für Chanel und Gianfranco Ferré für Dior. Drei Kreative, die mit Kreativität gegen die Morosität angehen.

Ist es ein Zufall, dass die drei Leader der "Modern Couture" aus drei verschiedenen Kulturen kommen? Aus der französischen, der germanischen und der italienischen. Wenn das kein optimistischer Ausblick auf ein vereintes Mode-Europa ist mit Paris als Hauptstadt... Und was die Politik bislang nicht schaffte, hat die Mode längst vollbracht, nämlich die Eingliederung der Schweiz. Denn dort sitzen die treuesten Verbündeten der Pariser Couturiers, die Stoffhersteller Abraham, Forster Willi und Schlaepfer, die mit ihren Avantgarde-Kreationen und mit ungebrochenem Elan die wichtigsten Komplizen der Pariser Luxusmode sind.

Das Leitbild für die Couture-Sommermode 1993 ist eine Frau, die mit natürlicher Eleganz und Diskretion einen wohlthuenden Gegenpol zur aggressiven Tagesaktualität bildet und es nicht nötig hat, mit dem "Grunge"-Look das Elend zu parodieren. Die Silhouette der neuen Couture-Kreationen ist langgestreckt, weich und unterstreicht die natürlichen Formen. Die Schultern sind schmal und natürlich gerundet, die Längen häufig asymmetrisch. Die unverblümt zur Schau getragene Erotik der letzten Saisons verschwindet hinter zarten Schleiern. Transparentes Schwarz, das mehr ahnen als sehen lässt, ist typisch für den Gesinnungswandel der Couturiers.

Denn die Sommermode schwebt auf einer Wolke von Mousselines, Chiffons und Organzas. Entweder einfarbig in zarten Pastellen oder bedruckt mit duftigen Blüten in klaren Matisse-Farben. Ein Trend für die Zukunft sind die Rokokomuster im Louis XVI-Stil.

Diese Mode ist die grosse Stunde der Flou-Ateliers, aus denen eine Mousselinekleider-Welle kommt, die am Vormittag beginnt und erst am späten Abend endet. Die Kostüm-Ateliers steuern die neuen Begleiter bei: Kostümjacken aus Wolle oder Leinen, die zu den duftigen Kleidern getragen werden. Ein ganz neuer Tailleur-Stil. Am deutlichsten wurde er bei Chanel, wo zum ersten Mal in der fast 100jährigen Geschichte des berühmten Hauses kein einziges Tweedkostüm zu sehen war, weil Lagerfeld davon nur die Tweedjacke benutzte, die er mit langen Mousselinekleidern kombinierte, von denen häufig zwei übereinander getragen wurden.



Die korrekten Schneiderkostüme, Basics für die Haute Couture-Kundschaft, mussten in diesem Sommer Hosenanzügen weichen, womit sich auch die Couturiers aus dem Längendebakel hielten. Dafür schneiderten sie die neuen Hosen-tailleurs weich und feminin mit weiten Hosenbeinen, die in jungen Kollektionen "patte d'éléphant" haben müssen als Anklang an den Hippie-Stil, der in der jungen Mode fröhlich Auferstehung feiert. Mit langgestreckten Jacken in Caban-, Paletot- und Redingote-Stil geben die Couturiers dieser Tailleurmode eine neue Silhouette. Als Gegenpol dazu die Anzüge mit kurzen Spencer- und Bolero-Jacken, wie sie Yves Saint-Laurent wieder lancierte.

Das Lieblingsthema des Sommers - "Natur" - hat die Haute Couture virtuos in einer Luxusvariante abgewandelt, mit Ivoire, Sand und Ecru als Trendfarben. Mit eleganten Shantung-Seiden, Panama de Soie, Seidentweed, Faille de Soie, Ottomane de Soie, Seiden/Leinen-Toile und Raphia. Accessoires wie Strohhüte, "primitiver" Schmuck aus Holz, Bast und ungeschliffenen Halbedelsteinen runden das "Natur"-Thema ab. Den originellsten Beitrag lieferten die beiden jungen Couturiers Lecoanet-Hemant, die ihre eleganten Kleider mit Reisstrohmatte, Fischernetzen, Muscheln und Kokosnussblättern verzierten - Recycling de luxe.

In der Abendmode sind schmale Fourreaux und klassische Drapékleider die Repräsentanten des "Luxe dépouillé". Doch soweit geht die Austerität dann doch wieder nicht, dass die Luxusschneider ganz auf die Traumkleider verzichteten, ohne die die Pariser Haute Couture undenkbar wäre. Und für die es in den Golfstaaten immer noch eine treue Kundschaft gibt.

Seiten 32-39

## FORSTER WILLI & CO., ST. GALLEN

Das Leitmotiv des Modesommers 1993 ist die Natur, von Forster Willi mit Eleganz auf Couture-Niveau gebracht. Die Trendfarben Ecu und Ivoire und einfarbige Tweed-Guipures aus Baumwolle interpretieren den Look, der von den Pariser Luxusschneidern begeistert aufgenommen wurde und seinen Höhepunkt in dem Chanel-Brautkleid fand, das aus einer écrufarbenen Tweed-Guipure geschneidert war. Christian Lacroix wählte florale Stickereien in Ivoire auf écrufarbenem oder schwarzem Leinen, Laroche eine schwarze Guipure in einem offenen Korbflechtmuster. Elegant ist die Kombination von Ivoire und Weiss an der Soutache-Stickerei auf weissem reinseidenen Organza-Satin, elegant auch die Kombinationen von Ivoire und Schwarz an den Stickereien auf Organza mit Blütenapplikationen für Ungaro und den Applikationen von Guipure-Medaillons auf Point d'Esprit für Valentino. Das transparente Schwarz wird mit Ajour- und Blütenstickereien auf Organza interpretiert.

Seiten 40-47

## JAKOB SCHLAEPFER & CO. AG, ST. GALLEN

Raphia und Sisal sind die Materialneuheiten, mit denen der Stikerei-Avantgardist dem Öko-Trend gerecht wird und seine Experimentierfreude unter Beweis stellt. Raphia-Spitzen in Schwarz und Braun wurden von Balmain und

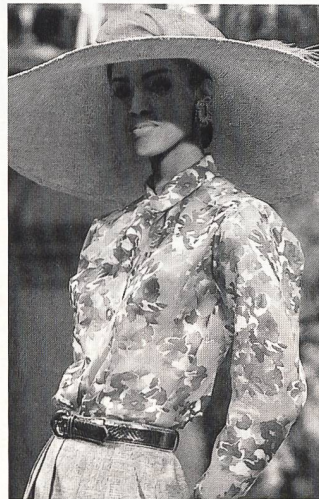
Dior ausgewählt. Für Lacroix ist die gleiche Qualität mit einer Goldspitze gedoppelt worden. Kompositionen aus Sisal und Crin, Geflechte aus Organza- und Sisalbändern auf Baumwoll-Organdy schaffen reizvolle Kontraste. Rustikal-elegant ist die feine, offene Stickerei in Schwarz und Silber sowie die bunten Blütenstickereien auf Vichy-Karo aus reinem Leinen in Schwarz/Ivoire oder Marine/Ivoire. Den spektakulären Kontrapunkt setzt der transparente Plastikstoff "Window", der bei Chanel zu aufsehenerregenden Abendkleidern verarbeitet wurde. Als Pailletten-Neuheit zeigt sich Tiffany-Scroll in Gold auf orangefarbenem Plissé oder in der transparenten Version auf Seiden-Georgette mit Dégradé-Imprimé.

Seiten 48-51

## ABRAHAM, ZÜRICH

Subtil und poetisch hat der Zürcher Seiden-Avantgardist, dessen über 30jährige Zusammenarbeit mit Yves Saint Laurent eine eigenständige Couture-Legende ist, seine Sommerkollektionen auf die neue Eleganz abgestimmt, die keine lauten Effekte braucht, sondern mit dezentem Glanz und trockenen, körnigen Stoffbildern überzeugt. Die Nouveauté "Ribouldine", ein leichter, körniger Crêpe aus Wolle und Seide, interpretiert diesen Trend. Eine textile Kostbarkeit ist der Chiné-Façonné mit impressionistischen Blüten, der exklusiv für Saint Laurent entworfen wurde. Für die duftige Kleidermode hat Abraham reinseidene Mousselines, Organzas und Chiffons kreiert, entweder als Unis oder bedruckt mit ineinanderverlaufenden Blüten in Aquarellfarben. Mousseline-Irisé, Matelassé-Lamé, Crêpe-Marocain, Marocain-Façonné und die berühmten

Gazar-Qualitäten runden die Kollektion ab. Sehr dekorativ ist die grafische Bicolor-Serie in Schwarz/Weiss und Marine/Weiss, die für Givenchy entworfen wurde.



Seiten 94-97

## LONDONER HEMDENMACHER SCHÄTZEN SCHWEIZER HEMDENSTOFFE

Was haben Prinz Charles, Ronald Reagan, Madame Pompidou und Paloma Picasso gemeinsam? Sie pilgern alle nach dem Mekka der Masshemden - Londons Jermyn Street - um sich dort ihre Hemden schneiden zu lassen.

Aber woher holen diese renommierten Hemdenmacher die edelsten Stoffe? Selbstverständlich aus der Schweiz.

Die Verbindung zwischen diesen exklusiven Hemdenmachern und den schweizerischen Textilerstellern ist eine logische und schon lange währende. "Wenn man beste und teuerste Hemden herstellt, ist es einleuchtend, die besten Gewebe dafür heranzuziehen" erklärte einer der Massschneider aus der Jermyn Street.

Jermyn Street ist eine schmale Strasse parallel zur berühmten Piccadilly Street. Dort werden seit drei Jahrhunderten die Reichen und Anspruchsvollen mit besonderen Dienstleistungen und Angeboten von höchster Güte verwöhnt.

Dennoch behält sie einen Nimbus der Diskretion und die Kunden kommen grösstenteils auf Empfehlung, die von Generation zu Generation weitergegeben wird. Durchaus englisch und konservativ, sind diese Kunden einem altmodischen Verhaltenskodex treu geblieben, der aus den meisten Einkaufszentren der modernen Welt schon längst verschwunden ist. Ursprünglich, in der Mitte des 17. Jahrhunderts, war Jermyn Street eine attraktive Wohngegend nahe dem Hofe von St. James, und allmählich wurde sie als die gesuchteste Adresse in London für Gentlemen sowie deren Clubs anerkannt. Dies wiederum hatte zur Folge, dass das Gewerbe in der Strasse von Anfang an auf die männliche Kundschaft der Nachbarschaft ausgerichtet war - wovon auch Schuhmacher, Barbieri, Tabakhändler, Weinhändler und eben Hemdenmacher profitierten. Heute besitzen die alten Geschäfte, da und dort auch in den kleinen Nebenstrassen gruppiert, einen beinahe dörflichen Reiz. Doch präsentiert sich die Vielfalt der Waren und Dienstleistungen höchst mondän und hauptstädtisch.

Viele der Firmen werden immer noch von den gleichen Familien geleitet, die sie vor Generationen gründeten. Beispielsweise das Parfümgeschäft Floris, gegründet im Jahre 1730, der Schuhladen Tricker's, jetzt in der fünften Generation von Familienmanagern, und die Hemdenmacher Hilditch & Key, deren familiäre Bindung zu den Gründungspartnern vom Jahre 1899 dieses Jahr erlischt.

Die männliche Dominanz bleibt, aber mit einem eher welt-

läufigen als provinziellen Image, und die Damen haben schon längst die Qualitäten der Jermyn Street schätzen gelernt.

Kunstgalerien, Antiquitätenläden, Porzellan- und Geschenkhäuser, Uhrmacher, Juweliere und Gobelinspezialisten tragen zu dem Charakter der Strasse bei. Indessen ist die Jermyn Street und deren Umgebung in erster Linie berühmt für hervorragende Herrenbekleidung und insbesondere für ihre Herrenhemden.

Obwohl die meisten Hemdenmacher immer noch Massarbeit anbieten, führen jetzt alle auch Konfektionsmodelle. Den Masskunden steht eine breite Palette an Stoffen zur Verfügung, die nach ihren individuellen Wünschen von Hand verarbeitet und nach etwa einem Monat geliefert werden. Meist werden Bestellungen im Dutzend oder wenigstens im Halbdutzend aufgegeben.

Allgemein anerkannt als der berühmteste der Hemdenmacher in der Jermyn Street ist Turnbull & Asser, eine altehrwürdige Firma, die eine Reihe von grossen Persönlichkeiten empfangen hat: Winston Churchill, Margaret Thatcher, Ronald Reagan, Sir John Gielgud, Zsa Zsa Gabor, Douglas Fairbanks, Kirk Douglas, Robert Redford, der König von Griechenland, der Prinz von Wales... Die Kundenliste liest sich wie ein internationales Who's Who, und die Anziehungskraft auf Königshäuser und Show Business, Politiker und Geschäftsleute aus aller Welt hält an. Ihre Fotografien und Autogramme zieren die Wände.

Markant gestreifte Hemden aus Zweifach-Baumwollpopelines sind zu einem Kennzeichen von T & A geworden, aber die Firma bietet auch eine breite Auswahl anderer Qualitäten für ihre Masshemden, darunter Seide, Voile, Wolle/Baumwolle sowie Leinen. Unter den Schweizer Stoffen sind die Voiles permanente Favoriten



für Abendhemden. "Unsere Kunden wünschen die feinsten Voiles für Smokinghemden" sagte Simon Hobbs von Turnbull & Asser, "und die kommen natürlich aus der Schweiz. Sie kommen auch in Frage für Kunden aus wärmerem Klima".

Die Firma hat Geschäfte und Konzessionäre in vielen Ländern, aber abgesehen von einem Lizenzabkommen in Japan werden sämtliche Waren in den eigenen Werkstätten hergestellt. Neben Hemden werden auch Pyjamas, Nachthemden, Morgenröcke sowie Damenblusen gefertigt. Die Massschneiderei befindet sich in einer Nebenstrasse der Jermyn Street.

Gegenüber von Turnbull & Asser liegt New & Lingwood. Diese Firma begann im Jahre 1865 als Lieferant der Nobelschule Eton (die mehr britische Premierminister als jede andere Schule hervorgebracht hat). Sie liefert noch immer alles Nötige an Eton, von Sportmützen zu Manschettenknöpfen und Rudersocken, ausserdem massgeschneiderten Frack, der nach wie vor als Schuluniform getragen wird.

Der Hauptsitz von New & Lingwood bleibt in Eton, aber am Anfang dieses Jahrhunderts wurde eine Filiale in der Jermyn Street eröffnet, und inzwischen gibt es weitere in der Londoner City sowie

in Cambridge. Ein Gentleman aus Südafrika übernahm diese alte Familienfirma kürzlich. Seither wurde eine ganz neue Kollektion zusammengestellt, mit Strickwaren, Krawatten, Kleidung, Lederwaren, Hüten usw. Aber Hemden bleiben vorrangig.

Wie bei allen Hemdenmachern in der Jermyn Street, ist auch für New & Lingwood das klassische City-Hemd der Hauptartikel. Immerhin enthält die neue Kollektion einige modischere Dessins, einschliesslich Horizontalstreifen, und kräftigere Farben. Auch hier sind Schweizer Stoffe wichtig: mit Baumwollpopelines und -Voiles und Wolle/Baumwolle. Aus diesen erlesenen Mischgeweben werden Sport- und Freizeithemden gemacht, jedoch zum Tragen mit Krawatte gedacht. "Da wir ein aufwendiges Hemd machen, ist es sinnvoll, die besten Stoffe zu verwenden" sagte Mark Paterson von New & Lingwood. "Für uns heisst das Schweizer Stoffe. Wir kaufen grösstenteils von hiesigen Vertretern, wobei einige Dessins exklusiv für uns reserviert sind".

Hilditch & Key ist ein weiterer klassischer Hemdenmacher in dieser Strasse. Wohlwissend, dass Herrenhemden das Hauptgeschäft bleiben werden, hat die Firma auch die Bedeutung der weiblichen Kundschaft erkannt. Anlass

dazu gab Marlene Dietrich, die ihre sämtlichen Hemdblusen hier nach klassischem männlichem Schnitt machen liess. Andere berühmte Kundinnen folgten, und vor zehn Jahren wurde eine Kollektion von Damenröcken eingeführt. Diese war so erfolgreich, dass Blusen hinzukamen, alle aus den feinsten Schweizer Stoffen gefertigt.

"Um den Preis unserer Damenblusen zu rechtfertigen, die ebenso aufwendig gearbeitet werden wie unsere Herrenhemden, müssen wir nicht nur qualitativ hochstehende Stoffe verwenden, sondern auch solche, die anders sind und nicht überall auftauchen - und die wir in relativ kleinen Mengen beschaffen können", erklärte die Designerin Danielle Smallburger. "Wir haben festgestellt, dass Schweizer Textilien für uns die geeignetsten sind, und die Damenkollektion ist jetzt sehr erfolgreich. Für die Herren nehmen wir Voiles für die Abendhemden, und ich hoffe, dass wir künftig mehr Gebrauch von den Baumwollpopelines machen können".

Zu den Kundinnen zählen die Prinzessin von Wales, Paloma Picasso, Madame Pompidou, Joan Collins, während die Masshemden von Lords, Herzögen, Earls getragen werden, ausserdem von Show Stars wie Sinatra, Tom Cruise und Mel Brooks. Besonders stolz ist man, dass Karl Lagerfeld seine Hemden bei Hilditch & Key machen lässt, nach seinen eigenen Entwürfen.

In der naheliegenden Savile Row befindet sich Bowring & Arundel - das exklusivste Masshemdenhaus. Zwar werden auch einige Konfektionshemden geführt, aber das Hauptgeschäft liegt in der Massschneiderei. Es wird die erstaunliche Anzahl von 500 bis 600 Hemdenstoffdessins an Lager gehalten. Gegründet im Jahre 1860, blieb Bowring & Arundel ein Familienbetrieb, bis er vor etwa drei Jahren von New & Lingwood über-

nommen wurde. Er bleibt aber die klassische englische Massschneiderei - zurückhaltend, verschwiegen, konservativ, büsst freilich nichts an Attraktivität ein, sodass Söhne immer noch von ihren Vätern eingeführt werden, sogar aus Amerika, damit sie dem Masshemd treu bleiben. Das ist keineswegs billig. Nur die feinsten Stoffe kommen zur Anwendung, auch hier viele davon aus der Schweiz, darunter die edelsten Zweifach-170-Popelines. "Fühlen Sie dieses prächtige Material" sagte Robert Whittaker. "Wir verarbeiten sehr viele Schweizer Baumwollpopelines und Voiles, auch einige Wolle/Baumwolle Mischgewebe". Die Firma zieht Nutzen von der engen Verbindung zu den vielen umliegenden Massschneidern der Saville Row. Die Kundschaft ist erlesen,

das Auftragspolster gut, die Zukunft sicher.

Es ist auch für Jermyn Street charakteristisch, dass sogar in dem gegenwärtigen Wirtschaftsklima noch immer viele Kunden Masshemden vorziehen. Das beweist, dass ein individueller Service geschätzt wird, zumal wenn Tradition und Charme damit verbunden sind.

Pages 52 - 75

## LES ALLIAGES DE LA MODE

La mode s'apprête à changer de visage. Sans brusquerie aucune, patiemment, superposant une nouvelle couche sur une ancienne, du long sur du court, du fluide sur du moulant, de l'aérien sur du solide, générant ainsi une mue permanente où apparaissent des contours mobiles, une fluidité coulante. Un lot d'éléments variables favorise une série infinie d'interprétations individuelles. Le dénominateur commun se nomme: mix, mélange de cultures. Mélange des saisons. Mélange des thèmes et des formes. Mélange encore, des coloris, matières, structures.

Ce jeu passionnant d'interpénétration et d'associations de styles met en valeur les tissus dont l'impact devient primordial. C'est d'eux que l'on attend le changement décisif de l'optique actuelle.

La notion de "global thinking" qui ne se limite pas uniquement à la mode stimule ostensiblement les créateurs de tissus. Ils se sentent libres de glâner leur inspiration un peu partout dans le monde, de s'approprier les influences d'autres cultures et de remonter dans le temps, afin de les remodeler à leur manière, renouvelée et actualisée.

La référence à la "nature" demeure le critère déterminant dans la recherche d'idées nouvelles et la structure l'une de ses expressions essentielles. Cela ne converge plus, cette fois-ci, sur un tableau déjà défini, dont l'épicentre est rustique et naturel. Mais des impressions de végétation luxuriante et exotique se mêlent à des surfaces craquelées de terre sèche, les allusions aux formes ethniques voisinent avec une esthétique épurée, de tendres tableaux se fondent dans de com-

plexes effets artisanaux. Les tendances ne se cristallisent pas en thèmes fermes mais forment une série d'éléments à mélanger entre eux et le moyen de créer sans cesse des atmosphères différentes.

"Basic Instinct" diffuse une image froidement intellectuelle, aux tons mesurés. Les gammes de bleu et des impressions en bleu délavé évoquent l'Indochine. La netteté est traduite dans le (mini-) dessin. Aspect sec: crêpe, chiné, faux-uni qui accompagnent le raffinement "high-tech".

"Salt of the Earth" se réfère à l'écologie, la végétation, le sable et comprend une palette de nuances ensoleillées et terreuses. Aspect vieilli, artisanat, patchwork, art paysan sont autant de mots-clés; Afrique, Madras, Mexique des points de repère. "Paradise Lost", à la recherche des paradis perdus sur cette terre... côtoie des cultures étrangères en Inde, Egypte et dans des pays exotiques; cela se concrétise dans un flot de soie et de transparence mauve - rosé - orange - vert additionnée d'un soupçon d'or.



## EUGSTER + HUBER TEXTIL AG

Mooswiesstrasse 68  
Postfach  
CH-9202 Gossau/Schweiz  
Telefon 071/85 85 81  
Telefax 071/85 71 70

- Modische Gewebe aus Baumwolle für Blusen, Hemden, Wäsche und Kinderbekleidung, uni, buntgewebt, Jacquards, Piqués, Webplissés und Stickereien (Allover und Fronten).
- Fashion fabrics in cotton for blouses, shirts, lingerie and childrenswear; plains, colour wovens, jacquards, piqués, woven-pleated and embroideries (allover and engineered).
- Tissus mode en coton pour chemisiers, chemises, lingerie et confection enfant; unis, tissés teints, jacquards, piqués, plissés-tissés et broderies (allover et placées).



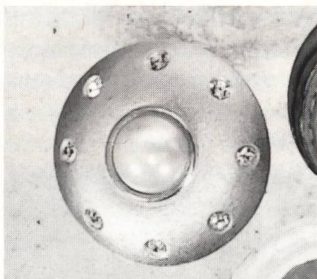
**Moda-In:** Stand Nr. 16 B 23

**Première Vision:** Stand Nr. 5 J 46 / 5 K 45

Pages 76-77

## AARE AG FASCINATION DE LA NATURE

L'été 1994 se présentera sous le signe d'une nouvelle philosophie de vie orientée sur l'écologie et une multitude d'influences ethniques, multiculturelles et folkloriques. Aare SA satisfait à la tendance dans le secteur des accessoires, avec des ensembles de boutons, boucles et broches, et mise entièrement sur les matières naturelles et la transparence tant dans le secteur classique que sport. Les vetettes en sont les bois exotiques, la nacre, la fibre de coco, la pierre, le raphia, la corne de buffle, dans de discrètes associations avec de l'or mat et des perles, ou encore dans des versions accentuant la note sport. Des boutons métalliques, en or mat et ar-



gent ainsi que des modèles en céramique, présentent des formes originales, parfois du genre médaillon; ils sont rehaussés de strass ou de perles, ou ornés de motifs anciens inspirés des fresques de la mythologie égyptienne ou grecque. Des matières transparentes recouvertes de matières naturelles dans de délicates harmonies de teintes sont le complément idéal des tissus actuels, rustiques, secs et grenus. Discrets, ornés de nacre ou de corne, ils soulignent le vêtement de leur note résolument sport tout en lui conférant un luxe discret.

Pages 78-79

## FILTEX SA, ST-GALL FÉMINITÉ ACTUELLE



Le changement, les idées inédites et leur concrétisation font l'attrait majeur de la création dans la mode - y compris en ce qui concerne les accessoires et les détails. La broderie, pour ne citer qu'elle - vue de l'été 94 - s'inspire des années 70 pour le renouvellement des garnitures. Qu'il s'agisse de nouveaux cols décorés ou de rubans et galons généreusement travaillés. Les cols ronds ou à pointes réalisés dans des techniques bicolores, de la broderie anglaise ou à découpes valorisent le style artisanal, alors que de délicates guipures découpées à la main sur fond de col en organdi et piqué traduisent la face légère de la mode. Précieuses quant à elles, de fines bandes de guipure au dessin en filigrane sont tout à fait dans la note transparente actuelle. En contrepoint, de généreux rubans en broderie à reliefs épais.

Pages 80 - 93

## LES DESSOUS SOUS UN JOUR NOUVEAU

La nouvelle lingerie sort de l'anonymat, soutenue par la mode de jour; son identité évolue, elle gagne en indépendance, se fait accessoire de mode à part entière. Les broderies délicates et les jerseys fins de Suisse étayent cette tendance et le quotidien s'offre ainsi un petit goût de luxe, le fonctionnel s'annoblit et la féminité est illustrée avec beaucoup d'allant. Le mini, insolent et charmeur, menait la mode des saisons passées, influençant la lingerie avec des bodys, teddies et shortdresses coquets. Actuellement, la nouvelle longueur gagne du terrain. Silhouettes élancées, fentes, matières transparentes ou du genre résille dévoilent avec raffinement les nouveaux dessous, qui ne sont plus "que" de la lingerie, mais qui deviennent de réels partenaires de la mode "visible".

Cette évolution de la mode correspond à une nouvelle philosophie de vie. Rapprochement de la nature, simplicité au premier plan et, parallèlement, découverte des facettes d'un romantisme recréé, de la magie de la séduction. L'harmonie s'inscrit en majuscules, qu'il s'agisse de vie professionnelle ou privée. La culture et l'esthé-

tique sont vues sous un autre jour et prennent de nouvelles dimensions. On redécouvre les vraies valeurs, on renonce au superficiel, on veut à nouveau être plutôt que paraître.

Ces tendances se reflètent dans la mode de la lingerie qui les interprète avec tact, des matières confortables, des qualités douces et de haut niveau, avec d'inédites broderies et des coupes raffinées.

Le body demeure en tête, poursuivant son jeu de variations dans les matières, les dessins, les tissus froncés, transparents, les unis et la broderie, la modestie et l'excentricité. Les tissus élastiques tels les jerseys-stretch, chinés et fantaisie autorisent non seulement de nouvelles coupes, mais des variations toujours renouvelées dans les incrustations, les drapés, les bustiers travaillés, la broderie partielle ou allover qui soulignent la tendance actuelle.

La broderie ne se contente pas d'être décorative, elle est un élément important dans l'élaboration de l'ensemble. La diversité des points et des associations de points possibles renouvelle les tissus de base et jusqu'aux matières fonctionnelles qui y gagnent un aspect plus intéressant et neuf.

Les matières d'aspect naturel et agréables à la peau, les structures de surfaces plus animées et les broderies inédites donnent une nouvelle impulsion à la lingerie. Soyeuses, fluides, confortables à



l'extrême, nettement moins brillantes, elles complètent tulle, voile et certains unis avec des structures vivantes, des côtelés et des jours.

Les cotonnades élasticiées et des mélanges de soie et viscose ou soie et lin partent gagnants. Des résilles de la plus fine à la plus importante et des macramés ajoutent leur note inédite. La dentelle rachel si prisée pour les bodies et les deux-pièces élégants se trouve reléguée par les broderies que les fabricants de lingerie préfèrent afin d'affermir et d'élargir leur position sur les marchés. La broderie répond particulièrement bien à cette recherche d'individualité. Sa diversité - effets positifs/négatifs, rubans étroits ou larges, allovers, galons et motifs de même dessin - laisse libre cours à l'imagination du fabricant, à sa virtuosité dans la création de séries complètes.

Broderie et tissu lingerie vivent en symbiose, se complétant par le styling. Des bustes réinventés, plus en pointe; des formes de fleurs, coquilles, arcs, bandeaux ou balconnets agrémentés parfois de coutures longitudinales, séduisent par leur aspect décoratif inédit.

Qu'il s'agisse de lingerie de jour ou de nuit, de bodies, d'une ou de deux-pièces, de chemisettes ou tuniques, la mode nouvelle se distingue avec ses détails élégants, voire luxueux, ses noués et ses volants, ses modèles exquis ou sport. Elle se manifeste également sous un aspect bucolique et romantique, qu'expriment des effets d'aspect artisanal qui semblent réalisés au crochet.

Pages 94 - 97

## LES FABRICANTS EXCLUSIFS DE CHEMISES LONDONIENS APPRÉCIENT LES TISSUS SUISSES

Qu'y a-t-il de commun entre le Prince Charles, Ronald Reagan, Madame Pompidou et Paloma Picasso? Tous font leur pèlerinage vers la Mecque de la chemise sur mesure à la Jermyn Street de Londres, afin d'y faire leurs achats. Mais où donc les meilleurs chemisiers du monde, installés dans la métropole de la perfection, vont-ils chercher les tissus les plus exclusifs? En Suisse, bien évidemment.

Les relations entre les tailleurs de chemises exclusives et les fabricants de textiles suisses sont logiques et durables. "Lorsqu'on produit la meilleure et la plus chère des marques de chemises, il est évident que l'on utilise les meilleurs tissus" déclarait un des grands spécialistes de Jermyn Street.

Jermyn Street est une rue étroite et traversante, parallèle à Piccadilly. Depuis trois siècles elle comble une clientèle riche et exigeante en lui offrant des prestations hors du commun et un travail de la plus haute qualité.

Elle demeure pourtant entourée d'une aura particulière et la plupart des clients y viennent sur "recommandation", beaucoup d'une génération à l'autre. Profondément anglaise, intime et conservatrice, elle est restée fidèle à un code de comportement à l'ancienne, disparu de longue date de la plupart des centres d'achats du monde actuel.

Cette rue fut d'abord un quartier résidentiel attrayant vers le milieu du 17e siècle, à proximité

de la Cour St. James et devint peu à peu l'adresse la plus recherchée des gentlemen et de leurs clubs. Ce qui eut pour conséquence que les affaires de cette rue furent axées dès le début sur la clientèle masculine du voisinage et profitèrent aux bottiers, coiffeurs, marchands de tabac, marchands de vin et, bien sûr, aux tailleurs de chemises. Actuellement, les établissements anciens, groupés çà et là dans les petites rues avoisinantes, dégagent un charme presque villageois. Malgré tout, le volume et la diversité des marchandises et des services proposés demeurent essentiellement mondains et métropolitains.

Bon nombre d'entreprises sont encore dirigées par les familles qui les ont fondées autrefois. Par exemple: le parfumeur Floris fondé en 1730, le magasin de chaussures Tricker's, qui est entre les mains de la cinquième génération de la famille fondatrice, les tailleurs de chemises Hilditch & Key, apparentés à des membres de la famille fondatrice (1899) qui prendront leur retraite dans le courant de cette année.

L'influence masculine demeure, mais avec une image plus universelle que provinciale et les femmes ont depuis longtemps appris à estimer à leur juste valeur les qualités de Jermyn Street. Galeries d'art, antiquaires, magasins de porcelaine et boutiques de cadeaux, horlogers, joailliers et maisons spécialisées en gobelins contribuent à l'atmosphère de la rue. Jermyn Street et ses environs demeure toutefois le centre incontesté de l'habillement masculin, avec les accessoires les plus exclusifs et - avant tout - ses tailleurs de chemises réputés.

Si la plupart d'entre eux proposent toujours du travail sur mesure, tous offrent actuellement aussi des modèles de confection. Les clients du sur mesure disposent d'un vaste assortiment de tissus qui seront coupés et cousus à la main

selon les désirs individuels. Les délais de livraison sont d'environ un mois. Les commandes se font le plus souvent par douzaines ou demi-douzaines.

Le plus connu et réputé premier parmi les tailleurs de chemises de Jermyn Street est Turnbull & Asser, établissement célèbre s'il en est et dont le seuil été franchi par des clients prestigieux tels Winston Churchill, Margaret Thatcher, Ronald Reagan, Sir John Gielgud, Zsa Zsa Gabor, Douglas Fairbanks, Kirk Douglas, Robert Redford, le roi de Grèce, le prince de Galles...

On lit les noms des clients comme dans un Who's Who international et la maison reste un lieu privilégié pour les familles royales, le monde des vedettes, des politiciens et des hommes d'affaires du monde entier. Leurs portraits et autographes en tapissent les murs.

Les chemises à rayures originales en popeline de coton double sont un des signes distinctifs de T & A, mais l'entreprise propose aussi un vaste choix de tissus prévus pour les chemises sur mesure - soieries, voile, laine et coton ainsi que du lin. Dans les tissus suisses, le voile est le favori régulier et incontesté pour les modèles de soirée. "Nos clients exigent un voile des plus fins pour leurs chemises de gala" nous dit Simon Hobbs de Turnbull & Asser, "et ceux-ci proviennent tout naturellement de Suisse. Nous les utiliserions également pour nos clients des pays chauds".

L'entreprise dispose de points de vente et de concessionnaires dans bon nombre de pays mais, mis à part un contrat de licence au Japon, toutes les marchandises sont réalisées dans ses propres ateliers. En plus des chemises, on y confectionne pyjamas, chemises de nuit, peignoirs, ainsi que des chemisiers et blouses pour dames et, un peu à l'écart de Jermyn Street se trouve un atelier de confection

sur mesure.

En face de Turnbull & Asser se trouve New & Lingwood. Cette entreprise débuta en 1865 en qualité de fournisseur de la grande Ecole d'Eton (dont sont issus plus de Premiers ministres britanniques que de n'importe quel autre établissement). Actuellement encore, elle fournit tout le nécessaire aux élèves d'Eton et cela va de la casquette de sport en passant par les boutons de manchettes jusqu'aux chaussettes des adeptes de l'aviron, à l'exception du frac sur mesure que les jeunes gens continuent à arborer en guise d'uniforme. Le siège principal de New & Lingwood se trouve toujours à Eton, mais dès le début de ce siècle une filiale fut ouverte à Jermyn Street et, depuis, d'autres ont vu le jour dans la City londonienne ainsi qu'à Cambridge.

Il y a peu de temps, cette ancienne entreprise familiale a été reprise par un intéressé d'Afrique du Sud. Une collection entièrement nouvelle a été composée depuis, comportant des tricotés, cravates, vêtements, articles en cuir, chapeaux etc. Les chemises demeurent pourtant en première place.

Pour New & Lingwood, comme pour tous les tailleurs de chemises de Jermyn Street, la chemise classique de l'homme d'affaires demeure le produit de base le plus important. Cependant la nouvelle collection comporte quelques dessins plus axés sur la mode, y compris certaines rayures horizontales et des couleurs claires et soutenues. Les tissus suisses y ont leur place, cotonnades doubles - 160, voiles et tissus laine/coton. Ces laine-et-coton servent à la confection de chemises de chasse et de plein-air, à porter avec une cravate.

"Nous confectionnons des chemises de luxe, il est donc judicieux de n'utiliser que les meilleurs tissus" dit Mark Paterson de New & Lingwood. "Pour nous, qualité signifie origine suisse.

Nous achetons en grande partie auprès de représentants d'ici et certains dessins nous sont réservés en exclusivité".

Autre entreprise de cette rue: Hilditch & Key, également fabricant de chemises classiques. Consciente que les chemises d'homme resteront essentielles pour l'entreprise, celle-ci a su reconnaître l'avantage de toucher également la clientèle féminine. La voie a été ouverte grâce à Marlène Dietrich qui faisait confectionner ici toutes ses chemises selon une coupe classique et masculine.



D'autres clientes célèbres suivirent et, il y a dix ans, on introduisit une collection de jupes prêt-à-porter. Son succès fut tel, qu'elle fut très vite complétée par une série de blouses et de chemises, toutes réalisées dans les tissus suisses les plus fins. Danielle Smallburger dit à ce propos: "Afin de justifier le prix de nos chemises féminines qui n'ont rien à envier aux modèles masculins quant aux détails et aux finitions, non seulement nous devons travailler d'excellents tissus, mais encore des tissus que l'on ne verra pas partout - et que nous pouvons obtenir en quantités relativement restreintes.

Nous avons constaté que les textiles suisses étaient ce qu'il y avait de mieux pour nous et que la collection de tissus pour dames avait beaucoup de succès. Pour les hommes nous confectionnons des chemises en voile pour le soir et j'espère vivement qu'à l'avenir il nous sera possible d'utiliser de plus grandes quantités de popeline de coton".

Dans la clientèle féminine, des noms prestigieux: la princesse de Galles, Paloma Picasso, Madame Pompidou, Joan Collins. Quant aux chemises masculines sur me-

sure, elles sont portées par une brochette de lords, ducs et princes, auxquels viennent se joindre des artistes du show-bizz tels que Sinatra, Tom Cruise et Mel Brooks. L'entreprise est fière que Karl Lagerfeld y fasse réaliser ses chemises selon ses propres dessins.

Savile Row, qui se trouve tout près, abrite Bowring & Arundel, le fournisseur le plus exclusif de chemises sur mesure. On y trouve aussi quelques modèles de confection, l'essentiel de l'offre demeure cependant le sur mesure et comprend un étonnant stock de 500 à 600 dessins.

Fondée en 1860, l'entreprise

demeura familiale jusqu'à ce qu'elle fut reprise par New & Lingwood il y a environ trois ans. Elle ne continue pas moins de représenter la quintessence même de la conception anglaise de la fabrication de chemises d'hommes sur mesure, discrète, muette en ce qui concerne sa clientèle, conservatrice. Ce qui ne diminue en rien l'intérêt qu'on lui porte, les fils y sont introduits par leurs pères - nombre d'entre eux viennent d'Amérique - afin de se familiariser à leur tour avec le principe de la chemise sur mesure. Elle n'a pourtant rien d'avantageux. Seuls les meilleurs tissus sont retenus, beaucoup de provenance suisse et parmi ceux-ci les plus belles popelines doubles - 170. Les tissus suisses pour chemises sont incomparables dans ces qualités. "Touchez ces superbes popelines - 170" dit Robert Whittaker. "Nous travaillons beaucoup de popeline de coton suisse, du voile et quelques tissus laine et coton. Ces derniers sont tout à fait exceptionnels. Ils représentent ce qu'il y a de meilleur pour notre niveau de qualité".

Nous bénéficions d'une collaboration étroite avec un grand nombre de tailleurs des environs, qui se recommandent parfois et ce à charge de réciprocité. La clientèle est distinguée, les carnets de commandes sont complets, l'avenir apparaît assuré.

Il est caractéristique que le renom de Jermyn Street se maintienne, même dans le climat économique actuel et que des hommes soient encore nombreux à commander des chemises sur mesure, précisément à cette adresse. Preuve certaine qu'un service irréprochable reste apprécié, surtout lorsqu'il est offert avec charme et dans le respect de la tradition.



Pages 98 - 99

**PRIX SUISSE DU DESIGN  
NOUVEAU:  
PRIX SPÉCIAL  
TEXTILES**

Design industriel - cela signifie maîtriser le binôme fonction + esthétique et harmoniser deux éléments souvent résolûment en opposition. Concrètement cela veut dire élaborer un objet d'utilité de manière à ce que non seulement il remplisse une fonction déterminée, mais encore que sa forme, sa couleur et sa surface répondent à des exigences d'ordre esthétique et présentent un aspect inspirant. Depuis que la variété des formes a éveillé l'intérêt des consommateurs et qu'ils donnent de l'importance à l'aspect des objets usuels, les fabricants ont réalisé qu'un nouveau marché s'ouvrait et que la "technique pure" apparaissait de moins en moins primordiale. Si l'on considère d'un oeil critique l'offre de produits, on discerne toujours nombre d'aspects plus attristants que réjouissants.

Le "Prix du Design Suisse" a pour objectif principal d'améliorer la création des produits. Il a été fondé par quelques spécialistes en 1989, parmi lesquels les associations "Designer's Saturday", "Industrial Designers Suisse SID" et le périodique "Hochparterre". Dans le but de promouvoir un design axé sur le futur, un premier concours international "Prix Suisse du Design" a été ouvert en 1990. Il suscita une véritable avalanche créative: environ 600 envois, dont 40% de l'étranger, ont été examinés par le jury.

Fin 1992 eut lieu la seconde manche de ce concours ayant lieu

tous les deux ans. Les récompenses sont également attribuées cette fois à des produits et projets de produits nouveaux, ainsi qu'à une personnalité et une entreprise qui se sont particulièrement distinguées en matière de design. Actuellement vient s'ajouter un "Prix spécial textiles". L'industrie textile vit tout particulièrement de la conjonction du progrès technique et de l'innovation dans la création. Ce prix a été partagé en trois catégories, afin de susciter le plus grand nombre de propositions. Peuvent participer des fabricants textiles, des stylistes et des techniciens qui

- ont réalisé des produits finis, tels que tissus de vêtements, d'intérieur ou techniques,
- proposent de nouvelles idées dans le domaine des produits semi-finis, tels que fils ou tissus bruts, ou encore
- sont en mesure de présenter un projet de produit prometteur, pour autant que sa conception soit à un stade avancé.

Les deux premières catégories sont dotées de Fr. 5000.- chacune. Le lauréat de la troisième catégorie de projets de produits recevra Fr. 15000.- afin de promouvoir la recherche de voies nouvelles et d'explorer des domaines hors du commun. De plus, des récompenses seront accordées pour certaines réalisations exceptionnelles.

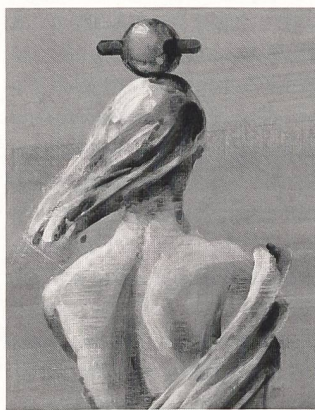
Les participants à ce concours auront de grands efforts à fournir, la concurrence étant étonnamment importante. Trois semaines avant la clôture des inscriptions, on compte déjà 1000 intéressés inscrits, dont 200 candidats de la branche textile. Dans ce dernier volet, la majeure partie des inscriptions concerne la création de produits finis; par exemple de nouvelles structures et effets de finissage. Dans les innovations techniques, un des thèmes favoris est celui de

la fabrication écologique. Les participants qui présenteront des propositions intéressantes auront d'excellentes chances de succès: une production compatible avec l'environnement compte parmi les principaux critères intéressant le jury, avec la fonction, l'aspect, les qualités dans l'innovation et la projection sur les chances d'avenir.

Cinq experts jugeront les envois textiles: Thomas Boller, Boller Winkler SA à Turbenthal; Ruth Grüniger, Pink Flamingo Fashion SA à Erlenbach; Dr. Christoph Haller, directeur de l'Ecole professionnelle textile à Wattwil; Lisbeth Schlaepfer, J. Schlaepfer & Cie SA à St-Gall et Beatrijs Sterk, European Textile Network à Hannovre.

Parmi les sponsors de ce Prix du Design Suisse mentionnons: l'Office fédéral pour la Culture, l'Office de promotion de l'économie des cantons de Soleure et Berne, ainsi que Designer's Saturday. La Fédération Textile Suisse s'est également investie dans ce Prix textile.

Les décisions du jury seront publiées le 5 novembre 1993. La remise des prix aura lieu en même temps qu'une exposition des produits retenus et ayant fait l'objet de prix ou de mentions, au Kunstmuseum de Soleure.



Pages 100 - 101  
**RENCONTRE  
SUISSE DU JEUNE  
TALENT  
VERS LA MODE  
DE DEMAIN**

Les difficultés du temps présent stimulent plus que jamais les forces de l'industrie textile et de la mode. Et l'économie des moyens atteint ses extrêmes limites. Qu'en cette période où la nécessité de s'affirmer est essentielle pour chaque entreprise celles-ci continuent de promouvoir les nouveaux talents dans les professions de la mode prouve l'ouverture d'esprit des milieux textiles suisses. Ils préparent la Rencontre du Jeune Talent qui se déroulera de manière aussi généreuse et internationale qu'auparavant, les 18 et 19 juin 1993 à St-Gall, avec un budget de plus d'un demi million de francs.

Il ne va pas de soi que cet important rendez-vous de coryphées de la scène internationale de la mode et de talents encore à découvrir ait lieu, en dépit de la récession qui entraîne des coupes sombres dans la publicité et les relations publiques. Aucune diminution n'est envisagée dans le budget d'environ 600000 francs, y compris les participations des sponsors et de la Confédération. Les organisateurs sont tous d'avis que ce serait une stratégie à courte vue de réduire en temps de crise les investissements destinés à la génération montante des stylistes dont le rôle demain sera déterminant pour les succès ou les échecs de la branche textile et de la mode. "L'industrie textile suisse est consciente de l'importance primordiale de la promotion de la relève dans le domaine de la création, tant pour elle-même que pour l'ensemble de la branche vestimentaire" peut-on lire en exergue dans la description du projet. "Une industrie de la mode dynamique



contribue à assurer également l'avenir de l'industrie textile suisse."

L'organisation et le déroulement de la Rencontre ont été confiés au Centre publicitaire de Textiles Suisses. Seront invités à y participer: dix écoles de mode, avec chacune trois des meilleurs élèves des classes terminales. En voici les noms:

- Accademia Italiana Moda & Design, Florence
- Bunka Fashion College, Tokyo
- Esmod, Paris
- Fachhochschule, Hambourg
- Fashion Institute of Design and Merchandising, Los Angeles
- Hogeschool voor de Kunsten, Arnhem
- Instituto internacional arte y tecnicas del vestir, Barcelone
- Ravensbourne College of Design & Communication, Chislehurst
- Schule für Gestaltung, Zurich
- Vysoka Skola umeleckoprumislova, Prague

Les étudiantes et étudiants auront pour tâche de réaliser quatre projets, chacun sur des thèmes désignés d'avance, en utilisant des tissus des collections d'été 94 que les entreprises textiles mettent à leur disposition. Le public, composé de professionnels hautement

qualifiés appartenant à l'industrie internationale du vêtement et de la mode, assistera à la présentation des modèles dans le cadre d'une représentation théâtrale en 12 tableaux portant le titre "Les privilèges de la Jeunesse". Ces privilèges consistent dans le fait que les jeunes stylistes pourront laisser libre cours à leur imagination créatrice et que la seule limitation découle de certaines situations vestimentaires précisées par les termes de: collège, plage, disco, conférence d'affaires, vernissage, visite au cirque, mariage, lingerie/négligés, voyage de noces, Bal de l'Opéra à Vienne, au 7e mois, enfant. Etant donné que les modèles seront examinés par un jury, le concours favorisera l'esprit de compétition entre les écoles. Toutefois, les contacts avec les personnalités présentes auront plus d'impact que la seule classification, ces personnalités pouvant influencer de manière positive les débuts de carrière des nouveaux-venus de la mode. A l'inverse, cette mise à l'épreuve du talent permet aux industries de découvrir une "relève" de haut niveau. L'importance accordée à la promotion de la jeunesse est illustrée par la composition du Comité: il est placé sous le patronage du Conseil fédéral in corpore, de représentants des autorités de la Suisse orientale, du recteur de l'Université de St-Gall et du président de la Fédération Textile Suisse.

La première journée de la Rencontre Suisse du Jeune Talent se déroulera entièrement sous le signe de cette jeunesse et de ses projets, alors que la journée suivante sera réservée à l'approche des sources de la création et de leur corrélation sur un plan plus académique. Le thème "La créativité en tant que réflexion sur le comportement évolutif de la mode et de sa consommation" sera développé par des conférenciers internationaux invités à la manifestation.

Pages 24 - 31

## PARIS HAUTE COUTURE, SUMMER 93 SCALED-DOWN LUXURY

"The crisis is affecting all sectors everywhere in the world, even people's minds. This is not just an economic and social crisis, it's also one of identity, almost a spiritual thing. But I'm wondering whether this state of tension might actually be favourable to creativity and whether one shouldn't take it as a stimulant."

Christian Lacroix' words should be heeded by those who constantly strike up a chorus of moans whenever the Parisian Haute Couture houses present their new collections. This crisis-lamenting, which has become chronic in some quarters, is now becoming worn-out by its very repetitiveness. And it does nobody any good. "It's better to dance on a volcano than to lose one's élan", says Karl Lagerfeld. And both he and Christian Lacroix have proved with their new summer collections that crisis can indeed stimulate creativity. The economic restrictions that have led to smaller collections are compelling the designers to focus on essentials. The old truism that Less Is More has led the Parisian luxury designers to more concentrated statements in their summer collections, to what might be called "scaled-down luxury", to a restrained elegance that doesn't need exaggeration or opulence in order to be convincing. It's fashion without fussiness or overloaded adornment but instead with tastefully worked-in details that only the handiwork studios of the great couture houses and their

suppliers can provide.

This is a "modern couture", one with a future. Its protagonists are Christian Lacroix, Karl Lagerfeld for Chanel and Gianfranco Ferrè for Dior: three creators who are confronting moroseness with creativity.

Is it only a coincidence that these three leaders of "modern couture" come from three different cultures, French, Germanic and Italian? Who could deny that this is indeed an optimistic outlook for a united fashion Europe with Paris as its capital? And what politics have so far not been able to achieve has long been attained by the fashion world, namely the incorporation of Switzerland into Europe. For it is in this country that



the truest allies of Parisian Haute Couture are to be found, namely the fabric producers Abraham, Forster Willi and Schlaepfer, who with their avantgarde creations and unflagging enthusiasm are the most important collaborators of the Paris luxury fashionmakers.

The model for the summer 93 Haute Couture fashions is the woman who with her natural elegance and discretion forms a welcome counterpole to the aggressive picture often put forward today; someone who does not need to parody the misery in the world with the "grunge" look. The silhouette of the new couture creations is lengthened, soft and accentuates natural contours. The shoulders are narrow and naturally rounded, the skirt lengths often asymmetrical. The unashamed eroticism displayed last season has disappeared behind delicate veils. Transparent black, which leaves more to the imagination than it reveals, is typical for the changed attitude of the couturiers.

Indeed, the summer fashions float on a cloud of muslins, chiffons and organzas, either single-coloured or printed with dainty blossoms in bright Matisse colours. A trend for the future is seen in the rococo patterns in Louis XVI style.

This fashion look is the great moment for the filmy studios from where the muslin garment wave comes; it begins in the morning and ends late at night. The daytime suit studios are contributing new accessory elements: suit jackets of wool or linen that are worn over the delicate dresses. This is most noticeable with Chanel, where for the first time in the almost 100 year-history of this famous house, not one tweed suit was to be seen. Lagerfeld used only tweed suit jackets, combining these with long muslin dresses, often two being worn over each other.

This summer, the correct tailor-made costumes that are basics

for the Haute Couture clientele had to give way to trouser suits, by means of which the couturiers themselves managed to extricate themselves from the squabbles about skirt lengths. However, they have cut the new trouser suits in a soft and feminine style with wide trouser legs that in the young collections had to have that "elephant foot" look, echoing the hippie look that is making a joyful comeback in young fashions. With long-length jackets in the car coat, cardigan and fitted coat style the couturiers have given this women's suit fashion a new silhouette. A counterpole to this are the suits with short spencer and bolero jackets like those re-launched by Yves Saint-Laurent.

The favourite theme of this summer's collection, "Nature", has been transformed into a luxury variant with a virtuoso flourish by the Haute Couture designers in the trend colours Ivoire, Sand and Ecu, using elegant shantung silk, Panama silk, silk tweed, faille de soie, Ottomane de soie, silk/linen-toile and raffia. Accessories like straw hats, "primitive" jewellery of wood, bast and unpolished semi-precious stones round off the Nature theme. An original contribution was provided by the two young couturiers Lecoanet and Hemant with their elegant dresses decorated with rice straw mats, fishing nets, mussels and cocconut leaves - recycling deluxe.

For evening wear, small furs and classic draped gowns represent the "scaled-down luxury" trend. Nevertheless, the new austerity does not go so far as to make the luxury designers renounce entirely those dream dresses without which Parisian Haute Couture is totally unthinkable and for which, by the way, there still exists a loyal clientele in the Gulf countries.

Pages 52 - 75

## FASHION MIXTURES

Fashion is in the process of changing its face considerably. It is not doing it abruptly, though; it is rather placing a new layer over an old one, long over short, loose over clinging and airy-light over earth-bound, producing effects like continuous layers of moulted skin, mobile silhouettes and flowing transitions. An ensemble of variable elements goes hand in hand with an endless story of individual appearances. The common denominator is mixture: mixtures of cultures, seasons, themes and shapes; mixtures of colours, materials and structures. In this exciting game of style-overlapping combinations, fabrics have been assigned the role of making the operative statement, for it is they above all that are causing the decisive change in the current fashion look.

The term "global thinking",

one of the most important means of expression. But no longer is it producing what has been the case up to now, basically a rustic Nature look with a one-track definition. Rather, impressions of voluptuous exotic vegetation are being mixed with the furrowed surfaces of dried-out earth, richly-shaped ethnic echos are being combined with cool aesthetics and complicated handiwork effects are being associated with delicate styles. Thus the individual trends are not to be seen as themes rounded off in themselves but as elements to be mixed, thus generating ever new fashion moods.

"Basic Instinct" radiates a cool, intellectual atmosphere in toned-down colourfulness. Blue tones and washed-out blue prints provide a reference to Indochina. The (mini) patterning is characterized by clarity. A dry look with crepe, chiné, faux-unis does not stand in the way of understated high-tech sophistication.

"Salt of the Earth" alludes to ecology, vegetation, sand and a sunny, earthy colour palette.



though not created specifically for fashion matters, is visibly inspiring the fabric designers. They are using it as a free pass to gather inspirations from all corners of the earth as they expose themselves to the influences of foreign cultures and bygone eras in order to re-assemble them in new and different ways.

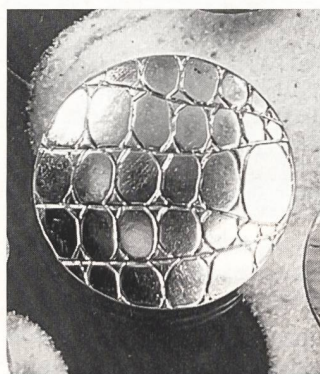
As before, Nature remains the first starting-point for new impulses, and structure has proved to be

Catchwords: an old-time look, handiwork aspects, patchwork, folk art, and the checkpoints are Africa, Madras and Mexico.

"Paradise Lost" goes in search of the lost paradises of the earth, meeting foreign cultures in India, Egypt and exotic regions, sheathed in silk and transparency in violet, rosé, orange, green - and a touch of gold.

Pages 76-77

## AARE AG THE FASCINATION OF THE NATURAL



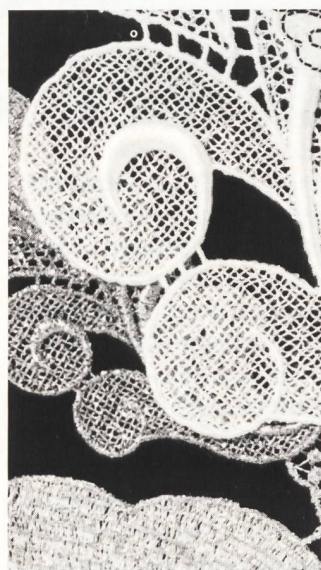
A new, ecology-minded philosophy of life and the diversity of multicultural, ethnic and folkloric influences characterize the fashion line for summer 1994. In the accessories sector Aare AG is following the trend with complete sets of buttons, buckles and brooches and is staking its collection on natural materials and discreet transparency in the classic as well as the sporty domain. The highlights are exotic types of wood, mother-of-pearl, coconut, ivory nut, bast and buffalo horn, which are discreetly combined with matt gold and pearls or else contribute a sporty note.

Metal buttons in matt gold and silver together with ceramic models exhibit original, in some cases medallion-like forms. They are adorned with costume jewellery and pearls or display motifs taken from wall paintings from Egyptian and Greek mythology. Transparent, natural-coated materials in fine colour harmonies are ideal companions to slightly rustic, dry and granular fabrics. In restrained settings and adorned with mother-of-pearl or horn, they represent a clearly sporty line with a touch of discreet luxury.

Pages 78-79

## FILTEX AG, ST. GALL MODERN FEMININITY

Constant change as well as the discerning and converting of new impulses are just what make fashion creation so fascinating - and this applies to accessories and details as well. Embroidery for example is exploring the possibilities of transforming elements borrowed from the 1970s into trimmings, whether in the form of decorative collars or elaborately-worked bands and galloons. Flat round and wing collars in bicolour, drill or spachtel technique emulate a handcrafted look, while delicate, hand-cut guipure motifs on organdy and piqué collars tend toward the playful side of the current fashion mood. Fine guipure bands produce an impression of costliness and do honour to the current transparency effect with their filigreed figurations. In contrast, the plastic, thick embroidery bands make an impression of opulence.



Pages 80 - 93

## NEW LOOK FOR LINGERIE

Profiting from the trend in daytime wear, the new lingerie is coming out of its anonymity, taking on new importance and developing a life of its own, even becoming a fashion accessory in itself. Elegant Swiss embroidery and fine jerseys favour this trend, bestowing a touch of luxury on everyday wear, while enhancing the functional and vividly accentuating femininity.



Over the past few seasons the mini look characterized the outerwear fashion picture as well as the lingerie sector with sexy bodystockings, teddies and shorty dresses. Now the new long look is winning back lost ground. Narrow silhouettes, slits and transparent or net-like materials are elegantly permitting a look at what's underneath, revealing sophisticated underthings in a new look; lingerie has long ceased to be just underwear, it has now become a component part of the new outfit.

Hand in hand with the new fashion has come a new philosophy of life. People have become more nature-oriented, simplicity is the approach of choice. But at the same time, provocative playfulness with the new romanticism and the fascination of seduction have been

discovered. Living harmony is the style of choice - professionally as well as in private life. Culture and aesthetics are being regarded in a different light and provided with new contents. People are again becoming concerned with values and are getting away from outward appearances. They want to be rather than seem.

With a sensitivity all its own, lingerie fashions have taken account of these trends, interpreting them in soft, comfortable materials of high quality, adorned with selective embroidery and cut in a sophisticated line.

The bodystocking retains its predominant position, further extending the interplay of materials and designs, gathered and trans-

parent fabrics, single-colour and embroidery, simplicity and extravagance. The trend to elastic fabrics like stretch jerseys, chinés and melés not only allows new style cuts but simultaneously gives rise to ever-new ways of handling inlays. Drapé effects, elaborately styled cups and embroidery, whether as partial inserts or as all-overs, lend themselves well to this theme.

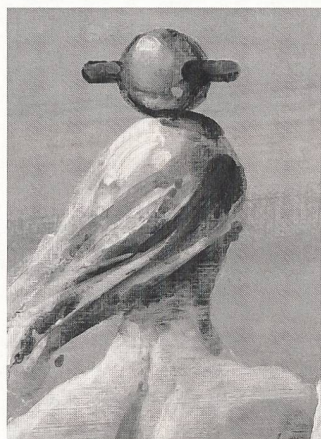
As used in the new lingerie fashions, embroidery is not only decorative, it is actually a substantial element of the overall design. Thanks to the myriad varieties of stitch styles and combinations, basic fabrics are being given new life and even functional materials are taking on a new look.

Materials that are agreeably worn next to the skin, with natu-

Pages 98-99

## NEW: SPECIAL TEXTILE PRIZE

Industrial design means overcoming the tension-laden combination of functionality and aesthetics and allowing this often bitterly opposed duality to cohabitate in harmony. Concretely, it means designing an everyday object in such a way that it not only fulfils its purpose but also satisfies aesthetic requirements as to form, colour and surface and even has an inspirational effect. It was not until consumers,



influenced by the many-sided optical impulses of our society, began to attach value to the external appearance of everyday objects that manufacturers became conscious that here a market was opening up and that „pure technology“ was meeting with less and less acceptance. Indeed, when one takes a critical look at the products offered on the market, there is still a lot that has a depressing rather than an uplifting effect.

Making a contribution to the improvement of product design is a main concern of the association „Design Prize Switzerland“. This organization was founded in 1989

by certain specialists such as the Designer's Saturday Society, the Swiss Industrial Designers (SID) and the magazine „Hochparterre“. With the goal of promoting future-oriented industrial design, the international „Design Prize Switzerland“ contest was first advertised in 1990. It triggered off a veritable surge of creativity: the jury had to choose from about 600 entries, 40% of which came from abroad.

At the end of 1992 the second round of the contest, which takes place every two years, was announced. Once again, innovative final products and product designs are to be awarded prizes, together with a personality and a company considered to merit special distinction in the field of industrial design.

A new award has now been added: the „Special Textile Prize“. It is precisely the textile industry that lives to a high degree from the interplay of technical and creative innovation. So as to obtain the widest possible spectrum of creative ideas, the Textile Prize was divided into three categories. The candidates are textile manufacturers, designers and technologists who

- have developed innovative final products such as clothing fabrics, home textiles or technical textiles,
- have come up with new ideas for semi-manufactured articles such as yarns or grey goods, or
- are able to submit a promising product design that has reached full conceptual maturity.

The first two categories are each endowed with a prize of sFr. 5000.-. The winner of the third, product-design category will receive 15000 francs, so as to offer an incentive to explore really new avenues and come to grips with unusual ideas. In addition, cases of special recognition will be announced.

Those desiring to participate in this competition will have to make

strenuous efforts, for the number of candidates is surprisingly large. Three weeks before the closing date for submitting entries a thousand applications had already been received, 200 of them being from the textile branch of industry. Here the entries have so far mostly involved creative new designs for final products, for example new structure and processing effects. Among the technical innovations, ecological finishing has proved to be one of the favourite themes. Participants who have come up with interesting ideas can count on having a good chance: environment-friendly production is one of the criteria, together with functionality, design quality, innovativeness and future potential, that will be given particular value by the jury.

The textile entries will be judged by five experts in the field: Thomas Boller of Boller Winkler AG, Turbenthal; Ruth Grüniger of Pink Flamingo Fashion AG, Erlenbach; Dr. Christoph Haller, Director of the Wattwil professional training school; Lisbeth Schlaepfer of J. Schlaepfer AG, St. Gall; and Beatrijs Sterk, European Textile Network, Hanover.

Among the sponsors of the Design Prize Switzerland are the Swiss Federal Office of Culture, the Economic Development Office of the Cantons of Solothurn and Berne and Designer's Saturday. In addition, the Swiss Textile Federation is one of the sponsors of the Textile Prize.

The decisions of the jury will be announced on 5 November 1993. Accompanying the awarding of the prizes will be an exhibition of the award-winning products and those that have been given special recognition.

ral looks, dynamic structures and new surfaces are, together with embroidery novelties, the real impulse-providers of the new lingerie: silky-flowing, supersoft and distinctly less lustrous goods complement transparent fabrics such as tulle and voile, or striking single-colours with dynamic structures, applied ribs or open-work effects.

Elastic cotton fabrics and blends with silk or viscose and latterly linen as well, are sailing on the course to success. Meshes ranging from fine to coarse and macramés are providing fresh wind. Though raschel lace was previously the preferred material for body-stockings and elegant two-piece sets, embroideries have now definitely gained ground, since lingerie producers want to achieve a stronger profile and expand their market positions. Embroidery is very favourable to this trend to individuality.

In endless variations it offers ideas for positive/negative effects in wide and narrow bands, allovers, galloons and motifs in the same design, letting the lingerie producer play freely like a virtuoso in designing complete series.

Embroidery and lingerie fabrics go together in a symbiosis and complement one another by styling effects. The new pointier cups as well as flower, shell, bone, bandeau or balconette forms, including lengthwise-running construction seams, all gain in being adorned with imaginative embroidery.

Whether for daytime wear or nightwear, in the form of body-stockings, one or two-piece sets, undershirts or tunics, the new lingerie fashions are brilliant with elegant, luxurious detail, lace ideas and flounces, interesting sporty solutions, or else show a romantic, rural inspiration, with near-crochet, handiworked effects.

Pages 100-101

## RENCONTRE SUISSE DU JEUNE TALENT FOR TOMORROW'S FASHIONS

The currently tight economic situation is making exorbitant demands on the strengths of the textile and fashion industries, even forcing them to economize on means to the point of the pain threshold. It speaks for the far-reaching vision of the Swiss textile economy that, precisely in today's process of self-assertion, not one Swiss company is willing to postpone their common, future-oriented encouragement of young fashion designers. The Rencontre Suisse du Jeune Talent is to be held in its usual generous international framework on 18 - 19 June 1993 in St. Gall with a budget of over half a million Swiss francs.

Actually, it is not to be taken for granted that the big rendez-vous of prominent representatives and as-yet-undiscovered talents of the international fashion scene takes place at all, despite the recession which has everywhere led to the red pencilling of many events and usually hits advertising and PR expenditures first. But

here, nothing was struck out of the budget of about 600'000 francs, including the contributions of sponsors and the Swiss federal government. This was because the organizers are resolutely of the opinion that it would be a short-sighted strategy at these times of crisis to reduce investments in the future generation of designers who tomorrow may spell the difference between success and failure in the textile and fashion branches of industry. As stated in the leaflet describing the project, "The Swiss textile industry is convinced that the promotion of young talent in the creative sector is of decisive importance for its own sake as well as that of the clothing industry. A successful fashion industry will also contribute to secure the future of the Swiss textile industry."

The section responsible for organizing the Rencontre is the Publicity Centre for Swiss Textiles. Ten schools of fashion design have each been asked to send the three best final-year students. These schools are:

- Accademia Italiana Moda & Design, Florence
- Bunka Fashion College, Tokyo
- Esmod, Paris
- Fachhochschule, Hamburg
- Fashion Institute of Design & Merchandising, Los Angeles
- Hogeschool voor de Kunsten, Amhem
- Instituto internacional arte y

- tecnicas del vestir, Barcelona
- Ravensbourne College of Design & Communication, Chislehurst
- Schule für Gestaltung, Zurich
- Vysoka Skola umeleckoprumislova, Prague

The students are designing four outfits each on defined themes using fabrics from the Summer



Collection 94, which are being provided by the host textile companies. The models will be shown to a high-ranking professional audience from the international garment industry and fashion world in the scenic form of a fashion theatre in twelve tableaux under the motto "Les privilèges de la Jeunesse". The privileges consist in the fact that the young designers are being allowed to give a free rein to their imagination, the sole restriction being the obligation to

conform to the given garment situations under the key words: College, Beach, Disco, Business Conference, Vernissage, A Day at the Circus, Wedding, Lingerie/Négligés, Honeymoon, Vienna Opera Ball, The 7th Month, Blessed With A Lot of Children.

Since the models will be rated by a jury, the competition will naturally give rise to tension among the schools represented. But more decisive than the ranking are the contacts with the key personalities who are in a position to have a positive influence on the student's forthcoming start in his or her career. Conversely, the talent competition will also give the fashion industry the opportunity of spotting promising young talents. And just how important the furthering of young talent is regarded can be seen from the list of honorary patrons, beginning with the Swiss Federal Council, followed by representatives of officials of Eastern Switzerland, the Rector of the St. Gallen University and the President of the Swiss Textile Federation.

While the first day of the Rencontre Suisse du Jeune Talent is being devoted to these young fashion talents and their designs, the second day will revolve around design prerequisites and networks at the academic level. International guest speakers will give their comments on the theme "Creativity as a Reflection on Evolving Consumer and Fashion Behaviour".

Das **Etikett**  
wird  
zur **Etikette**

**BALLY  
LABELS**

Bally Labels AG  
Etikettenfabrik  
Schachenstrasse 24  
CH-5012 Schönenwerd  
Telefon 064/41 35 35  
Telefax 064/41 40 72