

Übersetzungen = Traductions = Translations

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

Objektyp: **Article**

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

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

Heft 96

PDF erstellt am: **23.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-796359>

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.

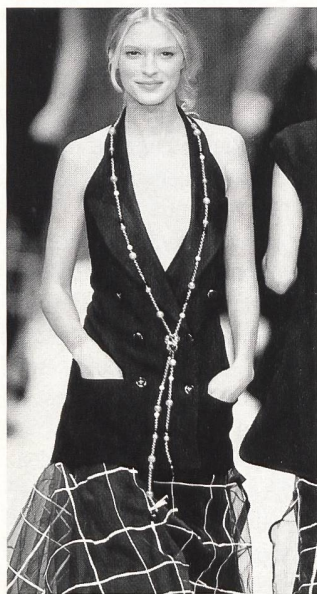
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

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 26-29

JAKOB SCHLAEPFER & CO. AG, ST. GALLEN



Innovation – das beweist Schläepfer stets aufs Neue – kommt aus einer völlig unvoreingenommenen Ideensuche, die der Stickerei nicht von vornherein bestimmte Wege zuweist. So formen sich Rapiabändchen zu Bieseneffekten oder spielen Holzperlen auf Tüll den Materialgegensatz reizvoll aus. Seidenchiffon mit Metallplättchen-Applikation gibt sich extravagant mit langen flottierenden Seidenfäden, Guipure erfährt eine interessante Bereicherung mit Pailletten, die ein grobes Gitter oder kleine Quadrate darstellen. Mit Goldfaden gesmokter Organ-dy zieht sich zu dicht blasigem Stoff zusammen, und Tüll découpé kommt auch einmal ganz ohne Stickerei aus. Fernöstlich inspiriert erscheint eine Goldguipure-Bordüre, während sich zu Streifen gebündelte schwarz gesprenkelte Pailletten auf grauem Leinen in Understatement üben.

Seiten 30-33

FORSTER WILLI & CO., ST. GALLEN



Die Neigung zum Lingerie-Stil, den die Designer des Prêt-à-porter fast einmütig an den Tag legen, favorisiert Stickereigarnituren in Form von Galons, Entre-Deux, Bordüren auf transparenten Stoffen zumal in Weiss, der wichtigsten "Farbe" der Saison. Forster Willi bietet vielfältige Variationen zum Thema, vom zartesten schmalen Guipurebändchen bis zur dekorativen breiten Bordüre mit Zackenabschluss. Der Purismus, dem manche Kollektionen huldigen, findet ihren Niederschlag in den Allover, die sich etwa als Guipuregitter oder als schlichte geometrische Lochstickerei präsentiert. Feminine Guipures zeigen sich sehr fein und eher kleinmotivig, aufwendig indessen gerade wegen der filigranzarten Stickereitechnik.

Seiten 18-25

LA MODE DES STYLISTES ÉTÉ 94 LAISSER FAIRE

Mode gibt ohne Reue ihr letztes Gängelband aus der Hand: die zwingende Einflussnahme auf die Länge. Die Weigerung vieler Frauen, insbesondere in Italien und den USA, lang zu tragen und darin älter oder ältlich zu erscheinen, hat die vorschnelle Rückkehr des Mini bewirkt, ohne den langen Rock ausser Kurs zu setzen. Aber ein "must", mithin Impuls zur Veränderung, ist letzterer eben auch nicht mehr. Das Thema hat jede Brisanz verloren. Lang und kurz, auch heute lang und morgen kurz und ohnehin das eine über dem anderen, ist modisch möglich, und die Hose läuft stets ganz selbstverständlich mit. Chacune à son goût . . .

Laisser faire ist also der diplomatische Ausweg, zumal jeder Designer sich das Recht nimmt, zu tun, was ihm beliebt - und nicht immer, was der Markt (sprich: der Handel) von ihm erhofft. So träumen die einen von einer zarten romantischen Kindfrau, die anderen schicken Lolita im Micromini mit viel Durchblick und Einsicht über den Laufsteg. So flüchten sich einige in unterschiedlich gute alte Zeiten, die bis ins 18. Jahrhundert zurückreichen können, während andere wiederum sich in fremden Gegenden, in Afrika, Indien, China etwa, umsehen. Asketisch ist wichtiger Hinweis, Einfachheit wird grossgeschrieben, was freilich den betörenden Auftritt nicht ausschliesst. Helmut Lang und Vivienne Westwood - gegensätzlichste Auffassungen von moderner Mode behaupten ihren Platz. Nur in einem Punkt herrscht Einigkeit: alles wirkt weicher, fließender, femininer. Karriere wird definitiv nicht mehr über die Klei-

dung signalisiert. Perfekte Business Women sind von der Modebühne verschwunden. Aber auch das böse Wort Grunge, das viel Unruhe gestiftet hat, ist bereits wieder aus dem Modevokabular gestrichen.

Holde Weiblichkeit darf sich in Szene setzen, vorzugsweise in lichtem Weiss und hellem Pastell. Der Zugriff auf Dessous in jeder Form - von Bustiers, Corsagen, Bodies und knappen Unterkleidern bis zum koketten Baby doll oder zum langen Empire-Nachtkleid in verschwenderischen Mousseline-Metragenen und spitzverziert - nimmt geradezu demonstrative Formen an.

Eine Gegenwelt zu diesem naiven, romantischen oder leicht frivolen und fast immer transparenten Lingerie-Stil stellt sich dar mit sommerlichem Layering in lässigen Schnitten, vielteilig und fantasievoll gemixt, meist mit Hosen als



Ausgangspunkt, oder aber mit einem schlichten Purismus, der im Extrem zum kargen Minimalismus wird. Dazwischen liegen mannigfache Spielarten der Mode, die indessen weit weniger zu reden geben als die überdeutliche Hinwendung zum Femininen, sanft Erotischen.

Pages 34-55

LA MODE À DUSSELDORF À LA "CREATIV HAUS" LAYERING – L'ÉVENTAIL DE LA MODE DANS LES TISSUS SUISSES

D'une part l'objectif est déjà atteint par la réalisation d'une idée exceptionnelle: une maison destinée aux jeunes stylistes à la recherche d'indépendance, protégeant leur autonomie et favorisant les échanges. D'autre part, la promesse doit être tenue par l'activité créative des «premiers habitants»: neuf femmes stylistes et un homme ont opté pour le layering et mixé des tissus de provenance suisse. Leurs modèles permettent d'évaluer préalablement leur approche personnelle de la mode.

Une histoire de mode sans fin

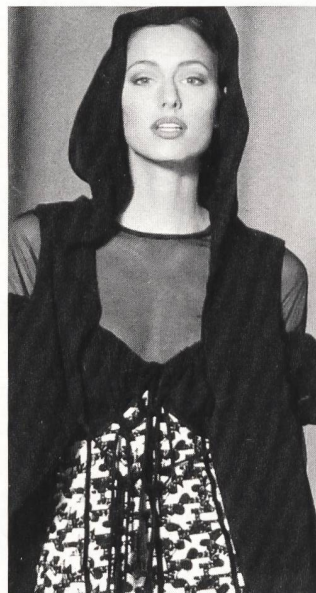
«Nous inventons peu mais nous subissons l'influence d'un nombre incroyable de choses». Cette affirmation – elle est de l'architecte connue Andrée Putman – ne concerne pas directement la mode, mais peut s'y référer. Plus que jamais se rencontrent dans la mode des zones d'intérêt, des champs d'activité, des styles de vie. Et il n'en résulte pas une mode unique,

mais bien de nombreuses modes parfois contradictoires. De plus, elles introduisent le «mix» qui se passe de limites précises mais exige plutôt des superpositions et des harmonies plus floues qui peuvent paraître improvisées. L'histoire des inventions et des influences peut être racontée de manière toujours autre et renouvelée. Elle est sans fin. Et, toujours, elle incite de nouveaux venus de la mode à réinventer de nouveaux chapitres.

Les stylistes de la nouvelle «Creativ Haus» de Dusseldorf ont donc écrit ce nouveau chapitre de l'histoire sur le thème du «layering», qui propose des tendances pour l'hiver prochain illustrées par des modèles qui seront intégrés dans les collections pour la CPD. L'association de plusieurs éléments du vêtement, le mélange des couleurs et des tissus, favorisent l'épanouissement des penchants individuels – la fantaisie est illimitée – à moins d'une limitation délibérée vers une expression épurée.

Les réalisations sont extrêmement variées en raison du large choix de matières, mais elles expriment avant tout la diversité des tempéraments et des talents.

L'approche des tissus – ils ont été choisis librement dans les collections d'hiver suisses 1994/95 – est révélateur. Elle traduit un



besoin d'harmonie ou, au contraire, le goût de la dissonnance, oppose une rigueur puriste à la griserie de l'opulence, fait montre de sensibilité dans de tendres colorations ou exulte dans les plus vifs contrastes.

Les intentions des créateurs sont approfondies dans la conception du layering, associant les contrastes, étageant des coordonnés, camouflant au maximum la surprise selon le principe de la pelure d'oignon – respectivement la couche inférieure – ou encore adoptant, en dépit du «mix» imposé, une allure plus discrète. Le thème est approché de tous côtés. S'y retrouvent partout des signes d'écriture personnelle, où l'on reconnaît d'ores et déjà une vision individuelle de la mode.

Pages 56-71

IDÉES DE STYLISTES POUR LINGERIE DE NUIT BRODÉE UN LUXE SOUS- JACENT

La mode est une éternelle opposition entre le naturel et l'artificiel, le corps à vêtir et les matières toujours renouvelées, les formes et les coloris changeants; antagonisme entre pureté de ligne et luxe, classicisme et avant-garde.

A Paris, Milan et Londres, les créateurs ont enveloppé leurs modèles dans de fines dentelles, des broderies, en se laissant charmer par les tailles hautes du style Empire lorsqu'ils ne se sont pas inspirés auprès des sculptures de l'Antiquité en empruntant leurs drapés. Les matières transparentes, cette fois encore, ont estompé les limites entre la lingerie et le vête-

ment de jour. Cette nouvelle manière de concevoir le «lingerie-look» influence non seulement la mode de tous les jours, mais elle redonne à la lingerie une nouvelle valeur.

Cinq stylistes féminines ont profité du thème «lingerie de nuit» ornementée de broderie pour exprimer leurs idées personnelles en usant d'intéressantes associations de matières. Bien que chacune ait suivi sa propre inspiration, il en est résulté un tableau d'ensemble harmonieux. Aucune référence au luxe de la fin du siècle ni recherche de l'«inmettable», mais des modèles très sensibles qui corres-

pondent aux exigences d'une nouvelle mode féminine, estompant les limites du domaine de la lingerie et préconisant un nouveau purisme, d'un luxe latent.

Les cinq stylistes ont tenu à allier élégance et fonctionnel, à exprimer la légèreté coquette des matières par des modèles simples mais raffinés, à former un lien entre une ligne naïve et enfantine et la frivolité, entre une élégance luxueuse et une image très tendre de temps révolus.

L'éventail des qualités de tissus donne une idée de la pluralité de la lingerie actuelle: jersey fin, batiste et satin soie, panne de ve-

Pages 72-81

INNOVATION DANS LE DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS: LE COTON

Une longue tradition caractérise la transformation du coton en Suisse: des spécialités en sont issues, qui consolident l'appellation «Swiss Cotton» et sa réputation dans le monde entier. L'expérimentation pourtant doit être renouvelée sans cesse, des modifications doivent constamment être réalisées.

«Textiles Suisses» a suscité de telles expériences par d'intéressants développements réalisés dans le cadre de la Fabric Development Collection de Cotton Incorporated. Une série d'entreprises qui ne se limitent pas aux filatures de coton classiques s'y sont engagées et ont ajouté des aspects innovateurs aux tissus de coton.

«Swiss Voile» est une référence qui jouit de l'approbation mondiale et sans concurrence en sa qualité de produit textile de pointe. On ne saurait faire plus fin, plus noble. Les cotonnades fines suisses — de l'organdi au tissu le plus délicat pour chemises — sont en quelque sorte un article de marque remarquablement introduit, qui s'identifie tout naturellement avec certaines qualités intrinsèques concernant l'aspect, le toucher, la qualité. Une valeur sûre.

Cependant cela ne suffit pas. Grâce à une technologie actuelle extrêmement poussée, une fibre est aussi modifiable... qu'un caméléon: elle exige pour ainsi dire de continuels changements dictés par la mode — structure, fonction, éventail d'utilisation. La mode a des exigences constantes et profite de l'innovation permanente dans la fabrication des tissus. Les créateurs de tissus doivent faire preuve d'esprit inventif. Ils suscitent toujours de nouvelles impulsions,

éprouvent des idées inhabituelles et ont besoin à leur tour d'encouragements issus de milieux «aux principes larges», c'est-à-dire qui ne soient pas aveuglement dépendants des «impératifs de la vente».

Cotton Incorporated est une entreprise de promotion et de recherche des planteurs de coton des Etats-Unis, sans but lucratif, dont l'objectif est de consolider la position sur le marché du coton en provenance de tous les pays producteurs. Le bureau de Bâle est res-



ponsable de l'ensemble de l'Europe. En plus des informations saisonnières sur les tendances, un des services essentiels (et gratuit) est l'élaboration d'une collection expérimentale annuelle comportant de la marchandise tissée et de la maille, dont la teneur en coton est au minimum de soixante pourcent. Dans ce cas, la copie est autorisée et donne même son sens à cette mesure: les indications techniques et des échantillons sont mis à disposition. La Fabric Development Collection incite également à «penser coton», à lui découvrir des charmes nouveaux et à sonder sa diversité.

Les produits de quelques fabriques textiles suisses qui savent diversifier le caractère de leur collection illustrent parfaitement que ce «fil d'Ariane» peut être suivi et

complété de manière très diverse. Le rapprochement avec les qualités généralement inhérentes à la laine, recherché avec une grande constance, a donné des résultats intéressants, pas tant dans le sens des cotons d'hiver chauds à envers gratté ou finissage genre flanelle, mais axés entièrement sur un aspect de trompe-l'oeil: Look masculin, aspect de peigné, structures de crêpe. Les expériences ont également porté sur le volume, l'aspect velouté, le toucher laineux. Les limites estompées avec aisance et les chevauchements légers sont souvent à l'origine de surprenants résultats.

A l'opposé, on favorise les surfaces lisses, l'éclat frais d'un fil brillant, les effets de relief et les

enduits. Et tout ce qui gravite autour du mot-clé «nature» exige à son tour de l'innovation, les créateurs de la mode retenant toujours ce thème et l'animent d'idées nouvelles. En poursuivant sur cette lancée on aboutit forcément à l'artisanat, qui s'ouvre d'autant au perfectionnement de structures compliquées, de techniques inédites, de teintures naturelles qui ne craignent pas de s'adjoindre le traditionnel indigo. L'innovation a ceci de particulier: plus on approfondit une matière et plus la créativité s'en trouve stimulée.



lours et chenille, chiffon et tissus élastiques, rehaussés de broderie brillante, à fils coupés, de guipure, de soutaches, de bordures stylisées ou de broderie allover.

Une approche différente de la mode s'exprime dans la manière inusitée d'employer les matières. La broderie qui personifie le décor, le luxe, est mise en œuvre de façon très puriste. De délicates broderies à jour remplacent les coutures dans une élégance discrète et raffinée. On ne saurait imaginer de lingerie sans matières extensibles qui ont révolutionné la mode et ouvert la voie aux bodys et aux leggings. Pourtant, la broderie élastifiée a inspiré l'une des cinq stylistes à l'utiliser de manière absolument atypique, en la drapant et en lui conférant de ce fait une nouvelle dimension. Aucun doute que les cinq stylistes ont fait preuve d'une grande sensibilité dans l'expression de tendances nouvelles et qu'elles ont modifié la mode actuelle en faisant preuve de beaucoup de créativité.

Pages 82-91

DU MOUCHOIR D'ORIGINE AU "CARRÉ" CULTUREL

La Suisse orientale, notamment la région de St-Gall/Appenzell, est le centre d'une branche de l'industrie textile dont le succès perdure, en dépit de l'immense concurrence mondiale: la production de mouchoirs. «L'avantage du mouchoir est qu'il n'a rien d'un article technique, que l'imagination, la mode, la beauté prévalent contre les impératifs de la technique.» C'est ce que déclare avec raison et non sans fierté l'un des fabricants qui affectionne ce produit tout en étant parfaitement conscient qu'il faut des spécialités pour faire front à la sévère concurrence actuelle.

S'affirmer face aux géants de la branche des pays à bas salaires n'est certes pas aisé. L'Europe à elle seule importe des mouchoirs pour quelque 30 à 40 millions de francs en provenance de Chine et d'autres pays à salaires modiques. L'Empire du Dragon jaune exporte à lui seul aux USA pour environ cinq à dix millions de francs.

Les fabricants de mouchoirs doivent survivre à côté de tels chiffres. Et pour cela, ils recherchent des créneaux libres et diversifient leur offre, la majeure partie des consommateurs couvrant leurs besoins en mouchoirs usuels dans les grandes surfaces, avec de la marchandise importée et moins onéreuse ou des articles en papier.

Le marché interne, qui est l'objet d'une attention particulière et suivie, reste intéressant pour la production indigène. Le mouchoir fin, de qualité, souvent encore ourlé à la main, trouve ses adeptes qui l'apprécient comme un accessoire et non seulement en tant qu'objet utilitaire. De nouvelles idées viennent diversifier l'offre, les producteurs suivent les

tendances nouvelles — comme par exemple le style jeans et country-look destinés avant tout à la jeunesse.

Le mouchoir d'autrefois n'a plus rien de commun avec les produits «made in Switzerland». L'image que l'on en propage dans le monde entier est celle de la beauté et non d'un quelconque chiffon utilitaire. Qualité, finition rigoureuse, tissus spécialement étudiés, broderie et dentelles, ainsi que le travail manuel et l'esprit créateur dans les dessins sont autant d'ingrédients qui lui ouvrent les chemins de l'exportation. Un cinquième et jusqu'à 70% sont exportés — marchandises brodées, tissées et imprimées.

Le mouchoir en fil, mi-fil ou

et l'esthétique prédominaient. C'est un objet utilitaire, destiné à des gens cultivés ayant le goût de l'authenticité. Tant les toiles des 17e, 18e et 19e siècles que les expositions dans les musées présentent des mouchoirs généreusement ornés de dentelles et de broderies. On reconnaissait là l'aisance d'abord, le goût et le savoir-vivre du propriétaire. La broderie perpétue cette tradition, en proposant des articles de luxe, essentiellement en blanc, bordés de dentelle, de broderie à fils coupés, chimique, et d'une coloration qui remonte à une tradition centenaire.

La broderie aux expressions multiples joue de ses facettes. Elle suit de nouvelles voies, en collaboration étroite avec les acheteurs,



batiste de coton aux bords ourlés main — pour dames et messieurs — a le vent en poupe sur le plan mode. D'élégantes bordures ou carreaux en satin rivalisent avec des armures à jour ou fausse gaze et des initiales brodées. De très anciens dessins réapparaissent et se retrouvent complétés de motifs sport ou avant-garde, de paisleys, de dessins géométriques et d'élégants dessins de cravate. Le mouchoir devient souvent pochette décorative, accompagnant châle, foulard ou cravate. Ses couleurs sont assorties à celles du vêtement sport ou ville et il ne craint pas d'être associé à deux ou trois autres.

Le mouchoir défend avec charme un héritage culturel d'une époque où l'on ne connaissait pas d'articles jetables et où la qualité

afin de proposer quelque chose de particulier à notre époque aux changements si rapides et superficielle: un brin de culture. Là, sans doute, les mouchoirs brodés main illustrent un art en voie de disparition. Dans le monde entier quelques rares machines spéciales sont encore utilisées, qui travaillent comme les mains rapides de brodeuses et remplacent 312 paires de doigts par 312 aiguilles à broder. Il ne reste que fort peu de personnes maîtrisant cette technique.

Le mouchoir imprimé sur d'intéressants fonds tissés joue de plusieurs instruments — amusant avec des «comics» ou des proverbes, noble et élégant lorsqu'il arbore broderie et dentelle. Pour réaliser de telles spécialités, on ne rechigne ni sur la créativité ni sur le

potentiel technique. Une entreprise s'est assurée par exemple les droits de reproduction de huit œuvres de grands maîtres — Vincent van Gogh et Utrillo pour ne citer qu'eux — et imprime les sujets de leurs toiles sur des mouchoirs ourlés main; ils sont parfaitement utilisables, bon teint et lavables, mais tout autant à leur place dans un cadre. Les mouchoirs peints à la main, bordés ou non de dentelle, sont l'œuvre d'artistes actuels du pays; ils présentent souvent des motifs floraux ou des sujets d'angle et partiellement des sujets typiquement suisses. Ces créations peintes à la main sur de la batiste sont parfaitement lavables et existent dans différents coloris.

Les enfants sont friands de dinosaures imprimés et de teddies, le commerce, lui, recherche des idées mode à proposer en guise de cadeaux ou de souvenirs. Lorsqu'il se veut article de luxe, le mouchoir peut se référer aux époques de sa gloire, présenter des broderies et de la dentelle, de la broderie et de la peinture à la main, le tout associé au savoir-faire d'une technologie d'impression de pointe. Ces objets — luxe ou souvenir — sont proposés à l'unité, en sets, noués de rubans ou dans des emballages artistiques. Le mouchoir se transforme aussi, prend une forme ronde pour servir de set de table, de sous-plat ou encore de manchette Louis-Philippe. Dans l'esprit «environnement» il existe même un mouchoir écologique à armature dans les bords, offert sans emballage.

Mouchoir utilitaire, cadeau ou souvenir: l'imagination et la qualité expriment une tradition culturelle qui a survécu à tous les cataclysmes. Même dans un monde fébrile et de consommation rapide, la valeur de ce qui est beau et raffiné demeure intacte.

Pages 92-95

PRIX SUISSE DU DESIGN LA POÉSIE AU QUOTIDIEN

«Il ne suffit pas de déterminer ce qui doit être fabriqué, mais encore comment se présente un produit et comment il doit être présenté. Les milieux économiques découvrent soudain l'importance ponctuelle et l'aura culturelle du design encore trop souvent sous-estimés.» C'est dans ces termes que le conseiller d'Etat Thomas Wallner, chef du Département de l'économie publique du canton de Soleure, a évoqué lors de la deuxième attribution du «Prix suisse du design» la nette évolution et la prise de conscience des milieux industriels et économiques. Soleure, la plus belle cité baroque du pays, était le cadre idéal pour la remise du «Prix suisse du design» – un événement plus encore qu'une simple manifestation.

Le «Prix suisse du design», instauré avec succès en 1991, a pour but non seulement de promouvoir la fonction et la technique, mais l'esthétique et la poésie dans la vie quotidienne, de réserver une place à la beauté, d'encourager la créativité dans le développement des produits. Ce thème fut également traité lors de la conférence prononcée par Alessandro Mendini, l'architecte milanais et cofondateur du Groupe Alchimia lors de la remise des prix.

Cette distinction est attribuée dans différentes catégories: produits remarquables (biens d'investissement, biens de consommation), projets remarquables, entreprises remarquables, personnalité particulièrement méritante. Et

pour la première fois, les textiles furent aussi en vedette, avec de nombreux prix de récompense et d'encouragement dans les diverses catégories. Le «Prix suisse du design» basé sur une conception globale du design, a acquis une audience internationale; preuve en sont les plus de 600 produits et projets présentés en provenance de seize pays – allant de la pompe d'allaitement maternelle au récipient à peinture, à l'ouvre-fenêtres automatique, à la locomotive 2000 des CFF et aux wagons panoramiques. Il ne vise pas à



élargir encore la vaste gamme des prix et distinctions, mais à soutenir les efforts pour que l'art et la culture aient leur place dans la vie quotidienne. Le «prêt-à-jeter» doit être remplacé par des produits créatifs, compatibles avec l'écologie, conçus pour durer et attirants par la complémentarité de la fonction et de la forme. Il a pour objectif l'émulation innovatrice dans l'approche du design et l'amélioration de la qualité de vie. Le design est à considérer davantage comme élément esthétique que promotionnel dans la vente.

Les textiles incarnant au quotidien beauté, fonction et créativi-

té, il est logique que des prix aient été décernés pour des «produits textiles» et des «projets textiles». Un jury a désigné deux gagnantes parmi les 93 prétendants au «Prix spécial textiles» et décerné de nombreuses distinctions.

Le prix «Produits textiles» a été attribué à la créatrice Andrea Burkhard, Zurich pour un tissu d'ameublement dessiné pour Rohner SA Heerbrugg et dont la structure tridimensionnelle raffinée génère un jeu d'ombre et de lumière. Ce qui peut sembler ici tout simple résulte en fait de

cherches ont porté essentiellement sur la lumière. Huit rideaux unis, conçus séparément avec des dessins ajourés, des formes et des découpes inusitées, ont séduit le jury par leur sobriété et leur force expressive. Cette spécialité textile veut manifestement faire entrer le monde extérieur dans la pièce, créer l'événement et pour ainsi dire mettre en scène un théâtre de silhouettes. Ce jeu avec la lumière n'est pas contraignant et peut être adapté avec grâce sur des tissus plissés ou des jalousies.

Outre ces deux principaux prix, le secteur textile – comme les autres catégories – s'est vu attribuer toute une série de distinctions: nouveaux lacets de chaussures, tissus de décoration et garnitures de lit transparents, nouvel uniforme féminin des CFF, linges de vaisselle, châles, nouveau dessin de soierie et jacquards raffinés, tissus d'ameublement à trois dimensions, recouvrements de sièges, projet Création Quadrata, nouveau design textile, ainsi qu'un exceptionnel tissu dans une association de matières inusitée.

Le «Prix suisse du design», organisé tous les deux ans, est en marge de tout esprit bureaucratique. Il est dû tant à l'initiative privée qu'à des organes et associations officiels; dans le cas des textiles, la Fédération Textile Suisse. Le foisonnement d'idées pour de beaux produits et projets permet d'espérer que la conception créative s'attache de plus en plus à façonner des objets utilitaires, que le design et l'esthétique deviennent inséparables de la vie quotidienne.

longues années de recherche et de l'observation approfondie de la nature et des matières. Andrea Burkhard a découvert le jeu coloré des objets à la lumière des lois de la nature et l'a transposé dans le dessin et le tissu à l'aide d'une technique de tissage très raffinée. Ce tissu d'ameublement ne répond pas uniquement à des critères de beauté, mais aussi à des exigences de commercialisation – résistance à la lumière, à l'usure, au feu ainsi qu'à des normes de confort.

Le prix «Projets textiles» a également été décerné à une femme, Martha Hilti-Büchel, pour sa série de tissus de rideaux. Ses re-

Pages 18–25

LAISSER-FAIRE

Fashion is giving up one of its last leading strings without regret: its coercive influence on skirt lengths. The reluctance of many women, especially in Italy and the USA, to low hemlines which they feel makes them look older or just old has resulted in the unexpected return of the mini, without however ruling out the long lengths. But “long” is no longer a “must” and thus no longer an impulse to change. The subject has lost all its explosiveness. Fashionwise anything goes: both long and short, or long today and short tomorrow, and of course the one over the other. And on top of that, it goes without saying, trousers are follow-

ing the trend. Everyone to his or her taste . . .

Laisser-faire has indeed become the diplomatic way out, all the more so since every designer is assuming the right to do what he or she wants to and not always what the market (i.e. the trade) expects. Thus some creators dream of a delicate, romantic child-woman while others send a Lolita out on the catwalk in a micromini with lots of see-through and peek-aboo. Others seek refuge in different good old days that may hark back as far as the 18th century, while yet others look into exotic places like Africa, India or China. Asceticism is an important note and simplicity is writ large, but this of course does not exclude a beguiling look. Both Helmut Lang as well as Vivienne Westwood – two opposite approaches to modern fashion – have their place.

In only one point is there total

unanimity: everything is softer, more flowing, more feminine. A career woman is definitely no longer denoted by the clothes she wears. The Perfect Businesswoman has disappeared from the fashion scene. But grunge too, the bad word that caused a lot of unrest, has now been stricken from the fashion vocabulary as well.

Fair womanhood is again permitted to make an appearance, preferably in bright whites and light pastels. The fascinated attention to lingerie in all forms, from corsets, long-line bras, bodices, bodystockings and brief underwear to coquettish baby-doll or long Empire negligées in extravagant muslin yardages and decorated with lace, is assuming downright ostentatious proportions.

A world of contrast to this naive, romantic or lightly frivolous, and almost always transparent lingerie style is presented

either by a summerlike layering of myriads of loosely cut, imaginatively mixed fabrics, mostly with trousers as their starting point, or else an unadorned purism, in extreme cases bare minimalism. In between the two lie the manifold varieties of current fashions, which however are being far less talked about than the overwhelmingly clear trend to a feminine, gently erotic mood.



Pages 34–55

DÜSSELDORF FASHION SCENE IN CREATIV HAUS LAYERING – THE FASHIONABLE MIX IN SWISS FABRICS



Creativ Haus: the name denotes high requirements. For one thing, it is already enough that the institution is the implementation of a unique idea: it is a house for young designers on their way to independence that preserves its own autonomy and permits exchanges.

But there is more to it than that; the high requirements must now be met by the creative work of the “first residents”: ten designers (9 women and 1 man) have delved into layering mixed fabrics of Swiss origin. Their creations permit an (interim) assessment of their individual slant on fashions.

An endless fashion story

“We don’t invent much; we’re influenced by an unbelievable number of things.” This statement, made by the famous French architect Andrée Putman, was actually not made in connection with fashions, but is confirmed by them. Now more than ever, it is clear that the threads of areas of

interest, fields of activity and lifestyles are coming together in fashions and, as only to be expected, a lot of opposite-tending fashions are emerging from them. And to these have now been added the fashion of forming mixes of one with the other. This does not demand well-considered demarcation but rather playful, even apparently improvised transitions and harmonies. Thus the story of invention and influencing can be retold over and over again; it is indeed endless. And it constantly re-inspires new fashion creators to write new chapters to it.

A new chapter called “Layering” has now been exuberantly written by the designers of the Creativ Haus in Düsseldorf. It anticipates the expected trends for next winter with models that have been integrated into the regular collections for the CPD. By combining several garment elements and a fashionable mixture of colours and fabrics, individual

tendencies can develop without hindrance and fantasy is unconfined — unless restricted by the designer's own decision in favour of a clear statement. The fact that these statements have been formulated quite differently is primarily owing to their extremely widely variegated palette of materials, but is also of course the expression of individual fashion temperaments and talents.

Moreover, the way the fabrics are treated — after being selected and combined by the fashion designers according to their own ideas from the Swiss winter collections for 1994/95 — is itself revealing. Their treatment either brings out a need for harmony or else a preference for calculated dissonances, opposes puritanical reserve with luxuriating in abundance, or again shows sensitivity by using delicate buildups of colour or tension in vivid contrasts. The designers' intentions are given greater depth in their individual approach to layering, combining opposites, overlaying harmonized elements, or — onion-like — reserving surprises at the lowest layer or even actually ending up with a reduced form, despite a pre-given mix.

As is only natural, the theme of layering has here been broached from all sides. What can be seen with every one of these designers are the beginnings of a personal signature and with most of them an established fashion standpoint can already be recognized.

Pages 56-71

DESIGNER IDEAS FOR SLEEPWEAR EMBROIDERY PLAYED-DOWN LUXURY

Fashion designing is a constant dialogue between the natural and the artificial, between the body to be clothed and ever-new materials, between changing colours and forms, between purism and luxury, between the classic and the avant-garde.

This year on the catwalks of Paris, Milan and London the fashion designers have clothed their models in delicate lace and embroidery, deriving inspiration from the high-waisted Empire period or evoking the sculptures of Antiquity with draped and wrapped models. Once again, transparent materials have blurred the dividing line between lingerie and outerwear. But it is clear that the new look in lingerie has inspired not only daytime fashion but has also given underwear itself a new value.

Five Swiss designers, all of them women, were inspired by the theme of embroidered sleepwear to grapple with it, bringing along their own ideas and coming up with interesting combinations of materials. At the end, even though they carried through their ideas completely on their own, a compact, self-contained picture was created. No turn-of-the-century luxury was evoked, no experiments with the unwearable were attempted; instead, models were designed with the sensitivity of truly creative that respond to the new demands for a feminine fashion, dissolving the frontiers surrounding the lingerie sector and giving voice to a new purism in the form of played-down luxury.

The primary concern of these five designers were to combine elegance with functionality, expressing the playful lightness of the



materials in simple but sophisticated models and forming an arch between the naive-childlike line and the slightly frivolous, between luxurious elegance and a sober hint of a bygone look.

The palette of fabric qualities already indicates the multifaceted character of the new lingerie line: fine jersey, batist and silk satin, panne and chenille, chiffon and elastic fabrics are all upgraded and incorporated into exclusive interplay by means of lustrous and corded embroidery, guipures, soutache ideas, stylized edgings and all-over embroidery.

The altered relationship to current fashions shows up in the designers' unorthodox handling of their materials. Embroidery, normally the embodiment of the decorative and voluptuous, is regard-

ed and accordingly used throughout their collections in a puristic manner. Dainty hemstitch embroidery has replaced seams, thus becoming an expression of the new style: played-down luxury.

Lingerie fashions are today no longer inconceivable without the elastic materials that have revolutionized fashions and opened the way to bodystockings and leggings. Yet it was precisely elastic embroidery that induced one of the designers to use stretch material in a fully untypical way to drape and wrap the figure, thus opening up still another dimension.

There's no doubt about it: these five designers have developed a remarkable sensitivity in their perception of new trends and have converted the spirit of the age into fashion with stunning creativity.

Pages 72-81

INNOVATIVE PRODUCT DEVELOPMENT: COTTON

Cotton processing has a long tradition in Switzerland, and as is only to be expected, it has produced specialists who bolster and expand the renown of Swiss Cotton. Nevertheless, experimentation must always be risked and the attempt at novelty always renewed.

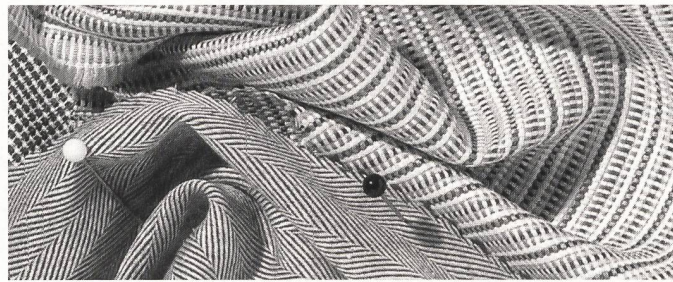
"Textiles Suisses" provided the opportunity for such experimentation, based on interesting developments in the Fabric Development Collection of Cotton Incorporated. A number of textile processors – and not just conventional cotton weavers – responded to the challenge and have added innovative facets to cotton.

"Swiss Voile" is a term that is recognized without envy worldwide as designating a supreme textile product. There is simply nothing finer or more elegant. Swiss cotton fine woven fabrics, from organdy to the thinnest shirting fabrics, are also long-established brand articles that are virtually a byword for certain never-changing properties with respect to looks, handle and quality. They are a solid value.

All the same, this cannot be everything. Thanks to modern high technology, a fibre is as capable of changing as a chameleon; it is an element that is almost single-handedly capable of compelling fashion statements, structure, function and further application possibilities to change constantly. To an enormous degree, fashion derives nourishment from permanent innovation in fabrics. Fabric designers must be real inventors; they must always come up with new impulses and try out unorthodox ideas, and to this end they themselves require ever-new ideas,

including those from the non-businessminded (non-sales-fixed) side.

Cotton Incorporated is a non-profit promotion and research organization working for US cotton producers with the aim of further enhancing the market position of cotton, regardless of its country of origin. Its office in Basle is responsible for all of Europe. In addition to providing seasonal trend information, one of its certainly most important (free of charge) services



is the annual display of experimentation work called the Fabric Development Collection consisting of woven and knitted fabrics that must contain at least 60% cotton. In this case copying is allowed; in fact it is the purpose of the exercise: technical data and samples are freely available. The Fabric Development Collection also just motivates the processor to "think in cotton", giving it new attractiveness and further exploiting its many-sidedness.

The developments of certain Swiss textile firms shown in the latest collection amply show that this "Ariadne's thread" can be further spun in a multiplicity of new ways, though each company set its own priorities for the collection. Especially interesting results were achieved by the resolute progress

in cotton's further approximation to wool character, not so much in the sense of imitating warmth-giving winter cotton with a roughened reverse or flannel finish but deliberately aiming for a trompe l'oeil effect: a menswear woollens look, worsted appearance or crêpelike structures. Experimentation was also carried out with volume, velvetlike surface and woollike handle. Light-handed blurring of fibre borderlines and light-footed overstepping of these borders are anyway always a good prerequisite for surprising results.

Going in the opposite direction, there was also a preoccupation with smooth surfaces, with the cool shimmer of lustrous yarn as well as embossed effects and coat-

ings. What we all know and understand by the catchword "Nature" can still inspire innovative commitment, all the more so since the fashion creators are still working with this theme and constantly coming up with new ideas. Further thinking and tinkering along these lines necessarily lead to handcrafted effects which open up the field of activity even wider, the longer experimentation goes on with complicated structures, elaborate techniques and natural colours, even extending to indigo, one of the oldest of all. This is precisely what innovation is all about: the longer you work in a field, the more your creativity is inspired.

Pages 82-91

HANDKERCHIEFS: FROM HANKY TO CULTURAL ASSET

The area of St. Gall-Appenzell in Eastern Switzerland is home to a branch of the textile industry that is successfully holding its own despite fierce competition worldwide: the production of handkerchiefs. In the words of one manufacturer, "The nice thing about a handkerchief is that it is not a technical article; novel ideas, fashion and beauty are more important than technology". These are the words of someone who is very fond of his product but also knows that specialists are needed to face up to the heavy winds of the competition.

It is not easy to successfully counter the industrial giants in the cheap labour countries. After all, handkerchief imports to Europe, mostly from China but also from other low-wage countries, amount to 30 to 40 million Swiss francs a year. Imports of handkerchiefs to the USA from China alone are about 5 to 10 million francs.

These are figures the Swiss handkerchief producers must live with. In order to survive, they look for specialty niches and they differentiate their product line; indeed, specialties are the secret of success in this branch too, all the more since a major portion of the consumers cover their requirements of ordinary handkerchiefs by buying low-priced imported goods or disposable tissues at department stores, chain shops and supermarkets.

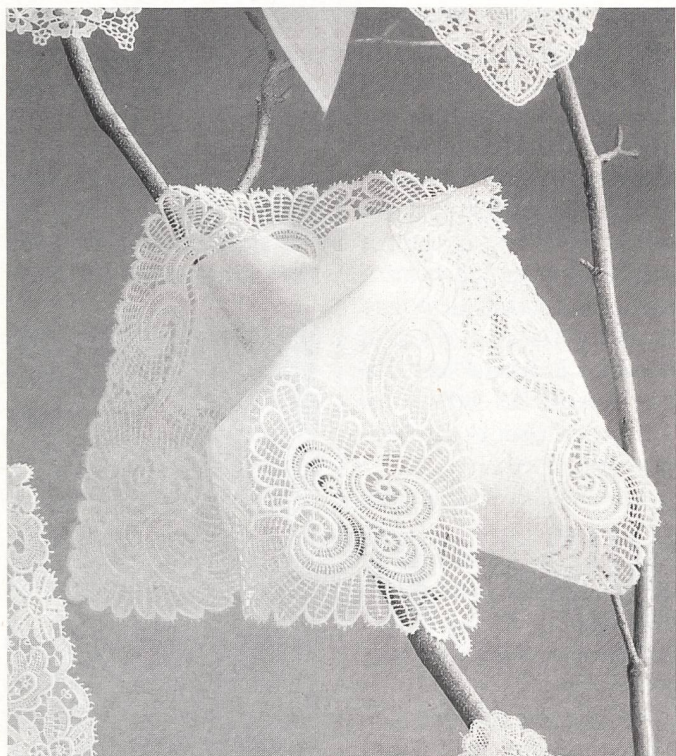
There is nevertheless still a good domestic market for locally manufactured handkerchiefs which is intensively cultivated and looked after. The elegant, up-market quality handkerchief, which is often still hand-rolled, finds its devotees who also see it as an accessory and not merely an article

for everyday use.

What is more, novel ideas are finding their way into domestic product lines, as handkerchief producers are open to new trends, such as handkerchiefs with a denim and country look, one that many younger consumers are knowingly attracted by.

Swiss-made handkerchiefs are a far cry from the snuff-user's ker-

or satin checks compete with leno and mock leno weaves and embroidered initials. Very old designs are also enjoying a comeback, supplemented for example with sports motifs or bold avantgarde patterns, with Paisleys, sober geometry and sophisticated necktie patterns. Often the handkerchief is upgraded to the status of a pocket accessory, for the gentleman making a wel-



chief of years gone by. The Swiss handkerchief marketed worldwide is something special; a thing of beauty and not just a simple substitute or something for ordinary use. Quality, exactitude, the use of specialty fabrics, embroidery and lace as well as handicraft and creative design are the ingredients that open the way to export. Indeed, from 20 to 70% of Swiss handkerchief production is exported, including embroidered as well as woven and printed goods.

Linen, half linen or cotton batiste women's and men's handkerchiefs with hand-rolled seams is a fashion leader. Noble satin edges

come appearance accompanying his scarf, ascot foulard or necktie. It is orientated colourwise to sports and outerwear, and is not averse to combinations with two or three of items such as those just mentioned.

The handkerchief charmingly defends a cultural asset that dates from a time when disposable articles were still unknown and quality and beauty were what was wanted. It is therefore a fabric for the use of cultivated persons with a feeling for authenticity. The handkerchiefs seen in the paintings of the 17th, 18th and 19th centuries and in museum displays

are lavishly adorned with lace and embroidery. They indicate the prosperity, taste and savoir-faire of their owner. Embroidery attaches itself to this tradition and offers luxury articles, mainly in white, with lace seams, discharges, embroidery and colours that reveal a tradition going back hundreds of years.

The embroidery of handkerchiefs, widely varied in its forms of expression, is making the most of its possibilities. Embroiderers are going in new directions and working in most cases closely together with the customers in order to be able to offer something really special precisely in our short-lived, superficial fashion environment: namely culture. One speciality in this connection is without doubt the hand-embroidered handkerchief, which is a dying art. Worldwide only a handful of these special machines are still in existence, which operate like skilful women embroiderers, with 312 embroidering needles simulating 312 pairs of fingers. Only very few people can still master this technique.

The printed handkerchief with strong effects in the woven ground plays on a number of instruments: witty, with motifs from the comics or sayings, or else noble and elegant, adorned with embroidery and lace. A great deal of creative and technical potential is invested in order to be able to offer specialties. Thus for example one manufacturer has secured the corresponding rights to eight masterpieces such as Vincent van Gogh or Utrillo and is reproducing these paintings on printed, hand-rolled handkerchiefs that are perfectly suitable for normal use, lightfast and washable, but are also suitable for framing!

There are also handkerchiefs hand-painted by native contemporary artists, with and without lace edges, with floral designs or corner motifs – in some cases with

typically Swiss subjects. These hand-painted creations on batiste are washfast and available in different colorations.

Children love embroidered and printed dinosaurs and teddy bears, and the handkerchief trade thrives on ideas for gifts and souvenirs. As a luxury article the handkerchief can be rejoined with its past days of glory, lavishly showing lace and embroidery, with hand-embroidered and hand-painted articles in the foreground and using the know-how of the latest printing technology for specialties. These luxury and souvenir articles are sold singly, bound with ribbons or else artistically packed. Handkerchiefs are even offered in circular form, diverging from their purpose by being used as plate underlays or Biedermeier cuffs. In line with environmental-mindedness there is even the ecological handkerchief with leno weaves on the edges that are sold without packaging.

Whether as an object of practical use, a gift or a souvenir, in its ideas and quality the Swiss-made handkerchief reveals itself as a cultural tradition that has withstood all the storms of recent history. Even in a world characterized by hectic living and fast consumption, a fine and beautiful thing still retains its value.

Pages 92-95

DESIGN PRIZE SWITZERLAND POETRY IN EVERY- DAY AFFAIRS

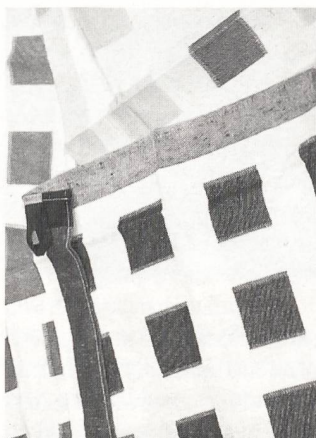
"It's no longer just a matter of what one manufactures, but how a product presents itself and is presented. The value to be attached to the design and cultural aspect revealing itself in the product is still too often underestimated." Thus Executive Councillor Thomas Wallner, head of the department of commerce of the Swiss Canton of Solothurn, aptly expressed the marked change of awareness in industry and the economy on the occasion of the second awarding of the Design Prize Switzerland. Solothurn, regarded as the most beautiful baroque city in Switzerland, was an ideal setting for the Design Prize Switzerland event, which was more than merely a function.

The purpose of Design Prize Switzerland, which premiered successfully in 1991, is to provide the stimulation and impulse, without being confined to any thematic or product-specific limits, for bringing not only functionality and technology but also aesthetics and poetry into our everyday lives. It is intended to provide space for beauty and to encourage creativity in designing products. This was also the theme of the Milan architect Alessandro Mendini, one of the founders of the Alchimia Group, in his address at the awards ceremony.

The Design Prize Switzerland is given in different categories: outstanding products (capital goods, consumer goods), outstanding projects, outstanding companies

and an individual who has earned exceptional merit. For the first time, textiles were also honoured. The various categories include a number of recognition and support prizes.

Proof that the Design Prize Switzerland is based on a very comprehensive understanding of design was furnished by the over 600 products and projects from 16 countries that were entered—ranging from a self-operated breast pump to a paint bucket, an automatic window opener, the new Swiss Railway "Locomotive 2000" and the vista dome railroad car. The prize however is not intended to be yet another among the flood of prizes and awards that are constantly being given, but rather to



support and further efforts to cultivate art and culture in the domain of daily life. Instead of disposable articles, creatively designed and ecologically acceptable goods should be produced which are endowed with a long service life and attractive for their interplay of form and function. It aims to give a push to an innovative concern with design and thus make a contribution to a greater quality of life. "Design" is understood not primarily as sales-promoting but rather as an aesthetic element.

Since textiles represent an ideal article for beauty, function

and creativity in everyday life, this year for the first time prizes were also awarded for "Textile Products" and "Textile Projects". Among the 93 contestants for this special textile prize the jury chose one winner. Numerous honourable mentions were also given.

The prize for "Textile Products" went to an upholstery fabric designed by the textile designer Andrea Burkhard of Zurich for Rohner Textil AG, Heerbrugg, which permits plays of light and shadow thanks to its sophisticated three-dimensional structure. Actually, what sounds so simple from this description was the result of years of experimenting and only became possible by an intensive study of nature and various materials. Andrea Burkhard discovered the play of colours of objects as embedded in natural laws. She then converted this discovery into a design and fabric by a sophisticated weaving technique.

However this prize winning upholstery fabric was not only honoured for its beauty but also for its conformability to market requirements, i.e. fastness to light and abrasion, flame retardancy and comfort.

Another woman, Martha Hilti-Büchel, received the "Textile Projects" prize for her series of curtain fabrics. She too experimented above all with light. The jury was impressed by the simplicity and high expressiveness of eight plain-dyed, individually designed curtains with hole patterns consisting partly of cut-out and both cut-out and alien forms. The aim of this textile specialist in creating her curtains is consciously to bring the outside world into the room, creating a realm of experience or, so to speak, putting on a shadow theatre. The play of light is thus not bound to rigid lines but can be interestingly varied even with blinds or folded textiles.

As with the other categories, in

the textile sector a number of honourable mention prizes were also awarded in addition to the main prizes: for new shoestrings, transparent furnishing fabrics and bed linens, for the new women's uniform of the Swiss Railways, dish towels, a series of scarves and a new design of silk as well as for sophisticated jacquards, three-dimensional upholstery fabrics and seat covers, the Creativa Quadrata Project for new textile design and finally a fantastic fabric in an unconventional combination of materials.

The Design Prize Switzerland, which is awarded every two years, is supported in a completely unbureaucratic manner both by private initiative as well as by public



authorities and associations, in the case of textiles by the Swiss Textile Federation. The widely-based palette of ideas for beautifully formed products and projects permits the hope that creativity will increasingly be applied to articles of everyday use and that one day design and thus aesthetics will become an inseparable element of our everyday lives.