

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1997)
Heft: 109

Artikel: Übersetzungen = Traductions = Translations
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-796300>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.05.2025

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

Pages 16-37

ENTRE «SHOWBIZ» ET HAUTE COUTURE

Deux aspects vus à satiété cette saison. On attendait avec impatience les présentations des «nouveaux»: celle de l'Anglais Alexander McQueen, mandé pour Galliano chez Givenchy, de Galliano dans son nouveau rôle aux commandes de Dior, ainsi que celles de J.-P. Gaultier et Thierry Mugler qui, tous deux, débutaient dans la Haute Couture. Bien entendu, les réactions des autres maisons traditionnelles étaient attendues également avec impatience. Une constellation éminemment pétillante. Allait-elle donner un nouvel essor à une Haute Couture depuis longtemps en perte de vitesse? Question demeurée cependant sans réponse, même après les présentations à sensation et leurs points culminants dûment applau-

dis. Plus que jamais, la Haute Couture traverse une période de crise «existentielle».

D'un côté la volonté des Salons d'offrir à leur clientèle exclusive un maximum d'élégance, la perfection artisanale et le luxe de l'individualité, de l'autre l'objectif des stratégies de la branche de n'utiliser l'idée même de luxe que comme instrument essentiel de marketing.

La présentation de Dior se voulait toute en superlatifs: 4200 roses, 800 mètres de tissu gris pour habiller les murs, robes de bal exigeant 400 mètres de tulle et 50 mannequins, afin d'aller au-delà de toutes les limites. Galliano, lui, demeure souverainement fidèle à sa ligne propre, proposant un feu d'artifice de fantaisie, d'éléments

romantiques, ethniques, frivoles. Ses tailleurs jeunes, tout en mouvements, dans le gris cher au cœur de Dior, arborant des jupes ultracourtes; des robes de sirènes drapées et brodées d'après des modèles chinois, des ornements de perles et des corsages inspirés des femmes Massai ont enchanté la presse et les vedettes du premier rang et déplié à la clientèle traditionnelle de la maison.

Alexander McQueen s'était inspiré de l'Antiquité. Robes fluides blanches et fourreaux moulants étaient retenus par des gaines dorées. Manches bouffantes, décolletés artistement drapés dans le dos et ensembles pantalons aux enco-lures décoratives constituaient les détails marquants de sa collection qui, par ailleurs, évoque davantage les décors fastueux du cinéma que la Haute Couture.

Certaines maisons, telles Chanel, Yves Saint Laurent, Ungaro et Balmain, renoncent à toute idée de spectacle et se concentrent sur la perfection absolue de la ligne et des finitions, sur l'élégance et la distinction. Là, la conjoncture est au luxe. Pour démentir les prévisions pessimistes sur la disparition de la clientèle «Haute Couture», l'année dernière a connu des chiffres d'affaires record avec des robes fort chères. Nouvelle réjouissante aussi pour les fabricants de tissus de luxe en Suisse, dont les soieries précieuses et les broderies constituent la base de ces silhouettes élancées de la nouvelle «simplicité» Haute Couture.

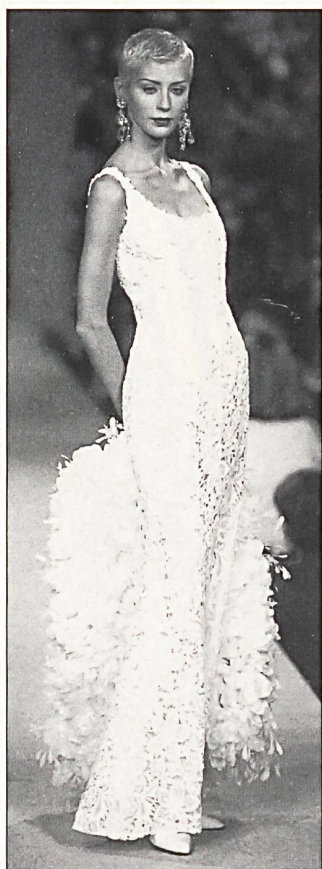
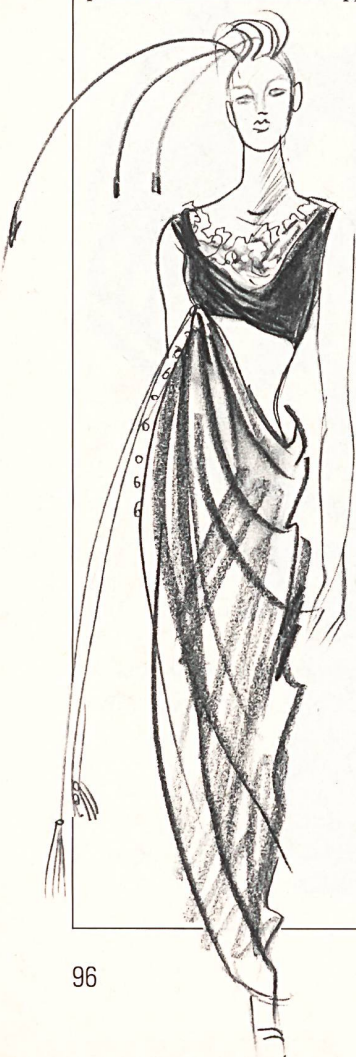
Ungaro déclare «Lightness is freedom» en proposant sa collection comme un «souffle d'actualité». Pour Lagerfeld, légèreté est synonyme de luxe renouvelé et donc le message essentiel de la saison. Les collections de Versace et Gaultier

sont également vouées à la légèreté sous toutes ses formes et la transparence est loin d'être le seul facteur indispensable. «Léger» est bien plus une nouvelle conception qui déjà s'est concrétisée dans le prêt-à-porter de l'automne et qui trouve maintenant une traduction luxueuse et discrète à la fois avec les tissus précieux de la Haute Couture.

Le langage de cette mode exige des tissus légers, fluides, qui suivent le mouvement du corps, le flattent et dégagent une impression de naturel et d'évidence dans la ligne. Guipures élastiques, lamés irisés, soies changeantes, tweeds d'été légers et imprimés aériens sont mélangés avec beaucoup d'allure. La dentelle devient une seconde peau sans pour autant prendre des airs de lingerie. Les crêpes de laine ultrafines servent de base aux drapés décoratifs et très actuels, un thème majeur dans toutes les collections. Ils soulignent l'asymétrie des lignes, proposent des effets et des découpes raffinés et un aspect général très tendre, doux et présent aussi jusque dans le vêtement classique le jour avec ses formes douces et arrondies.

Ce désir de légèreté et de raffinement aérien inspire également les teintes de la saison. Nuances de blanc, éclat perlé, tons chair et fraîcheur, or pâle sont autant d'éléments principaux qui entourent les classiques noir et marine.

Les alternatives de la Haute Couture ont été dévoilées clairement et avec une grande créativité; il faudra maintenant attendre de voir si cette même Haute Couture poursuivra dans le sens de la perfection et du raffinement ou préférera donner dans le «Showbiz».



Pages 38-63

LE GOUT DU RAFFINEMENT

«Cook a dish of your own liking» — c'est ce que font de plus en plus clairement les consommateurs et les consommatrices de mode depuis déjà pas mal de temps.

Chacun prépare ses petites soupes avec les épices qu'il aime et qu'il cueille ici ou là, sans respecter de règle ni de loi très stricte. «All you need is love» — ou encore il suffit que ce soit spécial et que cela corresponde à nos goûts pour que cela devienne même une source de plaisir.

La mode (comme la gastronomie) interpelle, à ce point les sens, qu'elle implique une relation toute personnelle. Elle exige beaucoup d'amour, de désir, d'engagement et ce depuis le tout début, depuis la composition de la matière en elle-même. De là naît l'originalité. Ce-

lui qui crée une étoffe peut se comparer à un gourmet placé devant une multitude de composants qu'il associera au gré de son envie et de sa créativité. Il les marie à sa façon, persuadé que le résultat lui procurera un plaisir particulier.

Au vu de la diversité des épices existant sur le marché, c'est-à-dire des tendances annoncées par les pronostics ou que l'on peut déjà remarquer chez les créateurs d'avant-garde ou dans la rue, il ne reste plus qu'à faire preuve de circonspection et de prudence dans son choix, et à présenter avec la plus forte conviction un plat très personnalisé — une collection extrêmement profilée.

L'assortiment proposé par les industriels suisses du textile se compose de plus en plus souvent de pièces

raffinées, du moins de spécialités — les cotons les plus fins, les soies les plus précieuses, les tissus de structure élaborée, les développements technologiques les plus innovants. Si l'on passe en revue les collections de l'été 98, on constate nettement que les voies empruntées par les divers acteurs se rétrécissent constamment tandis que le regard s'élargit et s'ouvre sur d'autres domaines. Si le



produit est défini avec précision, son application, elle, est libéralisée, et les aliénations possibles sont incluses dès le départ dans le concept. C'est ainsi que le spécialiste inconditionnel du sport touchera au secteur de la mode, que le fabricant de rideaux lancera de nouvelles idées pour le disco, sans parler des interactions permanentes et des mélanges de masculin-féminin, naturel-artificiel, luxe-discrétion.

Que les spécialistes visent à l'innovation dans la mode ou au perfectionnement de la fonction, qu'ils émanent un «Luxury Feeling» ou une «Natural Mood», qu'ils incarnent un «Sportswear Spirit» ou aspirent à la sobriété dans leur «Menswear Approach» — ils se prêtent toujours à l'ouverture et à l'interférence, et même aux créations individuelles tirant leur style personnel des diverses tendances de la mode. The dish of your own liking ...

Pages 64-81

LINGERIE ... ET BIEN PLUS ENCORE

Il n'y a pas si longtemps, la lingerie était un sujet très privé, strictement abordé entre adultes. De nos jours, non seulement la lingerie est totalement livrée au regard du public, mais les textiles jusque-là réservés à ce type de vêtements sont sortis de leur cadre pour entrer dans les plus diverses applications. Tout cela fait partie du mouvement anarchique qui a infiltré tous les segments de la mode depuis un certain nombre d'années. On ne trouve cette influence aussi prononcée nulle part ailleurs qu'à Londres, épicerie de l'excentricité vestimentaire. Cette combinaison de mode de rue, de créations des étudiants en design et cette originalité, (ou excentricité anglaise traditionnelle), confèrent à Londres son courant frénétique bien particulier, de

mode anarchique, et inspire des créateurs comme McQueen, Galliano et Westwood.

Ces designers, ainsi que leurs homologues dans d'autres pays, ont depuis longtemps sorti les dessous pour en faire des dessus et mis les vêtements de nuit à la lumière du jour. Vous pouvez aller au bal dans votre nuisette: le soutien-gorge décoratif joue un rôle très remarqué.

L'étalage de ce qui était naguère des pièces de vêtements très intimes fait partie intégrante de ce rejet des règlements que l'on constate partout dans l'habillement. Les tenues formelles intègrent des éléments décontractés, les coloris s'opposent, les matières contrastent, la coupe et le style traditionnels sont rejetés en bloc. On ne se fie plus aux règles du «bon vieux

temps» préconisant de porter ceci ou cela, quand, par qui et comment. Plus de règles, l'anarchie.

Cependant, de ce désordre ap-



parent peut émerger une fraîcheur plaisante, comme on le voit dans ces créations de Londres, présentées dans ce cahier. Devant les toutes dernières collections suisses de textiles pour lingerie, ces designers ont adopté une approche extrêmement ouverte quant à la manière de les utiliser. Ils ont choisi certaines matières non destinées à la lingerie qui ajoutent une note supplémentaire à la variété de l'ensemble.

Il en a résulté une illustration de la versatilité des textiles, aussi bien que du talent des designers à travers un assortiment de lignes de lingerie, de tenues du soir, de vêtements d'intérieur et de loisirs.

Il est un très vieux proverbe anglais qui dit «Les règles sont faites pour être enfreintes». Les créations de ces designers semblent en être une preuve éclatante.

Pages 82-87

LE DESIGN DE MODE EN SUISSE

Un musée national illustre l'histoire de son pays. C'est bien. Mais le fait qu'il s'intéresse à l'actualité de la mode en l'intégrant dans ses collections témoigne d'une grande ouverture d'esprit. En effet, il présume ce faisant que, bien que l'histoire ne se nourrisse que du passé, elle reste particulièrement intéressante du fait qu'elle parle aussi de l'avenir.

Avec cette exposition spéciale à Zurich, le Musée national suisse ouvre le plus récent chapitre de la création de mode en Suisse de 1972 à 1997. Le design de mode est (enfin) pris au sérieux et étudié pour la définition du visage socio-politique et culturel qu'il donne d'un pays.

La mode ne manque pas de diviser, lorsqu'elle dépasse le cadre de la fonction quotidienne du vêtement, et commence à se décliner sérieusement en thèmes. Les opinions sur l'importance qu'elle revêt oscillent entre rêve futile et courant nécessaire — entre jeu frivole et puissance formatrice, entre charme superficiel et constat d'ordre séismographique. Cette image versatile irrite. Si l'on s'intéresse de manière continue à ce phénomène déroutant par ses multiples facettes, on constate rapidement que la mode créative est extrêmement sensible aux humeurs de son temps, et qu'elle contribue également à les modeler.

Mettre en évidence l'esprit de son temps, voilà ce que le Musée national suisse s'est notamment mis en tête, lui qui s'est fixé pour but de mettre désormais la culture de tous les jours plus en avant et de se consacrer de manière accrue aux produits conceptuels du 20^e siècle. Depuis son ouverture en 1898, les tex-



tiles et les costumes constituent un point central de ses collections, mais il s'est jusqu'ici principalement limité à organiser des rétrospectives. On possède peu de choses sur le design de mode suisse contemporain et il est encore loin de faire l'objet d'une collection systématique par les musées. Ce projet, qui vise à traiter le passé proche de la mode et à élargir le regard sur l'avenir, paraît donc d'autant plus important. L'exposition spéciale du Musée national suisse à Zurich, «Design de mode en Suisse 1972-1997» tâchera d'atteindre cet objectif du 21 mars au 29 juin 1997 et lui associe en parallèle la réunion

d'une collection de créations des créateurs de mode actuels.

«La contribution des designers de mode suisses est encore nettement sousestimée. Tandis qu'en France il y a longtemps qu'elle est perçue comme une forme d'expression artistique, chez nous elle a encore besoin de se faire reconnaître», écrit la directrice de projet Sigrid Pallmert. «La Suisse n'est pas un pays de la mode au sens classique du terme, mais l'apparition concentrée de jeunes designers de talent dans les années septante n'était pas, et n'est toujours pas un hasard. La conjoncture socio-politique régnant en Suisse a favorisé cette évolution. Cette exposition se donne notamment pour mission de remonter à l'origine de ce phénomène. Elle entend sensibiliser le grand public et modifier sa perception du thème de la mode.»

L'année 1968 peut se voir comme une année charnière à bien des points de vue, et même pour la mode. L'ambiance générale de révolution et la redéfinition du rôle de la femme se sont répercutées dans les vêtements comme un moyen nouveau d'exprimer le sentiment du moment. L'arrivée du prêt-à-porter, qui opposait au caractère élitiste de la mode des courants jeunes et individualistes, a précisément répondu à la nouvelle prise de conscience des femmes. Depuis le début des années septante, il se développe, en Suisse aussi, un design de mode avant-gardiste qui se donne pour but de proposer des idées originales et des innovations afin de participer à l'évolution des habitudes vestimentaires en mouvance. La création de «Thema Selection» 1972 se situe au début de l'ère nouvelle des labels de mode personnalisés.

L'exposition met en lumière douze créateurs de mode ayant valeur d'exemple pour le design de mode suisse: Thema Selection, La-taa Style, Pink Flamingo, A propos, Jet Set, Bronx Brothers, Hannes B., Christa de Carouge, Azurit, Annex,

Erica Matile et Ida Gut. Ils sont présentés sous forme monographique et dans la séquence chronologique de l'année de création de la marque, de sorte que les signatures individuelles et les différents styles se profilent nettement tout en émanant une continuité dans l'évolution. Un grand nombre d'autres designers novateurs sont présentés dans le cadre de prix et d'événements de la mode avec un modèle de leur création, et les épreuves de talents suisses à l'étranger — Richard Voinnet (Paris), Christian Arni (Milan), Idle Vice (New York) — parachèvent la collection. Ils ont en commun la volonté de s'impliquer et d'influencer leur contexte: par leur travail créatif, ils critiquent les thèmes essentiels de leur époque. Leurs vêtements militent pour l'émancipation de la femme (et de l'homme) ou défendent des critères écologiques, ils s'identifient à des sous-cultures ou reprennent à leur compte le langage vestimentaire d'autres sociétés. Ils contribuent au mixage culturel global ou se tournent vers leurs racines les plus authentiques.

On y trouve les témoignages sur les personnalités de la mode, dans un contexte de mode élargi. Un rapide regard sur la Haute Couture et la confection dans sa forme spécifique à la Suisse prépare le terrain, des réminiscences d'activités de groupe et de salon complètent le cadre, le rapport aux textiles suisses relie la créativité rencontrée dans la conception d'étoffes et de vêtements. Enfin, les Newcomers présentent la section «Strasse» (rue) comme une source d'inspiration. Les questions socio-politiques sont approfondies dans un programme global et un catalogue très complet, parcourant l'histoire du design de mode suisse au sein des changements sociaux, économiques et culturels, mettant en lumière les aspects de l'esthétique, de la présentation et de la production, et abordant l'avenir de la conception de la mode.

Pages 16-37

BETWEEN SHOWBIZ AND DRESSMAKING

Looking back at this Haute Couture season, we have to say that both of the above were present in over-abundance. The collections of the "newcomers" were awaited with excitement. Among them was the Englishman Alexander McQueen, newly engaged by the house of Givenchy to take the place of Galliano, now the head of Dior, as well as J.-P. Gaultier and Thierry Mugler, who made their debut as couture creators.

Naturally, the reactions of the other long-established houses were closely followed as well. Hardly has the entire couturier constellation ever been as titillating as now. Whether these new faces can help Haute Couture, which has long been at a low ebb, gain a new lease on life is still the No. 1 question, and it still remains unanswered, despite the sensational shows and the many high points of the collections that were celebrated. More than ever, Haute Couture is mired in a crisis of direction.

The problem is that the long-established policy of the top salons to offer their exclusive clientele the highest elegance, perfection of workmanship and the luxury of individuality stands in opposition to the goal of the leadership strategists, who exploit the idea of luxury solely as a marketing tool.

Thus the Dior show was also presented in superlatives: 4,200 roses and 800 metres of grey fabric were used to decorate the walls, with ball gowns made of 400 metres of tulle and 50 models exceeding all dimensions of extravagance. Galliano was still sovereignly true to his own line and showed a fireworks display full of imagination, with romantic, ethnic and frivolous elements. With young, curvy suits in

grey, Dior's favourite colour, combined with super-short skirts, wrap-around siren suits embroidered according to Chinese patterns and pearl jewellery inspired by Masai women and corsages, he delighted the press and the stars in the front row, but did not please Dior's traditional clientele.

Alexander McQueen derived his inspiration from antiquity. White, flowing or glove-tight dresses were held by golden bodices. Bulky sleeves, deep, artistically draped back décolletés and trouser suits with decorative necklines were the visually striking details of his collection, much of which was more reminiscent of film costumes than of Haute Couture.

Traditional houses like Chanel, Yves Saint Laurent, Ungaro and Balmain reacted to the newcomers' challenges by renouncing everything that was spectacular and concentration on absolute perfection of line and workmanship. Luxury is back. In contrast to the long-prophesied gradual dying-out of the couture client, last year's sales of expensive dresses reached record levels. This is also good news for the Swiss manufacturers of luxury fabrics, whose costly silks and embroideries are the basis for the narrow silhouettes and the simplicity which is new to Haute Couture.

«Lightness is freedom», declared Ungaro in characterizing his new collection, which he offered as a fashion soufflé. For Lagerfeld, lightness is the new luxury and therefore the most important message of the season. The collections of Versace and Gaultier also acknowledged the very differentiated interpretation of lightness, which is by no means to be equated with transparency. Light-

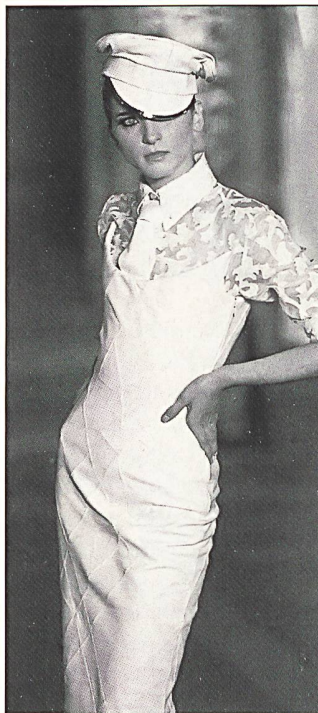
ness is instead a new attitude in fashion; it already showed itself quite clearly in the ready-to-wear collections of last autumn, and now, with the costly fabrics of Haute Couture, is experiencing a wonderfully luxurious and at the same time discreet conversion.

Light, flowing materials that accompany the body's movements with a new suppleness, giving naturalness and self-assurance to lines are the medium of this fashion. Elastic guipures, iridescent lamés, changeable silks, airy summer tweeds and feather-light printed fabrics were mixed together with playful allure. Lace became a second skin, without having a flimsy effect. Extremely fine wool crêpes were the basis for decorative and very modern looking drapings which threaded through all the collections like a main

theme. They emphasized the asymmetry of many lines, permitting sophisticated wraparound effects and necklines, and provided a soft, tender look which was also seen in the classic daytime wear and found its continuation in gentle, rounded forms.

The charm of floating lightness and highest sophistication also influenced the season's colour schemes. White shades, the lustre of pearls, cool skin tones and pale gold played a major role alongside the classic black and dark blue.

This season showed Haute Couture's alternatives quite clearly and with a great amount of creativity. It remains to be seen whether in the future it will continue to adhere to refinement and perfection, or whether it will go for the big showbiz effect.

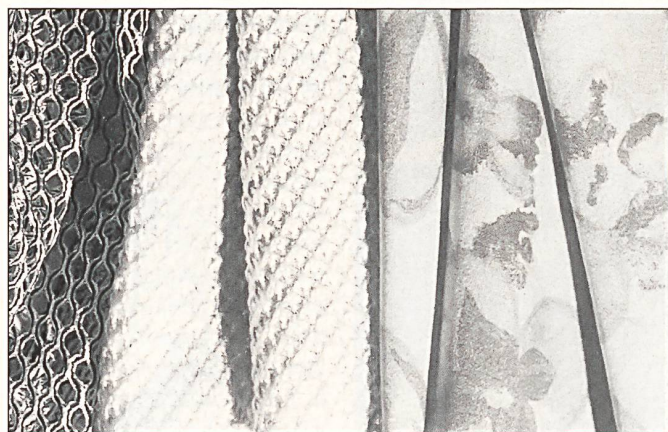


Pages 38–63

SUMMER 98 FABRICS DELICATESSEN

«Cook a dish of your own liking» – that is something fashion consumers have been doing for some time now, a trend that has become more pronounced. Each and everyone prepares his or her own favourite dish, using those ingredients and spices they like best, picked and selected here and there, without worrying about guidelines or rules. «All you need is love», i.e. all that matters is getting something special and keeping with your own preferences. That is what makes it a delicatessen.

Because fashion (like food) is such a sensual thing, it establishes a personal relationship, de-



mands love, desire and commitment, all the way back to its very beginnings, the material. The independent creation follows on from there. Indeed, a fabric designer is not unlike a gourmet who is able to choose from an abundance of ingredients, selecting his favourites with fantasy and fun. He blends them in his own particular way, convinced that he is thereby creating his own particular delicatessen.

Given the wide choice of ingredients available on the market, i.e. the many trends processed as forecasts or noticeable already in the avant-garde or on the streets, there is little else one can do but make careful and considered choices and present an individual dish – a perfected outstanding collection – with the full strength of one's convictions.

So, more and more, the selection on offer from Swiss fab-

ric manufacturers is a delicatessen or at least specialties: the finest cottons, precious silks, refined textures of fabric, inventive technological developments. An overview of the summer 98 collections clearly shows that the segments in which individuals specialise are increasingly narrow while, at the same time, the outlook itself becomes broader and willing to step beyond the boundaries. The product is precisely defined yet the actual application is liberalized, and the potential for alienation is accepted as part of the equation from the very outset. It is not unusual, therefore, to see dedicated sports specialist venturing out into the arena of fashion, or curtain manufacturers turning to the disco scene with novel ideas, not to mention the constant overlaps, mixing and matching between masculine and feminine, natural and synthetic, the luxurious and the understated.

Regardless of whether these specialties are directed at fashionable innovation at functional perfection, whether they convey a feeling of luxury or a natural mood, personify the spirit of sportswear or aim at functionality in a menswear approach, they always allow for crossovers, mixing and matching, leading to precisely those individual creations that allow personal styles to stand out from the fashionable trends. The dish of your own liking...

Pages 64–81

LINGERIE ... AND MUCH MORE

Once upon a time, not so very long ago, lingerie was a private affair, strictly revealed only between consulting adults. Now, not only is lingerie bathed in the full glare of public exposure but textiles hitherto reserved for such personal garments have also been taken into new areas and given greatly diverse applications. This is all part of the anarchic movement that has infiltrated all areas of fashion over a number of years. And nowhere is this influence more pronounced than in London, epicentre of the outrageous in clothing. A combination of cult street fashion, outre design students and that traditional English originality or eccentricity imbues London with its own particularly frenetic brand of anarchic fashion, and breeds the likes of McQueen, Galliano and Westwood.

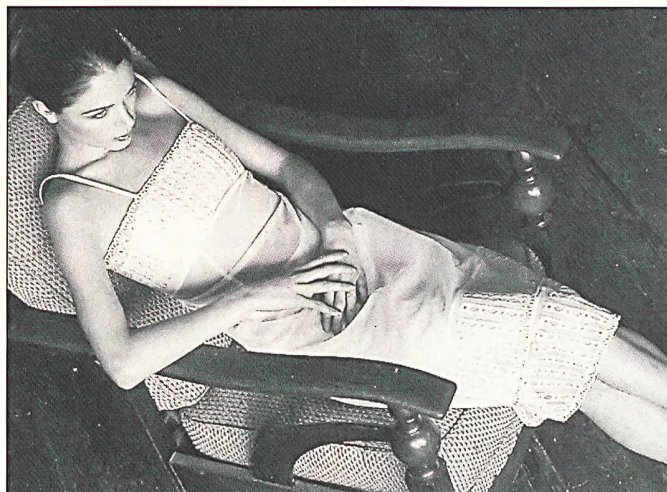
Such designers, and their counterparts in other countries, have long since brought underwear out into topwear, nightwear into the light of day. You shall go to the ball in your nightie: The topside bra makes its own pointed statement.

The flaunting of what were once such intimate items of apparel is all part and parcel of the breakdown in rules evident in clothing generally. Formal mixes with casual, colours clash, fabrics contrast, construction and styling traditions are rejected. No more those old-time rules on what may be worn when by whom and how. Anarchy rules.

Yet out of this seeming disorder can emerge a pleasing freshness, as seen in these designs from London. Faced with the latest of

Switzerland's lingerie textile collections, these designers have taken a completely open approach as to how these fabrics might be used. In conjunction, they have chosen some non-lingerie materials that add to the general variety.

Instead of designing with the fabric type foremost in mind, the fabrics have had to adapt to the styles the designers have created. It has resulted in illustrating the versatility of the textiles as much as the talents of the designers, in an assortment of lingerie, evening, at-home and playwear lines.



There is an old English saying that maintains «Rules are made to be broken». The outfits from these London designers would seem to prove the point.

Pages 82–87

FASHION DESIGN – SWITZERLAND

National museums record the history of their respective countries. The fact that one such museum should address contemporary fashion design and include it in its collecting activities is a sure indication of just how far-sighted that museum is. In doing so, it airs the view that, while only the past can become history, history is interesting precisely because it also deals with the future.

With its special exhibition in Zurich the Swiss National Museum has opened the latest chapter in the history of creative fashion design in Switzerland from 1972 to 1997. Fashion design is (at last) being taken seriously as a definition of the social, political and cultural climate and environment.

Taken aside from its routine function as clothing and addressed as a serious issue, fashion almost always succeeds in polarising opinion. Indeed, views on its importance range from insignificant to highly relevant; from vain and frivolous to shaping force; from superficial titillation to meticulous revelation. A spectrum as glittering as it is a

source of irritation. And yet, if one studies this multi-faceted and multi-layered phenomenon over time, one soon realises just how sensitively creative fashion has cast the signs of the time and helped to shape what is ambiguously referred to as «Zeitgeist».

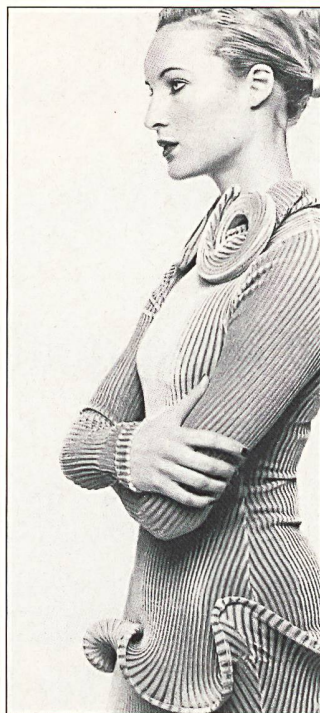
Making that very «Zeitgeist» palpable is, in fact, one of the main concerns of the Swiss National Museum, which has set itself the objective of bringing everyday culture back into the spotlight and dedicating itself more to the creative output of the 20th century. Since its opening back in 1898, fabrics and costumes have always been a focal point of the Museum's collection and yet the main emphasis has been on its retrospective approach. Contemporary Swiss fashion design is hardly documented and has never, to date, been systematically collected by any museum. Hence the importance of the project aimed at establishing the history of fashion in the immediate past and venturing a look at the future. «Fashion Design in Switzerland, 1972 – 1997», the title of the special exhibition at the Swiss

National Museum in Zurich from March 21 to June 29, 1997, has responded to this challenge and combined it with setting up a collection of creations by contemporary fashion designers.

«The achievements of Swiss fashion designers have been underestimated time and time

again. While in France it has long attained the status of art form, the fashion scene here is still struggling for recognition», writes the project's director, Sigrid Pallmert. «Switzerland is not considered to be a fashion country in the traditional sense, and yet the massing of good, young designers in the seventies was and is not a coincidence. The social and political climate prevailing in the country at the time favoured such a development. One of the reasons for this exhibition is therefore to look into the reasons behind that trend. Its aim is to sensitise the public to fashion as an issue and to try and alter people's perceptions of it.»

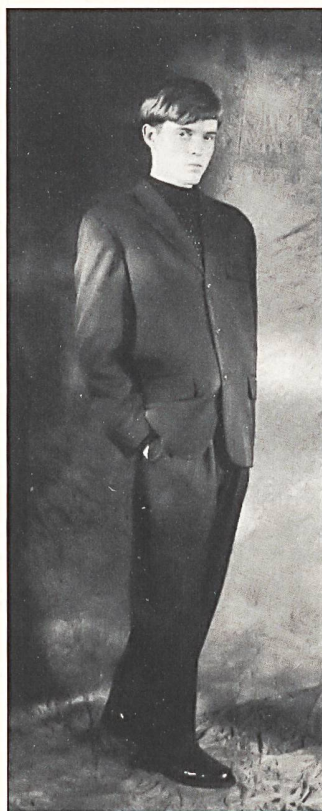
The milestone year of 1968 certainly disrupted the pattern, even in fashions. The sense of general upheaval and the redefining of the role of women were reflected in clothing as just one aspect of the way in which the spirit of the times was conveyed. The emergence of ready-to-wear clothing, which contrasted the elitist nature of haute couture with young, individualised motifs, was entirely in keeping with



TRANSLATIONS

the new understanding women had of themselves. And since the beginning of the seventies Switzerland, too, has been the springboard for avant-garde fashion design, which claims to offer independent ideas and trend-setting innovations to help shape the changes in clothing habits. The founding of «Thema Selection» in 1972 saw the dawn of a new era in designer-led fashion labels.

The Exhibition showcases the work of twelve fashion designers with striking examples of Swiss design: Thema Selection, Lataa Style, Pink Flamingo, A Propos, Jet Set, Bronx Brothers, Hannes B., Christa de Carouge, Azurit, Annex, Erica Matile and Ida Gut. The monographic representation and chronological order (matching the year in which their labels were established) are displayed in such a way as to bring out the individual styles and different concep-



tions of styling as well as a certain continuity in trend. A large number of other innovative designers are represented in the context of fashion awards and fashion events, each with one model, and examples of Swiss talent abroad (Richard Voinnet in Paris, Christian Arni in Milan, Idle Vice in New York) complete the picture. Influence and involvement are a trait common to all these designers: their creative work reflects their attitude and stands on important issues of the day. Their clothes mirror their attitude in favour of the emancipation of women (and men) or environmental protection; they identify with underground cultures or adopt the clothing language of other societies. They contribute to the global mix of cultures or reflect introspectively on their own inner roots.

These statements on fashion personalities are set within a large-

er fashion context. A brief glance back at haute couture and ready-to-wear clothing in a specifically Swiss variant paves the way; memories of group and trade fair activities broadens the horizon; the reference to Swiss fabrics and textiles establishes the link between creativity and material and clothing design. Finally, the section entitled «Strasse» (Street) incorporates newcomers as a source of inspiration.

Social and political issues are examined in greater depth in an accompanying programme and an extensive catalogue retells the history of Swiss fashion design through social, economic and cultural changes; it also highlights aspects of aesthetics, appearance and production, and looks at the future of fashion design.



Top swiss quality shirt and blouse fabrics

STOTZ

fabrics and interlinings



your partner for interlinings

Stotz & Co AG
Walchestrass 15, CH-8023 Zürich
Telefon 01/361 96 14
Telefax 01/362 66 24