

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1997)
Heft: 110

Artikel: Übersetzungen = Traductions = Translations
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-796307>

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 10-23

PRÊT-A-PORTER HIVER 97/98

YING ET YANG

La mode des années 90 est toute en contradictions. Une sorte de jeu qui aboutit à une nouvelle étape: autant de contrastes ont créé un tableau harmonieux convaincant par sa modernité.

A l'instar de Ying et Yang dans la philosophie chinoise — les deux faces de toute chose et inséparables pour former une unité — les collections des stylistes ont réuni en une évidence actuelle masculin et féminin, dépouillement et opulence, fermeté et tendresse, ampleur et étroitesse, court et long.

La manière d'arborer des couches de tulle sur des overalls en cuir, des robes ultra-courtes sous de longs manteaux de lainage, fait que le principe même de contraste et de contradiction disparaît. Actualité et réalisme s'imposent tout simplement.

La base reste masculine et nette. Viennent en tête les pantalons, de nombreuses versions de blazers, blousons et vestes-chemises, les cabans et manteaux longs aux légers accents d'uniformes. On accorde une importance plus grande aux divers éléments destinés à composer les ensembles les plus variés. Les matières les plus diverses s'y côtoient également. On verra associés de la flanelle et de fines rayures à des velours imprimés ou à reliefs, des «dévorés», du cuir et du tweed, mais également à des soies damasées et des tissus brillants et changeants. La couleur, elle, détermine l'unité, elle est monochrome ou dans des tons accordés. La plupart des collections proposent une palette très restreinte dont les vedettes seront le noir, les nuances sombres chocolat et encre. Quelques accents et un peu de lumière compléteront le tout avec du rouge, un violet pro-

fond, olive, cognac, blanc laineux et des pastels nébuleux. Le raffinement et une certaine opulence s'imposent par des tons métallisés et changeants et un peu de brillance.

On perçoit un regain de fantaisie et de charme dans la mode actuelle, féminité et silhouette féminine mises en valeur. Si, il y a six mois encore, trop de transparence et de romantisme paraissaient discutables et peu réalistes, toutes les collections actuelles proposent des formes subtiles et redessinées d'une mode féminine renouvelée, destinée à permettre à chacune de l'adapter à son propre mode de vie et à fournir les moyens d'une identification multiple.

Les tissus fins et souples — jersey de laine ou de soie et velours flatteur — sont à la base de nouvelles robes et tuniques simples, aux effets de drapés, cols roulés flatteurs

ou volants discrets. L'apport obligatoire de stretch dans les tissus permet également de souligner les lignes du corps en souplesse et de manière confortable. Coupes en biais, décolletés et ourlets asymétriques sont monnaie courante. Cette nouvelle approche de la féminité laisse présager de bonnes chances de succès commercial pour les nouvelles robes, jupes et blouses. Come-back également de la jupe courte présente dans presque toutes les collections, interprétée en stretch, cuir, jersey ou tweed. Provocante, insolente et sexy, moulante, évasée, portefeuille ou plissée telle une jupe de tennis, le succès lui semble assuré. Parfaitement à l'aise dans le sillage des «minis», les robes et jupes longues — au genou ou au mollet — vont de soi!

Coexistence harmonieuse également des silhouettes. Mince et

élancée pour commencer. Quelques stylistes reviennent aux épaules élargies et à certaines formes très taillées qui rappellent les années 80. Les formes surdimensionnées aux épaules larges et tombantes et manches généreuses voisinent tout naturellement avec des silhouettes fragiles. Ce qui vaut pour le haut se répète pour les pantalons. «Trop» longs, moulants et fendus à l'intérieur, ils voisinent avec d'autres coupes, larges, balayant le sol et montés aux hanches.

Les manteaux sont inséparables de la mode actuelle. Descendant au genou ou à la cheville, généralement dans les tons correspondant au reste de l'ensemble, les voici qui remplacent les vestes, conçus dès le départ à cet effet. Dans le détail et de même que pour les vestes d'intérieur, le dessin pur est prédominant. Les poches à peine visibles sont prises dans les coutures, les fermetures discrètement escamotées. A la place, d'opulents cols de fourrure dont la présence est quasi obligatoire. Et toutes les collections, unanimes, proposent les accessoires types: boas en plumes ou fourrure et bottes à hauts talons.

On distingue les influences d'un certain exotisme, adapté cependant au tableau d'ensemble urbain et actuel. De précieuses soieries d'aspect asiatique viennent enrichir la gamme des tissus et sont mises à contribution tant dans le classique que dans le sport.

Les stylistes internationaux ont réussi de manière extrêmement individuelle et très diversifiée une synthèse enfin convaincante, réunissant bon sens, logique, fantaisie et raffinement.



Pages 24-43

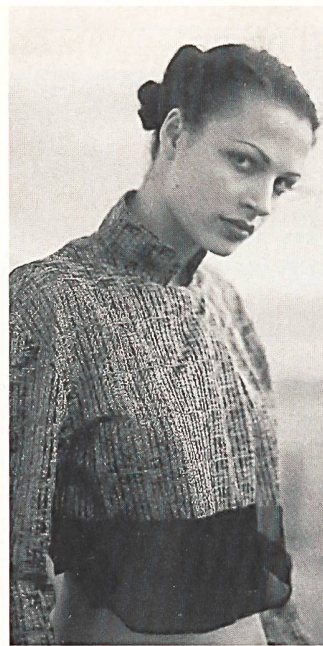
LES VAGUES DE LA MER ET DE LA MODE

Que le poète autrichien Franz Grillparzer (1791-1872) nous pardonne cet emprunt – sa pièce «Les vagues de la mer et de l'amour» n'avait rien à voir avec la mode et la mer y joue un rôle fatal.

Ici, au contraire, tout est conçu uniquement en vue des plaisirs de l'été – baignade, bain de soleil et romantiques soirées estivales – reflétés dans une mode insouciance et imaginative.

Six stylistes italiens – hommes et femmes – créateurs individualis-

tes et voués à une conception de la mode très diverse, se sont d'ores et déjà intéressés à l'été prochain en examinant les dernières propositions de tissus des collections suisses printemps/été 98. La diversité d'expression stylistique apparaît dès le choix des matières. Le blanc bien sûr est présent partout – teinte estivale par excellence, ou si l'on préfère «non-teinte» – incarnation de luminosité et douceur estivales; même le blanc est cependant sujet aux interprétations les plus variées,



du piqué stretch ou gaufré au plissé de coton coquet et fantaisie, du «clean-look» blanc pur – broderie anglaise ou autre – jusqu'au mélange savant de crêpe, jacquard ou broderie allover.

Le thème essentiel du plein-été demeure la transparence, qui se traduit dans des tissus diaphanes et permet des effets séducteurs en couches superposées et voltigeantes. Le contraste est fourni par le lin, compact mais frais et donc tout aussi omniprésent dans la mode estivale, souvent associé au coton: là également, le jeu de séduction «habillé – déshabillé» est actuel, autorisant la peau dévoilée tout autant que de généreux et aériens enveloppements.

Pages 44-57

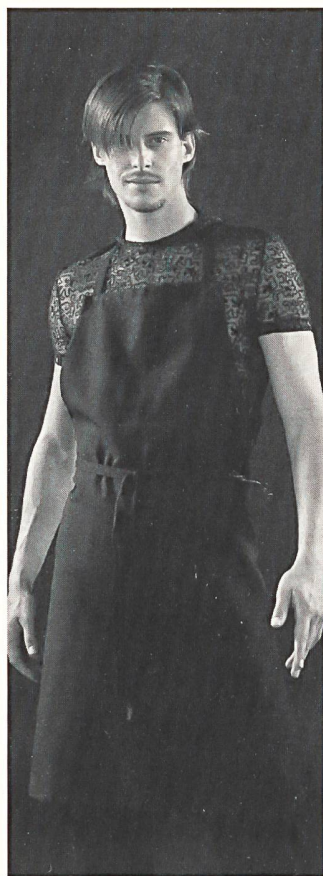
CAROL CHRISTIAN POELL MOT-CLÉ: RESEARCH

«Aller jusqu'au bord de l'arête sans tomber dans le gouffre – un but fort intéressant dans la mode masculine, cependant difficile à l'extrême».

Carol Christian Poell est l'auteur de cette phrase, tenté, lui, par ce genre d'acrobatie qu'il considère comme une gageure, une tentative de faire bouger le stylisme de la mode. Il assume les risques tout en les limitant par la recherche minutieuse de solutions optimales aux problèmes. Le mot-clé de son travail: Research. Le sens du terme anglais est pertinent. Il est moins exigeant que «recherche» et moins sujet aux aléas que «expérimentation».

Il s'agit d'une quête minutieuse, exigeante, obstinée pour découvrir la matière inédite, le détail novateur, d'inlassables essais de modifications de volumes, de proportions nouvelles; de judicieuses tentatives en vue d'une possible provocation, par exemple dans la coloration.

Carol Christian Poell fait par-



tie de la jeune avant-garde milanaise, dans la mode masculine. Il est autrichien, né à Linz en 1966 et réside en Italie depuis 1989; au départ issu d'une tradition de tailleur; son but, le design industriel. Poell estime que la base d'une esthétique actuelle de la mode consiste dans le rapprochement du «fashion design» avec les règles rigoureuses du dessin industriel.

Poell produit dans sa propre entreprise C.C.P. et vend à une clientèle choisie dans son pays et à l'étranger, en particulier en Amérique et en Extrême-Orient. Sa première collection date de l'automne/hiver 94/95. Actuellement, la collection été 98 est prête à être présentée dans le cadre des Milano Collezioni Uomo. Une série de modèles qui seront là, en quelque sorte en «pré-première» et réalisés dans des tissus suisses.

«Research» débute dès la sélection des matières, la fibre innovatrice de Poell étant sensibilisée d'abord par le tissu. Il consacre un temps

quasi illimité à l'acquisition d'étoffes, examine des douzaines de collections dans toutes les foires spécialisées importantes et demeure insensible à une quelconque influence concernant les différentes utilisations proposées – dames, messieurs, sport actif ou technique – tout peut entrer en ligne de compte lorsqu'il y a correspondance avec ses idées propres, bien entendu très précises. Le fait que Poell est particulièrement au courant des spécialités et propositions des entreprises textiles suisses correspond parfaitement à l'image d'un styliste, qu'il serait aisé de considérer comme un «inconditionnel» des tissus.

Christian Poell appelle son style la mode «anti-macho»; les silhouettes athlétiques modulées par le fitness ne sont pas de son goût, les rêveurs et intellectuels lui sont plus proches que le Superman sportif. Ses silhouettes apparaissent étroites, élancées, les coupes affleurent le corps avec des manches étroites et des épaules rembourrées,

droites cependant et carrées; il obtient d'intéressantes variantes avec des effets étagés, des jeux de longueurs et des modifications dans les proportions, ainsi qu'avec de possibles combinaisons variables des divers éléments d'un ensemble. Il voue un soin extrême au moindre détail extérieur et intérieur tant sur le plan optique que fonctionnel.

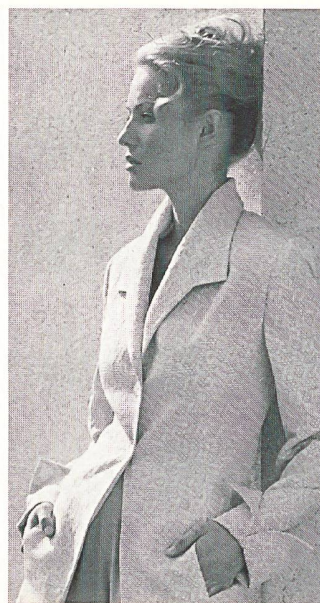
Le noir si apprécié de l'avant-garde s'entoure chez Poell de plus en plus de couleur, dont il dispose de manière résolument risquée et selon une philosophie toute personnelle. Il rajoute de la couleur à la couleur, ne recule devant aucun mélange osé, comme par exemple rose, orange et bordeaux, opère un contraste avec du jaune tranchant tout en tenant compte de l'effet changeant de la couleur selon la structure. La couleur peut être associée à différentes nuances de blanc ou au blanc pur, mais jamais cependant au noir, ce dernier demeurant toujours seul.

Pages 58-75

LE PRINTEMPS DE (LA MODE) DE PRAGUE

Le printemps de Prague est réputé depuis 1946 déjà pour son festival de musique classique; le printemps de la mode, lui, a éclaté depuis peu. Nombre de boutiques et d'entreprises de jeunes stylistes sont apparues, qui tendent à proposer une mode dite imaginative et inspirée de celle de l'Ouest, avec ses noms et labels célèbres, de plus en plus rapprochés, mais avec un apport inédit et personnel. Sans doute se réfèrent-ils aux idées des centres de la mode — l'Europe de l'Est rencontre l'Ouest. Autre fait significatif pour ce projet des stylistes: la relation qui s'est établie entre les textiles suisses et les designers pragois, afin de poursuivre de part et d'autre des contacts fructueux sans doute.

Prague a été en tous temps considérée comme une ville élégante et la Tchéquie est un pays bénéficiant d'une grande tradition textile, même si la créativité dans le domaine de la mode n'a pu s'exprimer que de manière



parcimonieuse durant les longues années d'isolement. L'envie actuelle de mode et de création n'en est que plus tangible, le plaisir plus voluptueux de travailler de nouvelles étoffes, des qualités luxueuses, de pouvoir se concentrer sur le raffinement des dessins et les finesses de la coloration.

Le choix des tissus de l'offre la plus récente pour l'été 98 emprunte deux voies opposées, que les dessinatrices tchèques sont en train de tenter d'explorer (on ne rencontre guère d'hommes dans cette profession, comme en d'autres lieux également où un nombre impressionnant de femmes assurent la relève dans ce domaine). D'une part c'est le quotidien qui prévaut, but réaliste et raisonnable, une conception également qui favorise sciemment des lignes simplifiées. L'autre tendance favorise le goût du faste, du luxe, de ce qui est généreusement décoratif, sans cependant omettre une réflexion maîtrisant le trop-plein de volume et de drapé des tissus et mettant en valeur une silhouette artistement élaborée.

Pages 76-87

LES TISSAGES SUISSES D'ÉCRUS ET LEURS NOUVEAUX ATOUTS

Si les tisseurs suisses d'écrus restent fidèles aux produits bruts qui ont contribué à établir leur réputation, ils ont cependant raffiné leurs prestations. Leur philosophie repose sur la Coopération, la Communication, la Concentration et le Contentement de la clientèle: les quatre C.

Les tisseurs suisses d'écrus viennent d'être sollicités par une épreuve de ténacité inhabituellement longue. La période de vaches

maigres, que leur réservait le destin depuis 1990, semblait interminable et les espoirs, nés ici et là, ne se confirmèrent pas. Maintenant, des indicateurs fiables permettent de présager une consolidation si ce n'est une régénération du marché. Les conditions-cadres, telles que le cours du franc suisse et la cumulation paneuropéenne, rehaussent leur compétitivité. Les conditions intérieures se sont elles aussi améliorées: les stocks de tis-

sus des transformateurs s'étant épuisés, les besoins se transforment maintenant en commandes. Les tisseurs d'écrus ont en outre, sous l'emprise de cette récession, réduit leurs capacités et diminué la pression que le marché exerçait sur eux. Simultanément, ils ont innové leurs systèmes d'offre. Et ils ont soumis leurs entreprises à des cures d'amalgamement qui leur permettent souvent d'opérer aujourd'hui avec des prix d'il y a dix ans.

Il semblerait aussi que l'évolution structurelle du marché textile soit favorable aux tisseurs suisses d'écrus. Déjà avant l'irruption de la dernière crise, ils s'étaient constamment demandé s'ils devaient, et le cas échéant comment, se rapprocher des consommateurs au sens le plus large. Maintenant, différentes solutions leur permettent ce rapprochement sans perdre de leur caractère de tisseurs d'écrus. Les initiés de la branche

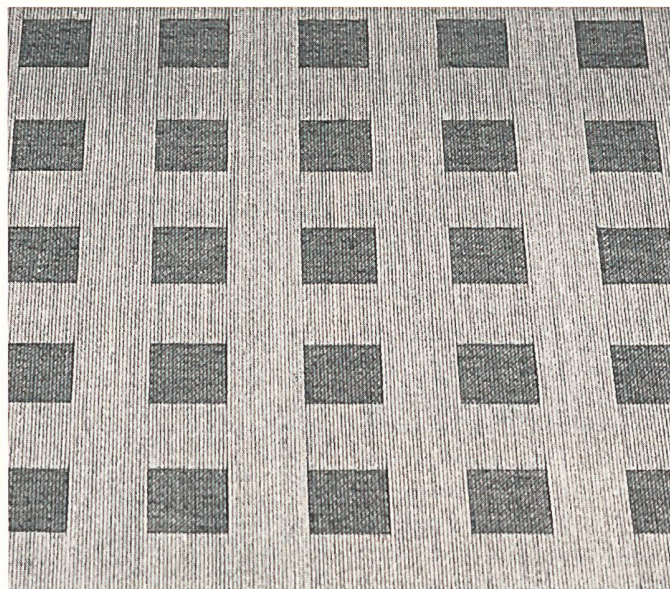
ont avancé ici et là que le tissage d'écrus n'avait plus aucune chance sur le marché textile actuel. C'était sans compter sur l'espoir, nouvellement justifié, de voir les détaillants rechercher les approvisionnements plus fréquents, à plus court terme, plus proches des exigences de leur clientèle. Or cette évolution renforce la position des tisseurs d'écrus. Conjointement, suite à la verticalisation croissante des structures du commerce de détail, ces derniers sont de plus en plus amenés à traiter avec de tout nouveaux partenaires: les grands distributeurs, qu'il s'agisse de groupes de grands magasins produisant eux-mêmes ou de «petits géants» ambitieux forts d'un réseau de vente important, tous sont sur le point de devenir des consommateurs de tissus écrus. Les éditeurs, clients classiques de ces tisseurs, vivent eux aussi une certaine renaissance. Ceci non au niveau de leurs structures traditionnelles, avec leurs prestations variées et leurs coûts, car c'est plutôt d'un tout nouveau type d'éditeur qu'il s'agit: un éditeur aminci, rapide et ultraspécialisé, de plus en plus apprécié par les confectionneurs de modes de courte durée.

Mais si les tisseurs suisses d'écrus sortent de la crise, ils le doivent également à l'amélioration substantielle de la communication au sein de la chaîne textile. Si la communication est meilleure et si la disponibilité à travailler en étroite collaboration croît, peu importe le nombre d'échelons contribuant à la fabrication d'un produit. Au contraire: là où des spécialistes ultraflexibles coopèrent, la «quick response» n'en est que plus satisfaisante. «La formule est simple», s'exclame un interlocuteur, «le fait de nous rapprocher de nos clients nous permet d'évoluer avec eux, d'aller de l'avant!».

Que l'on ne s'y trompe pas: la concurrence, dans le secteur des

tissus écrus, reste impitoyable. Sauf que les Suisses se battent maintenant à armes égales à celles de leurs rivaux étrangers, depuis que le taux élevé de leur franc et d'autres conditions faussant la

massives dans les entreprises, de même que par l'adoption de technologies ultramodernes. Mais les succès enregistrés semblent essentiellement dus, comme le confirment nos recherches, à quatre ver-



compétitivité ont quelque peu rétrogradé. La devise suisse a retrouvé un niveau raisonnable face à la lire, au dollar et au mark. La cumulation paneuropéenne ouvre aux produits suisses des débouchés auprès de confectionneurs européens contraints de fabriquer de plus en plus à l'étranger pour des raisons de coût. Car, jusque dans le secteur des tissus écrus, particulièrement dans celui des tissus finis, le taux des exportations est élevé. Les tisseurs suisses d'écrus sont aux prises avec une concurrence globale. La haute réputation, dont leur offre bénéficie traditionnellement sur le marché mondial de par sa qualité et leur capacité d'innover, est incontestée. Le passé révèle par contre clairement que cette réputation perd son attrait dès que la comparaison des prix défavorise outre mesure les produits helvétiques. Encore que l'on soit parvenu à atténuer partiellement cet inconvénient par des mesures d'économie et de rationalisation

tus dont les graphies commencent toutes par un «c».

La coopération est la principale clé du succès retrouvé par les tisseurs suisses d'écrus. Le client, dans le meilleur des cas, ne se borne plus à venir, voir et commander. Il décrit plutôt un problème ou un projet auquel il y a lieu de s'atteler en commun. Les tisseurs d'écrus ont de ce fait sensiblement rehaussé leur réputation: le préjugé formulé jadis, selon lequel ils n'entendaient rien à la mode, est dorénavant écarté. C'est que ces tisseurs n'approvisionnent plus que les éditeurs, mais traitent nouvellement aussi avec des confectionneurs et même parfois des détaillants. Cette nouvelle clientèle est ici motivée par deux avantages: d'une part, la mode quotidienne, fort marquée par le sport, nécessite une haute technicité au niveau des fils et tissus écrus déjà; d'autre part, la comparabilité des offres de tissus contraint les confectionneurs (et grands détaillants) à se

démarrer plus distinctement dans le choix de leurs produits. Ces consommateurs ont pour cela besoin d'articles spéciaux dont l'élaboration remonte souvent à celle des écrus. Plus fréquemment, ces articles spéciaux sont développés par les fabricants de tissus finis. Mais qui bénéficie des réseaux nécessaires dans la confection et le commerce de détail peut s'assurer une part enviable du marché en faisant tisser ici ses écrus qu'il achèvera et confectionnera ailleurs.

La communication est à l'origine de toute coopération. L'utilisateur, plutôt que de tenir le tisseur d'écrus à l'écart de ses projets, lui précise les applications des tissus qu'il recherche. L'un et l'autre s'entretiennent à ce sujet. Les différents échelons de l'industrie textile, il y a peu encore jaloux de leurs prérogatives individuelles, se rapprochent pour se concentrer ensemble sur ce qui seul compte: satisfaire les besoins et goûts des utilisateurs finals. Pour cela, les tisseurs d'écrus sont amenés à s'entourer, outre de techniciens du tissage, d'experts en mode, ceci dans les ateliers comme dans la vente. De plus, ils doivent étendre et intensifier leurs efforts au niveau de la diffusion: aussi rencontre-t-on depuis peu ces tisseurs également aux salons, grâce auxquels ils commercialisent leurs produits dans le monde entier. Plus que de restructurer les entreprises, la crise a donc modifié le comportement des intervenants.

La concentration apparaît comme la troisième des vertus. La crise a touché également les ateliers des tissages d'écrus. Les entreprises fortes ont subsisté. D'autres ont judicieusement fusionné, créant ainsi des synergies ou une extension de leur offre. Cela n'a pas conduit en Suisse à la création d'entreprises géantes, mais de taille suffisante pour agir de leurs propres forces: suffisam-

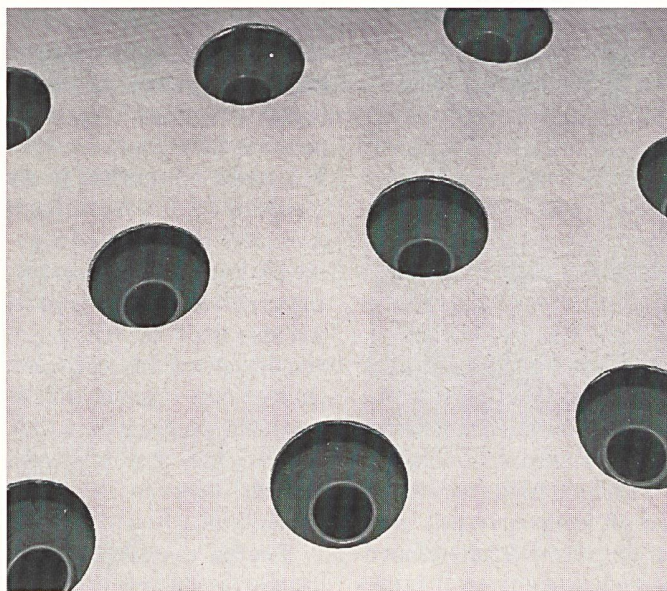
TRANDUCTIONS

ment petites pour ne pas sacrifier leur flexibilité, suffisamment grandes pour être rationnelles. A condition d'être pratiqué correctement, ce principe cher aux tisseurs contemporains fonctionne également là où il relie plusieurs firmes entre elles. C'est que, finalement, le résultat dépend moins des machines que de celles et ceux qui les font produire. Cette nouvelle vue des choses redéfinit la spécialisation chère à l'industrie textile suisse, et combien primordiale. Cette spécialisation ne se limite désormais plus aux tissus ultrafins, mélanges raffinés, plissés et passe-gaze entre autres, qui conservent évidemment toute leur raison d'être puisqu'ils constituent encore une part importante de l'offre suisse: elle s'étend à la capacité des fabricants de se rapprocher de leur clientèle et d'agir rapidement. Le prix est un autre élément nouveau dont on parle à cet égard en Suis-

se. On comprend que les tisseurs suisses continuent à miser sur la qualité élevée et constante de leurs produits. Ce qui est véritablement nouveau et augure une progression réjouissante, c'est qu'ils s'ef-

forcent d'associer ces vertus traditionnelles, qui gardent toute leur opportunité, à des critères modernes.

Le contentement de la clientèle enfin constitue le but de toutes



les mesures prises. Il a déjà atteint une ampleur qui dépasse de loin la qualité intrinsèque des produits puisqu'il dépend aussi de toutes sortes de prestations qui ne cessent d'augmenter. Les capacités innovantes des tisseurs suisses d'écrus s'avèrent de plus en plus importantes: elles situent ceux-ci au-dessus de simples exécutants. Jadis secteur clairement défini sinon limité de la chaîne textile, le tissage d'écrus évolue vers un offrant de prestations complexes. Bien que ses produits, ne subissant aucun achèvement proprement dit, restent bruts, ses prestations et plus-values se diversifient et se raffinent constamment.

Nef + Co AG
CH-9001 St. Gallen
Telefon 071 228 47 28
Telefax 071 228 47 38



Service und Qualität
Service and quality

NEF+CO
Aktiengesellschaft

			tex		Nm		Ne	
			0 100 50 40 30 25 20 15 12 10 8 7,4 7 6 5,6 5 4,5 4 3,7 3,5 3,3		0 4 10 16 25 34 40 50 60 70 80 100 120 140 155 170 190 200 210 230 250 270 300		0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100 110 120 130 140 150 160 170 180	
Baumwollgarne / Cotton Yarns								
Aegyptisch Super-Longstapel supergekämmt		TOP	*					
Egyptian super-longstaple supercombed		special quality						
Aegyptisch Extra-Longstapel supergekämmt		SUP 1 $\frac{1}{8}$ "	*					
Egyptian extra-longstaple supercombed								
Extra-Longstapel supergekämmt		PRIM 1 $\frac{1}{16}$ "	*					
Extra-longstaple supercombed								
Longstapel gekämmt		LUX 1 $\frac{1}{16}$ "	*					
Longstaple combed								
Tanguis Longstapel gekämmt		TANGUIS 1 $\frac{1}{16}$ "	*					
Tanguis longstaple combed		gesponnen/spun in Peru						
Tanguis Longstapel cardiert		TANGUIS 1 $\frac{1}{16}$ "	*					
Tanguis longstaple carded		gesponnen/spun in Peru						
Amerika gekämmt		ULTRA 1 $\frac{1}{8}$ "	*					
American combed								
Rotorgarn		CORO						
rotor-spun								
NEU! SPOERRY ELITE COTTON								
Garne aus künstlichen Fasern / Artificial yarns								
Spun Viscose 100 %	Danufil	DANU	*					
Spun Viscose 100 %	1,3 dtex, 40 mm glänzend/bright							
Micro-Modal 100 %	Lenzing Modal	MICRO-M	*					
Micro-Modal 100 %	1,0 dtex, 40 mm glänzend/bright							
Micro-Modal 50 %		MIPA						
Paso Cotton 50 %	Mischgarn gekämmt / blended yarn combed							
Lyocell 100 %	Lenzing	LYO						
Lyocell 100 %	1,3 dtex, 40 mm glänzend/bright							
Garne aus synthetischen Fasern / Synthetic Yarns								
Spun Polyester 100 %	1,4 – 0,9 dtex, 40 mm	GALA	*					
Spun Polyester 100 %	glänzend/bright							



Handgeprüft
nach GUT
reelle Werte

CONFIDENCE IN TEXTILES

Passed for harmful substances
Schadstoffgeprüfte Textilien
Tested substances nachweis
Test substance nachweis
according to nachweis/after/according
Öko-Tex Standard 100
No. 844 10019-22 TESTEX Zürich

Pages 10-23

READY-TO-WEAR WINTER 97/98 YIN AND YANG

Opposites are determining the fashions of the 90s, and this play of contrasts has now attained a new quality: contradictions have developed into a harmonious whole whose modernity makes it convincing.

Like Yin and Yang in Chinese philosophy, the two sides of all things that only result in a unity when taken together, so the ready-to-wear designers' collections also feature masculine and feminine, puristic and opulent, hard and soft, wide and narrow, and short and long that come together in a new self-assurance.

The way tulle layers are worn over leather overalls, or short burnt-out dresses under long woolen coats makes one completely forget terms like "contrast" or "contradiction". It's just modern and what's real.

The basis is still masculine-puristic. Trousers, widely varying forms of blazers, blousons and shirt jackets, three-quarter length coats and long coats with a slight touch of uniform are dominant. More strongly than before, attention is on individual elements that can be assembled into all kinds of ensembles, where very different materials encounter one another. Flannel and fine pinstripes correspond not only with printed and embossed velvets or with burnt-outs, leather and tweed but also with silk damasks and iridescent high-gloss fabrics. Unity and clarity are provided by the colours, which may be monochromatic or tone-in-tone. Most collections make do with a very concentrated colour spectrum, where blacks, dark chocolate and ink tones play the main role. Here and there, red,

deep violet and olive shades or cognac, wool white and greyed pastel tones place an accent or provide a brightening note. Despite all the restriction, iridescent and metallic-effect tones as well as glittering effects give sophistication and a certain opulence.

Last season, a renewed attention to femininity and feminine forms brought notes of fantasy and sensuality back into fashion. And even though the excessive transparency and romance of six months ago seemed dubious and less realistic, now all the collections are showing mature and subtle forms of a new feminine fashion which are offering modern, self-confident women a wide variety of possibilities of identification that are adapted to their lifestyles.

Fine, soft fabrics such as wool and silk jerseys and supple velvets are the point of departure for unpretentious new dresses and tunics

with nepped or draped wraparound effects, adorned with decorative roll collars or modest flounces. The indispensable stretch component in the fabrics allow even tight-fitting forms to be worn comfortably and casually. Slanted slits or asymmetrical necklines and seams are often seen. With this new touch of femininity, dresses, skirts and blouses are now once again expected to do well in the market. This is also being helped by the comeback of the short skirt, which is included in almost all the collections in stretch fabrics, leather, jersey or tweed. Provocatively bold and sexy, skin-tight, full, wrap-around or pleated like a tennis skirt, the short skirt is considered to be a sure-fire success. Along with it, however, knee and calf-length skirts and dresses are also self-assuredly holding their own.

Peaceful co-existence is also found in the silhouettes. Slim and

long is the predominant line. New elements with some designers are wide and padded shoulders and sharp-waisted cuts that hark back to the 80s. Also oversized shapes with wide, down-sloping shoulders and generous sleeves are seen on an equal footing with delicate silhouettes. And what applies to tops is equally true of trousers. Overlong, skin-tight trousers that are slitted along the inner side are one variant, along with floor-length shapes hanging loosely on the hips.

Coats have developed into an almost integral part of fashion. Whether knee or ankle-length, mostly in the same colour as the rest of the parts of the ensemble, they are replacing jackets and are often designed as intermediate forms. And like indoor jackets, their details are characterized by a puristic restraint. Pockets are laid along the seams and are scarcely visible. Fastenings are discreetly covered. On the other hand, opulent fur collars have advanced to the status of indispensable decorations. Fur and feather boas as well as high-heeled boots are now typical accessories that no collection is without.

Exotic influences are recognizable, but always subordinated to the modern urban overall look. Costly-appearing Asiatic silks and embroideries enrich the fabric palette and are used for classic as well as sporty designs.

In highly individual, very different ways, international designers have succeeded in creating a convincing synthesis that combines reasonableness, a sense of reality, imagination and sophistication.

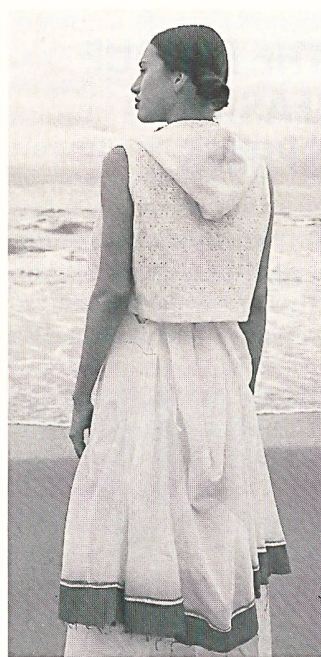


Pages 24-43

SEA AND FASHION WAVES

The great Austrian playwright Franz Grillparzer (1791-1872) will forgive us for borrowing utilizing the title of one of his plays "Sea and Love Waves": He of course didn't have fashion in mind, when he wrote the work, although the sea indeed played a fateful role in it. But here with the sea, everything is geared solely for lighthearted summertime enjoyment – swimming, sunbathing and romantic summer evenings, reflected in carefree, fanciful fashions.

Six Italian designers of both sexes, each with an individualistic, creative temperament and different fashion tendencies have already come to terms with next year's Spring and Summer, based on the latest creations from the Swiss fabric collections for Spring/Summer 98. Even the selection of materials covers a wide arc of stylistic expressions. Although white is included everywhere as the summer colour par excellence – or actually as a non-colour, the embodiment of



glittering light and the sun's warmth – the way white is used also indicates opposing fashion currents, from puristically worked stretch or honeycomb piqués to playfully ornamented cotton plissé, from the clean look in blossom-white English or tambour embroidery, to sophisticated mixtures of crêpe, jacquard and all-over embroidery.

The top theme of the high summer is still transparency, with airy-light wovens worked into fluttering and changeable effects with layers. The countertype is linen, compact but cool and therefore, in partnership with cotton, also omnipresent in the summer fashions, which will allow a provocative game of dress and undress, bare skin and ample coverings.

Pages 44-57

CAROL CHRISTIAN POELL KEYWORD – RESEARCH

"To go to the very limits, but not fall off the edge – in men's fashions this is extremely difficult, but very interesting."

These are the words of Carol Christian Poell, who has been walking just such a tightrope, taking it as a challenge to get something moving in fashion design. In doing this, he accepts the risk involved, but hedges it with his unremitting search for the ideal solution to every problem. In fact, he uses the English word "research" as the keyword of his work. This term has a less rigorous connotation than its German equivalent "Forschung" and has less of an aura of chance than "experiment". It's simply a meticulous, intensive and persistent search for the special material, the innovative detail, a patient testing of changing volumes and proportions, all for the purpose of cleverly exploring the possibility of a certain amount of provocation, for example in colours.

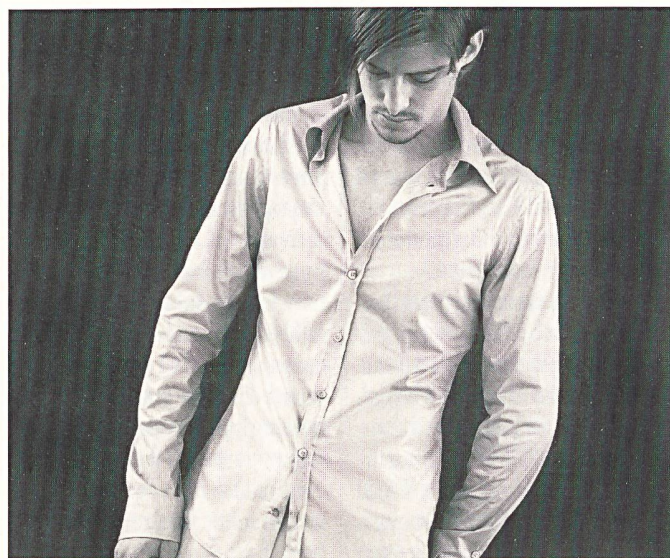
Carol Christian Poell is one of the young Milan avantgardistes in men's fashions. An Austrian, he was born in Linz in 1966 and has lived in Italy since 1989. The tailoring tradition is his background and industrial design his orientation. For Poell, the ever-nearer approach of

fashion design to the principles of industrial design is the foundation of modern fashion aesthetics.

Poell manufactures in his own company, C.C.P., and sells to selected customers in Italy and abroad, including America and the Far East. His first collection dates

from Autumn/Winter 94/95. At the moment his Summer 98 collection is about to be presented in the framework of the Milano Collezione Uomo. A number of his creations, here presented by way of "anteprima" (in advance), comprise Swiss fabrics.

Poell's research begins with the search for material, because fabrics are what inspire Poell's innovative impulses. He devotes a virtually limitless amount of time to selecting his materials, going meticulously through dozens of collections at all the important fabric trade shows, and doesn't let himself in the least be distracted by any pre-given categories as to the end-use of these fabrics such as womenswear, menswear, active sportswear or technical fabrics; he can use any fabric when it suits one of his very definite ideas. It fits the image of a fashion designer whom it would not be entirely wrong to call a "fabric freak", that Poell is very familiar with the spe-



cialist and niche-oriented lines of the Swiss textile producers.

Carol Christian Poell describes his style as "anti-macho fashion"; athletic, fitness-hardened male figures are not his ideal. Discriminating, intellectual types are more his type than the sports superman. Narrow, length-accentuating silhouettes, body-hugging cuts with tight-fitting sleeves and padded but straight and narrow, boxy shoulders undergo interesting variations with stepped effects, variable lengths and displaced proportions, together with a flexible combinability of the individual parts of the outfit. Great care, even extending to the inner life of the garment, is given to the functional as well as to the optically attractive detail.

To oppose the widespread avantgarde trend to black, Poell uses colour lavishly, in a thoroughly risky way which matches his own philosophy. To colour he adds yet more colour, not shying away from such outrageous mixtures as pink with orange and burgundy, countered with a sharp yellow, but he always remains aware of the interaction of colour and structure. Colour can be combined with pure white or various white tones, but not black, for black remains totally black.

Pages 58–75

THE PRAGUE (FASHION) SPRING

The Prague Spring is a well-known classical music festival which has been established since 1946. However Prague's fashion spring is just coming into bloom in the Czech Republic. This is all the more so, as a lively fashion scene has come into being within a short time, with numerous boutiques and young designer firms desiring to counter the demand for so-called Western image-conscious fashion names (that are now within the reach of the consumers) with something of their own creation. So they have shown themselves quite prepared to take up fashion impulses from the big fashion centers, but give them individual touches – another case of "Eastern meets Western Europe". What is also important for this project of the Czech fashionmakers is that the Prague designer scene is asso-

ciating with the Swiss textile scene to bring about the further pursuit of possible fruitful mutual contacts.

Prague has always been considered an elegant city, and the Czech Republic is a country with a strong textile tradition, even though for many years fashion creativity could only be given expression to a very restricted extent.



Now there is a greater than ever demand for fashion and fashion-makers, and a greater than ever sensual enjoyment in handling innovative fabrics and highly exclusive qualities and creating sophistication of designs and delicacy of coloration.

The selection of fabrics from the latest collections for Summer 98 has given an advance indication of the two opposite directions in which the Czech women designers have embarked upon (there are by the way hardly any men in this sector, where striking number of women – also in other places as well – are now forming the younger generation). On the one hand everyday wear has had the upper hand, with realistic or sensible goals, expressing a fashion approach which consciously aims at reduced lines. The opposite position is the trend to the striking impression, the tendency to the luxurious and ornamental, but also a well considered control of fabric fullness and drape, and a sculptural forming of the fashion silhouette.

Pages 76–87

WOVEN ON A NEW NETWORK

Grey, i.e. untreated, is still the condition of the goods provided by the Swiss weavers of loomstate cloth, but the services added are becoming ever finer and more comprehensive. Their basis can be summed up in the four C's: Cooperation, Communication, Concentration and Customer satisfaction.

This time the testing period has been unusually long. Beginning around 1990, most Swiss loomstate weavers passed through a thirteenth. The occasional hopes for improvement that flared up during the intervening years regularly turned out to be illusionary. Now, however, there are firm indications that

their situation is recovering or at least consolidating. The external frame conditions such as the exchange rate of the Swiss franc and the European Cumulation are improving competitiveness. And the internal situation of the Swiss loomstate weavers has also experienced some relief: now that inventories have been reduced, the pipeline is rather empty, and demand and new orders are picking up. During this period of severe testing, loomstate weaving itself has also changed, not only by the fact that capacities have been reduced in response to pressure from the market, but also owing to conceptual innovations in its

marketing systems. What is more, the weaving mills have passed through a cost-related slimming diet which has enabled some of them to make money even with prices of ten years ago.

Another fact that cannot be discounted is that certain fundamental structural changes in the textile market have worked out to the advantage of the loomstate weavers. Even before the latest crisis, they were constantly discussing whether, and if so how, they could get closer to their customers, regardless of how the "customer" is to be defined. In the meantime, different solutions have been found in this

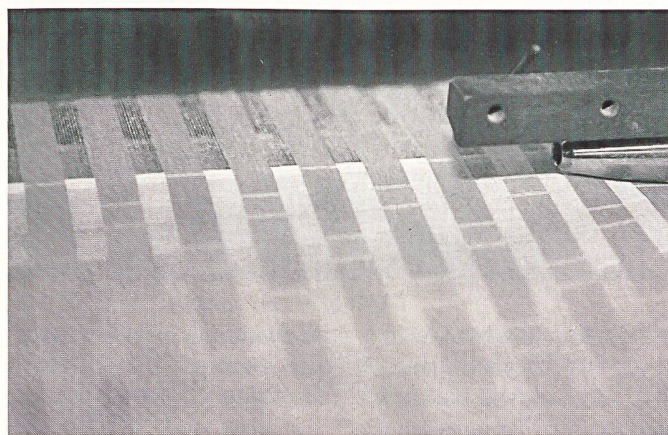
TRANSLATIONS

process, which have made this greater proximity possible, without the mill's losing the character of a loomstate weaver. For industry insiders, it had occasionally almost looked as if such a highly specialized operation as loomstate weaving hardly had any further chance in the concert of the textile market. Now, however, hope is coming precisely from a quarter that was virtually totally unexpected: the desire of retailers everywhere to purchase their fabrics more often, at shorter notice and more responsively to the demand has astonishingly strengthened the position of loomstate weaving. And the increasing integration that is taking place in the structures of the retail trade is leading at least in part to the fact that even in this preliminary stage of fabric manufacture, the weavers are now encountering completely new discussion partners: large-scale retail distributors, whether department store chains doing their own manufacturing, or the upwardly mobile "small giants" with their wide-flung chain of shops are increasingly revealing themselves to be the coming customers of loomstate weavers. Even the converters, the classic customers of loomstate weavers, are in a certain sense experiencing a resurgence – not the traditional structures, with their manifold and elaborate services, with corresponding costs – but now a new type of converter with a rapid, lean and highly specialized type of operation is becoming an increasingly important partner of just-in-time fashion manufacturers.

In the final analysis, the cause of the loomstate weavers' recovery is the fact that communication within the textile chain has enormously improved. When communication takes place more frequently and more rapidly than before, and when the readiness for close collaboration grows, then it is unimportant, from a time standpoint, how many states are involved in the

manufacture of a textile product. On the contrary; when highly flexible specialists join forces, the quick response is if anything even quicker. One discussion partner put it in a simple formula: When we team up with the customers, we advance along with them.

But to avoid any false impression: the competition in the loomstate weaving sector is still tough.



But the Swiss are fighting with swords that are again just about as long as those of their competitors, now that the disadvantages of currency exchange and competition have diminished somewhat: the Swiss franc is again in a reasonable relation to the lira, the dollar and the deutschmark, while the Pan-European Cumulation agreement has opened up doors through which Swiss products can again pass more easily to European clothing manufacturers, who for cost reasons are increasingly compelled to move their production abroad. This is important because the percentage represented by exports is also high in the loomstate weaving sector, not only directly but even more so in the form of finished fabrics. The Swiss loomstate weavers are fully engaged in global competition. Based on a long tradition, their goods have a high reputation for quality and innovation, a fact that is undisputed as far as the worldwide market is concerned.

However, as the recent past has clearly demonstrated, this no longer counts when a price comparison turns out to be too much to the disadvantage of the Swiss product. In this respect, the Swiss have now been able to become draw abreast or at least come nearer the price level of their competitors, thanks to massive savings and rationalizing in the weaving mills and also ow-

ing to the use of the most modern technology. Its successes however have been first produced by other virtues. According to our research, the Swiss loomstate weaving industry has above all committed itself to the "Four C's".

Cooperation is the most important keyword. No longer does the customer simply come, look and order – in the most favourable case. Instead, he tells the weaver that he has a problem or a job to do, and a joint search for a solution is undertaken. For this reason, the loomstate weavers have done intensive work on their image. The old prejudice according to which loomstate weavers understand nothing about fashion, has now been removed. The background to this is that for a long time, loomstate weavers have no longer been dealing with converters as their customers; now garment manufacturers and sometimes even retailers are coming to the loomstate weaving mill. The new customers are providing two main im-

pulses: firstly, street fashions are decisively influenced by sports and have a lot to do with high tech, requiring technological developments which already begin with the yarn and the fabric in the loomstate; and secondly, the fact that products (in this case woven fabrics) can be compared at the fabric stage is compelling garment manufacturers (and large retailers) to set themselves more clearly apart from others. "Specials" are wanted, and this often begins with the unfinished, loomstate fabric. Naturally, such specials are most often developed by weavers of finished fabrics for their own customers. But those in the garment manufacturing business or even in the retail trade who have corresponding networks can produce their own "Mega-Special" by having the fabric produced by the loomstate weaver in one place, finished somewhere else, and then made up and sewn somewhere else again.

Communication is here the beginning of everything else. The customer no longer tries to keep the loomstate weaver in the dark about what he plans to do with the fabric. Now the two openly speak to one another. The individual stages of the textile industry, which not so long ago were still tightly sealed off from one another, have eliminated their boundaries and now focus jointly on what it's finally all about – the finished product and the wishes and requirements of the user. However, this presupposes that in the loomstate weaving stage no longer just the technician but also the fashion specialist has a role in the weaving mill and in the sale of the product. This demands above all more intensive marketing efforts. Loomstate weavers have recently been making more appearances at fabric shows, and their sales staffs are operating virtually on a worldwide basis in many cases. Indeed, the purifying trials of the recent crisis have changed not only the weav-

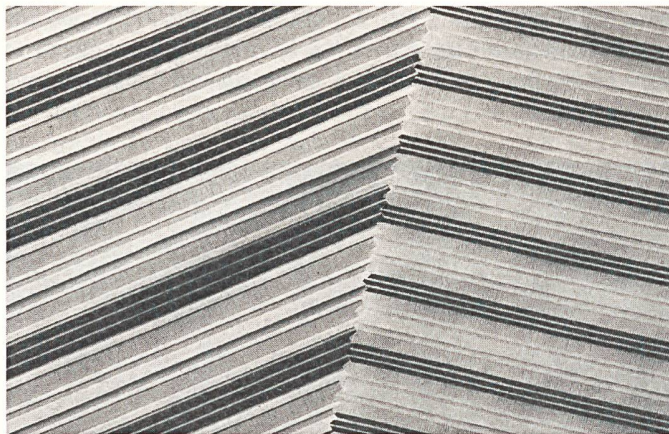
TRANSLATIONS

ing mills but also the thinking of the people who run them.

Concentration is the third important keyword. The winds of change have also caused the weaving rooms of the loomstate weavers to become more empty. Those have remained are the mills that have a lot of innate strength, or else logical mergers have taken place that have been created by synergies and supplementing product lines. In Switzerland this has not led to any giant weaving mills, but magnitudes to which inner strength can be attributed, namely, just small enough to be able to react flexibly, but at the same time big enough to be able to produce rationally. This principle, which the weavers are building on, is working – when properly organized – even in a larger group of companies. In the last analysis, the decisive factor is not the machines but the mobility of those that run them. And the new outlook has also led to a new definition of the term which for the

Swiss textile manufacturer has always had the highest ranking: specialization. Certainly the existence of such product specialities as highly fine woven fabrics, sophisticated blends or pleats and gauze fabrics

cently in this connection the word "price" is mentioned, even in Switzerland. It is of course taken for granted that the Swiss – just as in other connections – still count on the high quality of their fabrics and



is still fully justified and continue to constitute the proud summit of Swiss textile creations. However, the speciality of an enterprise can also just as fully consist in proximity to the customer and rapidity. And re-

the consistently high final appearance of their textile goods. What is new, however, is that the attempt is now being made to harmonize these still traditional virtues with modern criteria.

Customer satisfaction is in the end the goal towards which all other efforts are flowing. This has now reached a dimension which goes far beyond good product performance. Service is becoming an essential factor to an ever greater extent and also constitutes a very wide field that is being occupied with new forms of assistance. Innovation is becoming an ever more important factor that makes the loomstate weaver into someone far more than a mere contractor. Loomstate weaving, which previously in the textile chain represented a clearly defined and narrowly restricted field of operation, has now developed into an operation producing complex cluster of products and services. Grey, i.e. unfinished woven fabrics are still what this branch of industry supplies, but the services added to these are indeed ever finer and more comprehensive.



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