

Zeitschrift: Textiles suisses - Intérieur
Herausgeber: Office Suisse d'Expansion Commerciale
Band: - (1990)
Heft: 2

Rubrik: Traductions = Translations = Traduzioni

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: 17.05.2025

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



Pages 12-15

Design écologique

Avoine et pavois bientôt au musée?

La question est formulée par la revue allemande «Architektur und Wohnen» (Architecture et habitat), provocante à l'adresse de la tendance la plus excitante, la plus folle, la plus innovante depuis longtemps et qui, comme toute tendance, n'est pas inédite au point que l'on pense; l'avant-garde l'a annoncée de longue date, le monde entier l'a faite sienne: les stylistes, créateurs de meubles, d'objets utilitaires, de tapis, de tissus — qu'ils n'y voient qu'une formule à la mode ou, comme d'autres, soupirent d'aise en imaginant leur univers enfin renouvelé. Mais voilà: le design écologique n'est ni l'un ni l'autre, ni slogan, ni impulsion à l'état pur, mais bien un peu de tout cela.

Comme toujours lorsqu'il s'agit de stylisme, les Italiens furent les premiers — inspirés il est vrai par le classique et britannique «Interior Design» — à mentionner sinon l'écologie, le design «nature», du moins à lancer la tendance avec des stylistes comme Saraya et Moroni, suivis dans la foulée par les Français et leurs bois, raphias, bambou et jonc. Les Allemands inventèrent «la nouvelle simplicité» sous le signe de la réforme monétaire et de la nouvelle grande Allemagne, sans songer à la situation politique mais bien à de nouvelles tendances dans la création et le goût, à la réhabilitation des matières simples et modestes — brindilles, fer blanc, aluminium et glaise, à la reprise d'anciennes techniques artisanales, aux pièces uniques et à la réalisation «maison», à la simplicité de l'approche des formes et à un refus net des «high-tech» et artifices, d'un monde ressenti comme une menace à la fin de ce second millénaire. La nouvelle tendance et son harmonie naturelle tient mieux compte de la personnalité de l'utilisateur, se plie à ce qui a déjà existé ou s'y adapte, l'autorise à faire valoir sa propre créativité, son imagination et son style de vie personnel. Elle symbolise en quelque sorte une «écologie humaine» ou mieux «humaniste» — l'écologie de l'individu aux prises avec l'objet — créant ainsi trois principes nouveaux.

Ecological Designs

Will oats and popples soon be museum places?

This provocative question was put by the German magazine «Architektur und Wohnen» (Architecture and Living), voicing the wildest and most innovative trend we have seen for a long time; one which naturally, like all trends, is not really so new, as it has long been forecast by the avant garde. It is a trend which differentiates people the world over by their design and furniture, their consumer goods and carpets, their materials and equipment. Even if we regard it as yet another slogan, others are heaving a sigh of relief at the new inspiration their world is at long last experiencing. Ecological design is neither one thing nor the other, neither a pure slogan nor pure inspiration; it is a bit of both.

As always where design is concerned, the Italians were the first — inspired perhaps by classical English interior design, maybe less by ecology than by designs from Nature and imitations of the new trend with designers such as Saraya and Moroni. The French followed hard on their heels with wood and bast, bamboos and reed mats. Under the signs of monetary reform and the new united Germany, the Germans created the term «the new modesty». They were clearly not thinking only of fair-reaching, long-range political forecasts but also looking to a new direction of form and taste involving a return to simple, unassuming materials, dead twigs and sheet metal, aluminium and clay, harking back to early handicrafts and traditions, to one off, to the home made, the distillation of a processes which determines shapes and indicates a clear rejection of high-tech which in an artificial world will be regarded by many as threatening in the run-up to the year 2000. With its natural harmony the new trend takes more account than others of the «we have been here before» feeling, the personality of the user subordinated or adapted to existing fashion, thus allowing scope for his own creativity, for his fantasy and individual lifestyle creating a symbolism and new terms, such as «human ecology» or maybe «humanistic ecology» or possibly better still, «Ecology of Mankind».

Design ecologico

Avena e papavero, quasi prodotti «da museo»?

La rivista tedesca «Architektur und Wohnen» pone in maniera provocativa domande sulla tendenza da tempo più folle ed innovativa, la quale in realtà, come tutte le tendenze, non è poi tanto nuova, dal momento che gli avanguardisti l'avevano prevista da tempo. Essa ha tuttavia travolto gli ambienti del design ed arredamento, oggetti d'uso comune e tappeti, stoffe ed apparecchi, anche se gli uni pensano sia soltanto uno slogan in più e gli altri traggono un respiro di sollievo, perché il loro mondo riceve finalmente nuovi impulsi. Tuttavia il design ecologico non è né l'uno né l'altro, né un puro slogan tantomeno soltanto un impulso, bensì più l'uno e l'altro.

Come al solito parlando di design, sono stati gli italiani ad avviare la tendenza, i quali ispirati dal classico inglese «Interior Design» hanno creato un design non ecologico, ma perlomeno hanno iniziato a parlare di design «naturale» e dato inizio con personaggi come Saraya e Moroni alla nuova tendenza. A seguire sono stati i francesi con legno e rafia, canne di bambù e stuoie di canne. I tedeschi hanno creato il concetto di «nuova modestia» e ciò all'insegna della riforma monetaria e della nuova grande Germania. Essi non si riferivano ai grandi avvenimenti politici, bensì ad una nuova era di un nuovo gusto, intendevano un ritorno a materiali semplici e modesti, a sterpi e lamiera, ad alluminio ed argilla, al ricordo di tecniche e tradizioni artigiane, all'originalità e al far da sé, alla leggibilità del processo che definisce la forma ed un chiaro rifiuto dell'alta tecnologia, vista da molti verso la fine del secolo come un qualcosa di minaccioso. La nuova direzione con un'armonia naturale rispetta di più il già presente rispetto della personalità dell'utilizzatore, si sottomette e si adegua, lascia maggior gioco alla propria creatività, alla fantasia, allo stile individuale di vita e simboleggia in tal modo un qualcosa definibile come «ecologia umana» o per meglio dire «ecologia umanistica» o forse, per esprimerla in maniera più semplice, «ecologia dell'uomo» in rapporto con le cose, per creare in tal modo tre nuovi concetti.

L'esprit d'entreprise global

Design écologique signifie en premier lieu écologie, conscience des rapports avec la nature, concerne cependant également d'autres formules telles que «Recycling Design» ou «Bio Design». Seul le mot «design» se répète partout. Sans cette notion d'origine anglaise qui ne signifie rien d'autre que «recherche et création», rien ne va plus dans le secteur du mobilier, des textiles d'intérieur, dans celui des objets accessoires et de la décoration et jusque dans l'architecture. Tout le monde, après une période de forte inflation, avait prédit la fin prochaine de ce principe, il se maintient pourtant et s'ajoute de nouveaux attributs — High-Tech et High-Touch — nature, verre; au même titre que «Bio» et «Ecologie», il passe, ayant perdu jusqu'à sa signification, d'une «Renaissance» à l'autre. Le «design écologique» présente semble-t-il le seul revirement possible. Là, il est utilisé dans un contexte qui exige plus qu'une simple innovation du langage, davantage qu'une mode: réflexion, créativité et discussion.

La nouvelle tendance présente quelques difficultés pour les amateurs de «choses du quotidien». Cette fois-ci ils doivent non seulement adapter leurs collections à la nouvelle tendance, rajouter leurs couleurs, mais aussi renouveler leur marketing en tenant compte de la personnalité du consommateur; il faut redonner une «identité» à leur entreprise orientée selon les critères écologiques au même titre que l'emballage, le transport. Ceci nécessite une attitude nouvelle qui puisse s'affirmer dans l'agitation concurrentielle, qui tienne compte de l'écologie dans la production et soit apte à produire non seulement vite et bon marché mais de manière qualitativement concurrentielle.

C'est exactement là que les Suisses — avec leur production réputée onéreuse, leurs directives sur la protection de l'environnement et leur droit du travail rigide, avec leur passé historique et leurs rapports avec la nature, avec leur vivante tradition artisanale — ont une chance réelle de réussir leur jonction avec la grande Europe et un monde qui, en 1990, ne se présente plus sur le plan politique et économique de la même manière qu'il y a une année encore. Ce sont encore des entreprises suisses qui ont œuvré en qualité de pionniers, tant

The Enterprise Way of Thinking

But as the slogan indicates, ecological design also means in the first place, ecology, awareness and raising consciousness for relationships in nature, also encompassing other slogans such as «Recycling Design» or «Bio Design». The word «Design» is a must — what would we do without this term which after all, really only means coming to terms with and drawing up a plan. It is used in the field of furniture and interior textiles, for accessories and equipment, jewellery and even architecture! Everyone expected the word to disappear soon after its spectacular rise to popularity but it stays with us continuing to gain new attributes, such as High-Tech and High-Touch, Nature and glass, Bio and Ecology; sometimes it plunges totally meaninglessly from one renaissance to another. Only one version has resulted from «ecological design»; design in this context being in an environment which does not need anything more than a new fashion, which does not demand anything more than a new method of expression, once again incorporating the creative process, thought and analysis.

The new trend poses problems for everyone offering «Everyday Things». For once they not only have to adapt their collections to the new trend and brighten up their colour range, they also need new «ecological design» marketing to take account of consumer individuality. Companies will be looking for a new identity orientated towards the ecological dimension in the same way as packaging and transport needs a new attitude, short and to the point, capable of standing up to the commercial turmoil which has followed the uniform attitude. This new approach should not and will not only concern itself with questions of production but it must analyse ecological production — products must not only be quick and cheap they must also be of top quality and designed with care.

This is where the Swiss with their greatly lamented expensive production base, their tough tax regime for environmental protection, strict labour laws, with their historical background, their renowned links with nature and living craft traditions, this is where they have a great opportunity to link up to Greater Europe and a world which, in 1990, is totally differ-

Pensiero di totalità imprenditoriale.

Il design ecologico si riferisce anche ad una consapevolezza e alla coscienza nel rapporto con la natura; esso comprende anche altri termini come «recycling design» oppure «bio design». Solo la definizione design è sempre presente. Senza questo termine inglese, il quale ha un significato più profondo di riflessione e concezione, non va più nulla nel campo di arredamento e di prodotti tessili «interior», nel campo degli accessori ed apparecchi, di gioielleria e nello stesso campo dell'architettura. Tutti avevano previsto per tale termine una fine prematura; al contrario esso si è dimostrato degno di essere accompagnato ed utilizzato con nuovi attributi, come high-tech e high-touch, natura e vetro, bio ed ecologia, e si lancia, anche se senza significato interiore, da una rinascita all'altra. Un passo indietro potrebbe delinearsi esclusivamente con il «design ecologico». La parola design viene utilizzata in un campo che pretende più di una lingua formale, di una nuova moda, che contiene di nuovo il processo ed il modo di pensare, la creatività ed il contrasto.

La nuova tendenza porta con sé alcuni problemi per gli offerenti di «beni di uso quotidiano». Essi non devono soltanto adeguare le proprie collezioni alla nuova tendenza, rinfrescare i colori, bensì il «design ecologico» pretende un nuovo marketing, che tiene conto dell'individualità del consumatore, pretende una nuova identità della ditta, la quale si deve orientare a livelli ecologici, come ad esempio per l'involucro ed il trasporto. Essa pretende in breve un nuovo comportamento, il quale può tener testa al tumulto commerciale; pretende un comportamento unico che si adegui in maniera intensiva a questioni produttive all'ecologia, che può e vuol produrre non soltanto in maniera veloce ed economica, bensì anche in modo qualitativo e riflessivo.

Ed è proprio qui che la popolazione svizzera ha, con un luogo di produzione caro, una coscienza dell'ambiente ben evoluta ed un diritto del lavoro molto severo, un background storico, la loro relazione con la natura, una tradizione artigianale viva, una enorme possibilità di trovare il contatto con la grande Europa e con un mondo che ha sviluppato nel corso del 1990 caratteristiche dal punto di vista politico ed economico,

dans le tissage, la teinture et les transports, qui ont créé de nouvelles voies et dont le succès a justifié l'expérience.

Une esthétique nouvelle

Considérant la personnalisation de l'offre mentionnée plus haut, le «design écologique» se traduit dans le mobilier, l'architecture, les tissus aussi et les tapis, par le choix des teintes — nuances naturelles douces, gris, brun, beige, rouille ou jaune tendre; dans des coloris plus foncés qui cependant n'apparaissent jamais sombres. Concernant les formes, la tendance trouve son expression dans les emprunts aux formes classiques des Etrusques, les réminiscences gothiques, dans les formes d'objets qu'utilisent les «Amish-People», dans la combinaison de matières naturelles — fer et bois par exemple, alliance désormais classique de l'année 1990 — et dans l'harmonie avant tout, l'équilibre du dessin et de la couleur, de la forme et du style.

Les dessins s'inspirent des pays où l'on accorde le plus de crédit au design: le Japon dont la longue tradition esthétique n'exclut pas un style actuel, le Mexique et son Histoire, la pureté des formes et sa connivence avec la nature, alors que les Japonais interprètent depuis toujours les éléments de la nature afin de symboliser et de styliser leur manière de vivre étroitement liée à la religion.

Ce furent d'abord les Mitsubishi, Sony, Toyota et Fuji, puis les Tatami et Futon qui conquérèrent les USA et l'Europe au pas de charge; puis les créateurs de mode à l'exemple de Issy Miyake ou Yohji Yamamoto, suivis de stylistes et architectes tels Kuramata et Tadao Ando. Actuellement, ce sont la philosophie, le contact avec la nature, l'harmonie des arrangements, les traditionnelles techniques artisanales qui non seulement exercent leur fascination sur l'homme de l'Occident mais qui l'inspirent, l'incitent à renouer avec ses propres traditions, à les repenser. Et ce seront cette réflexion, ce raisonnement qui, au bout d'une longue route, aboutiront à de nouveaux produits, à une harmonie entre la tradition et l'actualité, l'Est et l'Ouest, la nature et la technique, unissant le passé et le présent.

ent politically and economically from a year ago. Some pioneering Swiss companies have also recorded successes in finding new methods of weaving, dyeing and transport.

The New Aesthetic

In line with the above-mentioned individuality, "ecological design" is expressed in the form of furniture, architecture, materials and carpets; colours are muted: natural greys, browns and beiges, rust red and delicate yellow, dark tones too are seen but even they do not have anything gloomy about them. Movement finds expression in shapes hearkening back to classical Etruscan lines, Gothic reminders or a trend towards the forms of artifacts of the "Amish People" combining natural materials such as iron and wood which we can almost call the harmonious classical material combinations of the '90s. Harmony is the byword — harmony and harmony in the balance of pattern and colour, of shape and style. The patterns have been inspired by both countries which today occupy positions of great significance in design: the Japanese with a long aesthetic tradition but who also have their own modern designs and the Mexicans with a great past history, a clear expression of form and an uncorrupted, direct relationship with nature. While the Japanese also have a great need for nature, they have added their own touches to it, symbolising a stylised way of life which is so closely bound up with their religion.

In the first place it was the Mitsubishi and Sonys, the Toyotas and Fujis, followed by the Tatamis and Futons, which took the USA and Europe by storm, then the Japanese fashion designers such as Issey Miyake and Yohji Yamamoto and the designers and architects such as Kuramata and Tadao Ando and now the philosophers with their attitude to nature, the balanced arrangement of things, the old handcrafted methods which not only fascinate but also inspire Westerners to thinking up new traditions by reminding them of their own old ones. It is this reflection, this analysis that sets out on the long road to new products which unite the harmony of the traditional with the modern, East with West, nature and technology, yesterday and today.

completamente differenti da quelle dell'anno precedente. Si tratta anche di ditte svizzere che hanno inoltrato nuove vie pioniere nel campo della tessitura, della tintoria e del trasporto, alle quali il successo ha dato ragione.

Una nuova estetica

Come aggancio all'individualizzazione su nominata nell'offerta, il «design ecologico» si esprime dal punto di vista formale nei campi dell'arredamento, architettura, ma anche dei tessuti e tappeti, nella gamma di colori con toni naturali più attenuati, nel grigio, marrone e beige, nel color ruggine e in un giallo tenero, in sfumature di colori scuri, che appaiono tutt'altro che malinconici.

Per quanto riguarda la forma, la tendenza ritorna alle forme classiche degli Etruschi, con ricordi reminiscenti al gotico, con l'imitazione a forme di oggetti d'uso del «Amish-People», con l'unione di materiali naturali come ferro e legno, che possono quasi già essere definiti come l'unione di materiali classici del 1990, con l'armonia, armonia ed armonia, l'equilibrio di motivo e colore, forma e stile.

I motivi vengono ispirati dai due paesi ai quali viene oggi assegnato un grande significato nel campo del design, vale a dire il Giappone, con una lunga tradizione estetica ma anche un design moderno, ed il Messico con una grande vecchia storia e tradizione, un linguaggio di forme chiare ed un rapporto con la natura diretto e genuino. Al contrario i Giapponesi hanno sempre utilizzato la natura per simboleggiare e stilizzare le loro forme di vita strettamente collegate al pensiero religioso.

Sono stati per primi i Mitsubishi e Sony, Toyota e Fuji poi i Tatami e Futon, a conquistare gli Stati Uniti e l'Europa, poi i creatori giapponesi come Issey Miyake o Yohji Yamamoto, i designer e gli architetti come Kuramata e Tadao Ando ed ora è la filosofia, il rapporto con la natura, il disporre le cose in modo armonioso, le vecchie tecniche artigiane, che non soltanto affascinano l'uomo occidentale, ma lo ispirano a ritornare alle proprie tradizioni, a riesaminarle. Tale riflessione e tale ripensamento conducono con un lungo processo a nuovi prodotti, che congiungono in armonia tradizione e pensiero moderno, oriente ed occidente, natura e tecnica, ieri ed oggi.

Géométrie et fleurs

Les motifs floraux peuvent s'interpréter de diverses manières: jetés çà et là d'un ingénieux coup de pinceau, réalisés dans le flou de l'aquarelle ou transposés au gré de la fantaisie de leur créateur jusqu'à un graphisme géométrique. Fischbacher propose de nombreuses variantes sur ce thème dans sa nouvelle collection de parures de lits. La ville est évoquée, elle aussi, dans ces tissus imprimés, sous la forme de graffiti hauts en couleur ou dans la représentation d'une cité imaginaire aux rues entrelacées comme dans un labyrinthe. Ce dessin inédit et qui rappelle un jeu de pions à facettes voisine chez Fischbacher avec une ville dans le désert, étonnante et composée d'une sorte de patchwork reproduisant minarets et palmiers. Un autre dessin réuni en bandes parallèles propose une intéressante alliance d'un tendre motif floral avec des formes dures et géométriques. A côté de dessins à grands rapports et importantes surfaces, le style patchwork a la cote.

Geometry and flowers

Flower patterns can be modified in a number of ways: those of the painter with large brush strokes or fusion as in a water colour. The fantasy of the originator can change them until they become so geometric that they lose all resemblance to nature. In his new bed linen collection, Fischbacher offers many different stages of these variations on a theme. But the towns were forgotten when the fabric patterns were designed: colourful graffiti with a variety of fantasy town scenes and a maze of winding streets. Alongside this new kind of pattern which looks as though it was dreamed up by the throw of a die, Fischbacher surprises us with a kind of desert town composed of a patchwork of minarets and palm trees. Another exciting pattern consists of stripes combined with his soft, floral and hard geometric shapes. Patchwork is popular as well as large-scale patterns designed to cover large areas.

Geometrie e fiori

I motivi floreali possono essere rappresentati in tanti modi differenti, come pennellate generose gettate giù dal pittore e come acquerelli che si fondono, ma anche resi estranei dalla fantasia del creatore con una rappresentazione quasi geometrica. La ditta Fischbacher offre con la sua nuova collezione di biancheria da letto queste varianti in numerose possibilità. Ma anche il mondo della città scorre in disegni di stoffe, in disegni grafici ricchi di colori o in strade intrecciate come un labirinto. Accanto a questo nuovo modello, che sembra essere preso in prestito da un gioco di dadi, la Fischbacher meraviglia con città desertiche associate ad un patchwork, ricche di minareti e palme. Da striscie una accanto all'altra risulta un altro disegno, dal quale nasce, con le sue forme dolci floreali e dure geometriche, una combinazione ricca di sorprese. Oltre a motivi piani con grandi rapporti sono in arrivo i disegni patchwork.



Pages 16/17

Christian Fischbacher Co. AG, St. Gallen

Parures de lits artistiques

Les parures créées par des artistes sont une spécialité de cette entreprise. La chance a permis de gagner Jean Tinguely à l'idée de créer des dessins. Il a réalisé un collage fait de toutes sortes d'ingrédients amusants qui vont de la décalcomanie un peu kitsch à l'autocollant en forme de papillon, le tout assemblé dans des tons poudreux. Un linge frotté est imprimé d'une des machines-chaos caractéristiques de Tinguely. A l'occasion du 700^e anniversaire de la Confédération, Boller, Winkler SA proposent deux linges de bain, l'un orné simplement d'une croix fédérale, l'autre parsemé de symboles typiquement suisses interprétés avec tendresse par Sonnhild Kestler. Mis à part ces articles spéciaux, la collection de parures de lits a été complétée d'un dessin graphique en trois combinaisons de couleurs et, en particulier, dans de très actuelles nuances «ethnologiques». «Osman» est un autre motif qui semble issu d'un brocart précieux de la dynastie de Suleiman et qui introduit un nou-

Bed linen by artists

A speciality of this company is artist-designed bed linen. It is fortunate that Jean Tinguely has been won over to designing patterns. He has created a characteristic collage from all kinds of unlikely ingredients from gaudy appliqué pictures to sticking plaster in the shape of a butterfly, all in dusty colours. A Tinguely towel print is a characteristic Heath Robinson machine. For the celebration in 1991 of the 700th anniversary of the founding of the Swiss Confederation Boller, Winkler, will be bringing out two bath towels, one with a simple Swiss cross, the other covered with typical Swiss emblems, tastefully put together by Sonnhild Kestler. In addition to this special offer, the bed linen collection has been supplemented by a particularly appropriate graphic three-colour design, in this case in warm ethnic colours. "Osman", another pattern with a startling new emphasis in the cotton satin collection, calls to mind the rich brocade of the Suleiman dynasty.

Biancheria da letto fatta da artisti

Una specialità di questa ditta è la creazione di biancheria da letto da parte di artisti. A contribuire a tale caratteristica è stata anche la fortuna di poter ottenere come collaboratore il disegnatore Jean Tinguely. Egli ha creato un collage caratteristico composto di una quantità di elementi allegri, a partire da disegni applicabili fino ad arrivare a cerotti a forma di farfalle, tutto in toni pallidi. Un asciugamani è stampato con una caratteristica macchina caotica Tinguely. In occasione dei festeggiamenti nel 1991 dei 700 anni della Confederazione la Boller, Winkler porterà due asciugamani da bagno, l'uno con la Croce Svizzera, l'altro con una quantità di tipici emblemi svizzeri, resi estranei con tanto amore da Sonnhild Kestler. Accanto a queste azioni speciali si è cercato di completare la collezione di biancheria da letto con un disegno grafico in tre colori; particolarmente attuale sono in questo caso le sfumature «etnologiche». Un ulteriore dise-



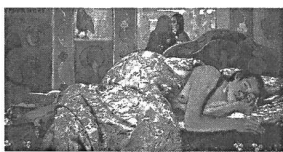
Pages 18/19

Boller, Winkler AG, Turbenthal

vel aspect surprenant dans la collection en satin de coton. «Kosmos» est nouveau dans la série des jerseys, un dessin tout en formes entrelacées qui rappellent, selon les teintes qui les composent, un système Wega de la stratosphère ou des formations rocheuses de notre globe.

“Kosmos” is seen again in a new form, in jersey: a pattern with entwined, biomorph shapes which according to the colours, call to mind a Wega system from outer space or stone formations from this earth.

gno, «Osman», il quale sembra avvicinarsi ad un broccato prezioso della dinastia di Suleiman, definisce un nuovo accento in maniera sorprendente nella collezione cotone-raso. Per il jersey si cristallizza il nuovo «Kosmos», un disegno costituito da forme intrecciate, le quali a seconda delle composizioni dei colori ricordano il sistema Wega dal cosmo oppure formazioni di pietre della nostra terra.



Pages 20/21

Schlossberg Textil AG, Zürich

Les beaux-arts ornent le lit

Comme par le passé, la lingerie haut de gamme s'inspire volontiers des beaux-arts. On y rencontre des traces laissées par des expositions marquantes. La peinture semble le plus tenter Schlossberg. Un exemple: le dessin «Palette» en jersey royal, motif floral composé dans des nuances d'aquarelle. «Samoa» et «Bagdad» et leur mosaïque géométrique prouvent également l'influence de l'art. Un rappel des constructivistes russes ou des toiles de Klimt apparaissent par endroits. Cette tendance artistique se retrouve aussi dans le Satin Noblesse. «Promenade» propose des plantes impressionnistes et «Merlin» porte des fleurs stylisées qui rappellent de la marqueterie florentine en marbre sur fond contrastant. «Manhattan» arbore une insolence d'avant-garde et s'inspire d'un mur couvert de graffiti. Abstraction presque pure pour «Océano» où seules les mouettes figuratives permettent de supposer un paysage marin.

Artistic features for bedtime

High-quality bed linen is looking to the fine arts — the principal exhibitions have left their mark and painting trends are to the fore in the Schlossberg collection. An example of this is the “Palette” pattern in Jersey Royal — a flowing, floral, water-colour type of design with washes running into each other. Also the geometric “Samoa” and “Baghdad” with their mosaic elements indicate artistic influence and we are also reminded of the Russian constructivists or the work of Klimt. This artistic trend can also be seen in the magnificent satin noblesse patterns. Plants are depicted with impressionist brush strokes in the diaphanous “Promenade” design, while “Merlin” has stylised flowers like Florentine marble intarsia on a contrasting coloured background. We find a cheeky futuristic design in “Manhattan” inspired by graffiti scribbles all over a wall; while “Océano” looks almost pure abstract, only seagulls can be identified in the seascape.

Ricchezza artistica per il letto

Biancheria da letto di alto livello si orienta, come da sempre, ben volentieri all'arte educativa. Importanti mostre lasciano le proprie tracce. Le tendenze pittoriche occupano per la Schlossberg una posizione di primo piano. Un esempio è costituito da un disegno «Palette» in jersey royal, il quale realizza un modello di fiori che si uniscono l'uno nell'altro in colori di acquerello. Anche i motivi geometrici «Samoa» e «Bagdad» composti da elementi mosaici rivelano l'influenza artistica. Altrettanto si ritrovano ricordi di costruttivisti russi oppure dipinti di Klimt. Tale tendenza verso l'arte viene seguita anche nel disegno in raso noblesse. Nel «Promenade» profumato si sciolgono piante di carattere impressionistico, mentre «Merlin» stilizza fiori come intarsi di marmo fiorentini su di uno sfondo con contrasto di colori. Avanguardista è invece il disegno «Manhattan», ispirato a differenza degli altri ad un muro ripieno di graffiti. Il motivo «Océano» risulta quasi una pura astrazione, soltanto i gabbiani ricordano ad un paesaggio marino.



Pages 22/23

Jakob Schlaepfer + Co. AG, St. Gallen

Des merveilles en soie

Les précieuses soieries «Marvel» ont récolté tant de suffrages que quatre nouveaux dessins s'y sont joints, en remplacement de ceux qui seront prochainement épuisés. Lorsque le dessin d'un de ces tissus imprimés à la main et comportant jusqu'à 100 couleurs est épuisé, jamais il ne saurait être exactement reproduit; chaque version n'est donc disponible qu'en un mètre limité. Schlaepfer utilise ces «uniques» pour

Silken gems

Precious “Marvel” silks have been so admired that four new patterns have been added to the range. When the end of a run of this hand-printed material is reached, it can never be reproduced in quite the same way again with its 100 colours, so only a limited length of each version is available. This “Unitate” has been worked by Schlaepfer into bedspreads with matching pillows/cushions with trim and reverse side of virgin wool

Gioielli di seta

Le preziose stoffe «Marvel» hanno avuto una risonanza tale, che hanno condotto all'aggiunta di quattro ulteriori disegni a completare quelli usciti. Se un disegno di una stoffa stampata con circa 100 colori diversi e dipinta a mano è esaurita, non ci potrà mai essere una versione esattamente identica. Il risultato è che ogni versione è ottenibile esclusivamente in metraggio limitato. Tale unicità viene assegnata da Schlaepfer a co-

TRADUCTIONS

TRANSLATIONS

TRADUZIONI

en faire des couvertures et des coussins assortis, à envers et bordure de laine vierge ou cachemire. Ces couvertures sont maintenant offertes plus lumineuses encore et dotées d'un intérieur en ouatine pure soie et envers de soie. Cette exclusivité est confectionnée à façon. Toutes les couvertures en soie «Marvel» sont numérotées, ce qui parfait leur prestige d'œuvre d'art.

La confection des plaids en tissu «Marvel» et envers cachemire est nouvelle (150×185 cm). Pour les plaids encore, il existe maintenant des tissus cachemire à pierres brillantes appliquées. La Haute Couture dans l'habitat!

or cashmere. These counterpanes are now offered in an even more luxurious version in pure silk and a non-woven lining backed with silk. These exclusive sets are made to measure and all the "Marvel" silk bed coverings are numbered to give them the ultimate stamp of a work of art.

A few feature is the "Marvel" fabrics worked into 150×185 cm plaids with cashmere backing and the plaid theme is continued in cashmere with glittering appliqué jewels — haute couture for the home!

perle con cuscini adatti con orli e con il rovescio in lana o cashmere. Se queste coperte imbottite vengono offerte in tipo ancora più luminoso e con un rovescio in seta pura, viene donata un'esclusività, anche numerando gli esemplari venduti di coperte di seta «Marvel», come un dipinto. Nuovo sul mercato è l'impiego di stoffe «Marvel» per plaid con rovescio in cashmere (misure 150×185 cm). Altrettanto vengono usate per plaid stoffe cashmere con applicazioni di pietre luccicanti. Haute Couture per l'ambiente casa!

Grande allure

La tendance actuelle est de promouvoir des tissus de décoration donnant la possibilité d'en multiplier les utilisations. Les voilages «jour et nuit» se rejoignent, tendance qui a pris naissance en Italie où il y a belle lurette qu'on ne parle plus de produits isolés mais de séries complètes. Fischbacher y a été sensible et propose des tissus de rideaux imprimés dont la semi-transparence raffinée permet de multiples usages.

Les nouveaux tissus de décoration de Gianni Versace sont spectaculaires. Les impressions à bordures incorporées et dessins de franges autorisent diverses possibilités de confection, véritables trompe-l'œil dans le domaine textile. Tout aussi précieux, les nouveaux velours fluides et les velours partiels à reliefs rappellent les motifs arts déco et réaniment ainsi une belle tradition du tissu d'ameublement.

The great allure

The trend towards decorative materials with their great scope for numerous applications is unmistakable. The transition between day and night curtains is disappearing. This tendency is coming from Italy where for some time now, the trendsetters have been getting away from single products and going over to whole ranges. Fischbacher is following the trend and offering curtain materials in Dévoré patterns which with their semi-transparency can be put to good use in a wide range of applications.

The spectacular new decorative materials from Gianni Versace, prints with integrated trimmed borders and fringe patterns, exemplify clever processing features and even trompe l'œil effects are available textiles. Other striking examples are the new, ultra soft, flowing velours and rich part velour patterns reminiscent of Art Déco motifs which continue a long tradition of furnishing fabrics.

Con tante variazioni

E' chiaro che la nuova tendenza di oggi va verso il tessuto decorativo, il quale offre molte possibilità d'uso. I passaggi da tende da giorno a quelle da notte sono correnti. Tale tendenza viene dall'Italia, laddove già da tempo non si parla più di singoli prodotti, bensì di intere serie. La Fischbacher ne ha preso nota e offre stoffe per tende in disegni devoré, la cui mezza trasparenza si adegua alle esigenze più differenti.

I tessuti di Gianni Versace sono semplicemente spettacolari. Enormi possibilità di lavorazione sono offerte dai disegni di stampa con finiture d'orli integrati con motivi di frangie, in realtà Trompe-L'Œil nel campo tessile. Altrettanto dispendiose sono le qualità nuove in velluto particolarmente morbido ed i velluti pregiati in disegni, che ricordano a motivi dell'arte Deco ed in tal modo fanno rinascere una grande tradizione dei tessuti per arredamento.



Pages 24/25

Christian Fischbacher Co. AG, St. Gallen

Une envie d'associations

Tisca Tischhauser + Cie SA complète son assortiment de tissus de décoration avec un uni «Luna» en Trevira CS ignifugé. Ce tissu de base destiné à faciliter les associations existe en 41 nuances!

Quatre nouveaux imprimés sont parfaitement adaptés à la palette des unis et comportent des motifs de plantes dans une qualité identique légèrement chintzée. Les fleurs et plantes figuratives pour «Florence»

The mixture mania

Tisca Tischhauser & Co. AG is expanding his range of decorative materials with the single label "Luna" in flame retardant Trevira CS. This base fabric is available for combination in no less than 41 shades.

The colours are perfectly blended for the single range and the four new print patterns with plant motives are available in the same light chintzy quality. If the Florentine plants and flowers look naturalistic in "Flo-

Voglia di combinazioni

La Tisca Tischhauser + Co. AG allarga la sua offerta a tessuti da decorazione con il tessuto «Luna» in Trevira CS. Tale tessuto di base è ottenibile in non meno di 41 tonalità. Dal punto di vista dei colori, perfettamente combinati in una gamma unica, i nuovi quattro disegni stampati sono ottenibili con motivi di piante nella stessa qualità. Se i fiori e le piante appaiono in «Florence» naturali, esso sono in «Capri» altamente stilizzati e in



Page 26

Tisca Tischhauser + Co. AG, Bühler

sont résolument stylisées pour «Capri» et «Malta» ou elles arborent des feuillages à tendance géométrique. Les nouvelles qualités transparentes proposent «Prélude» et ses nuages flous style aquarelle et teintes douces. «Vista» et «Quadri» sont deux tissus doubles, l'un uni et lisse, l'autre avec un carreau tissé et jouant d'un effet de moiré. «Vista» est mat d'un côté et brillant de l'autre, autorisant d'intéressantes combinaisons: excellent exemple de fantaisie dans les tissus de rideaux transparents.

rence", they are very stylised in "Capri" and in "Malta" the leaves are highly geometric. One of the new transparent fabrics, "Prelude", has a water-colour look about it with cloud formations in delicate shades. "Vista" and "Quadri" are two double weaves, one plain and the other woven in checks playing with the Moiré effect. "Vista" has one matt side and the other is shiny, providing interesting possibilities for mixing. This is a good example of fantasy in transparent curtain materials.

«Malta» come rampicanti estremamente geometrizzati. Nelle nuove qualità trasparenti «il modello Prelude» dà nell'occhio con le sue nuvole in colori acquarelli teneri che vanno l'una nell'altra. «Vista» e «Quadri» sono due tessuti doppi, che giocano l'uno con un motivo unico, l'altro con quadrati intessati, con l'effetto moiré. «Vista», da un lato opaco dall'altro lucente, permette interessanti possibilità di combinazioni e costituisce un buon esempio di fantasia nel campo di tessuti da tende trasparenti.

Page 27

Tisca Tischhauser + Co. AG, Bühler

Le jeu des contrastes

Tisca présente un programme aux multiples possibilités: les nouveaux tissus en coton mercerisé destinés à l'ameublement. Huit dessins sont proposés en quatre coloris, deux teintes contrastantes par série. De plus, ils sont double-face. Les dessins sont très variés, soit simples et géométriques, soit précieux et floraux. Ils sont associables à volonté: les différents dessins entre eux ou le même motif en positif-négatif. On les réunira en combinaisons optiques osées ou encore sous forme de discrets dégradés.

Playing with contrasts

With his new spun cotton weaves for furnishings Tisca has produced a programme offering great possibilities. There are eight patterns in four colour designs each in two contrasting colours and furthermore all these fabrics are reversible. The patterns are all quite different and include both simple geometric designs and luxuriant floral patterns. The ability to combine provides almost unlimited scope as all the designs can be mixed with any pattern as a positive or a negative. Finely graded combinations can be achieved with the same ease as strikingly saucy effects.

Gioco con contrasti

Tisca porta sul mercato un programma che nasconde molte possibilità con le sue stoffe in filo di cotone nel campo dell'arredamento. Essa offre disegni in quattro combinazioni di colori, rispettivamente di due colori di contrasto. Inoltre questi tessuti sono utilizzabili da entrambi i lati. I disegni sono i più diversi; si trovano da motivi geometrici semplici a particolari floreali impegnativi. Le combinazioni sono quasi illimitate, tutti i disegni possono essere uniti e tuttavia ognuno di essi è utilizzabile singolarmente. Sono altrettanto possibili ottiche provocanti che danno nell'occhio, come anche combinazioni teneramente digradate.



Page 28

Jakob Rohner AG, Heerbrugg

Une palette raffinée

Le tissu d'ameublement que l'on préférerait neutre a vécu. Les dessins sont non seulement variés mais ils existent dans de nombreuses harmonies de tons. Jakob Rohner propose jusqu'à 20 associations de teintes. Selon la composition des couleurs, ton sur ton ou contrastantes, on satisfera tant un goût classique que l'envie d'une optique plus moderne. La maison s'est fait une spécialité dans les dégradés très étudiés des différents tissus, obtenus en utilisant jusqu'à 16 nuances dans les fils de trame.

La nouvelle collection comporte des dessins dont la géométrie rappelle l'époque arts déco. On y retrouve les paisleys, renouvelés et agrandis. Fleurs et plantes demeurent actuelles, moins figuratives pourtant que styli-

A sophisticated colour range

Gone are the days when neutral shades were favoured for furniture covers. Variations are provided not only by new patterns but above all by a wider range of colours. Jakob Rohner has up to 20 colours in each pattern and depending on the colour combinations, tone in tone or highly contrasting, is able to satisfy the requirement for a more classical or a more contemporary appearance. A speciality of this establishment is the delicate colour gradations of the individual fabrics, achieved by as many as 16 colour changes.

The new collection includes geometric shapes reminiscent of the Art Déco era as a foreground, and the old favourite, Paisley, is with us again on a new large scale, covering substantial areas. Plant and flower pat-

Gamma raffinata di colori

Sono passati i tempi in cui si preferivano tessuti di colori neutri per mobili. Variazioni vengono rappresentate non soltanto da modelli, bensì soprattutto da una gamma di colori molto vasta in cui viene offerto ogni disegno. Della Jakob Rohner sono oltre 20 combinazioni di colori. Dipendentemente dalla combinazione scelta, che sia tinta in tinta oppure ricca di contrasti, può essere esaudito il desiderio di ottica classica o moderna.

Una specialità della ditta sono le sfumature di colori dei diversi tessuti, i quali nascono da più di 16 colori base. Nella nuova collezione sono compresi disegni, i quali ricordano in prima linea nel loro linguaggio geometrico all'arte d'epoca Deco. Altrettanto si ritrovano i motivi paisley,

TRADUCTIONS

TRANSLATIONS

TRADUZIONI

sées. Jakob Rohner SA propose un nouveau lainage inspiré des toiles de constructivistes russes.

Dans les tissus d'ameublement, on répond aux exigences accrues avec une qualité de Trevira CS plus fine et plus souple.

terns are "in", no longer naturalistic, rather more stylised. Jakob Rohner AG includes a new woollen fabric in his range with designs which call the Russian constructivists to mind. The high demands of furnishing materials are met by the use of an attenuated, softer Trevira CS quality.

che compaiono in maniera più grande ed estesa. Motivi di fiori e piante sono altrettanto attuali, essi sono soltanto rappresentati in modo più stilizzato. In qualità di lana la Jakob Rohner AG ha un nuovo tessuto nella collezione, che ricorda a rappresentazioni di costruttivisti russi. All'alta esigenza di tessuti da arredamento corrisponde la qualità raffinata Trevira CS.

Qualité éprouvée et nouvelles teintes

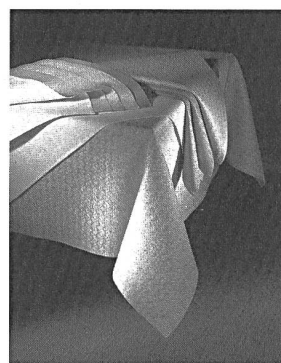
Schmid propose une palette très fine allant du sable au rose saumon et un tissu mi-fil produit en 180 cm de large, parfait pour la confection de nappes et de serviettes. Les dix teintes sont composées de manière à ce que chaque nuance appuyée trouve son complément en plus clair, permettant ainsi des associations très raffinées. Parfait dans les tons complémentaires, un tissu à dessin jacquard destiné aux nappes (en 130 cm de large). Les combinaisons sont multiples entre les tissus unis et les dessins. Ces tissus de qualité teints à la pièce supportent bien entendu la cuisson et le chlore.

Proven quality in new colours

In a delicate range of colours from sand to salmon pink, Schmid offers an 180 cm wide, proven quality union linen yarn material particularly suited to table cloths and table napkins. The ten well-matched colours consist of strong shades balanced by lighter tones resulting in clever combinations plus a perfect 130 cm wide colour teamed Jacquard pattern version for tablecloths. The outcome is a multiplicity of combinations in both patterned and plain materials. It goes without saying that only fast colours have been used for these high-quality, piece-dyed items.

Qualità affermata in nuovi colori

In una gamma di colori delicati, che vanno dal color sabbia al rosa salmone, la Schmid offre una qualità di lino affermata, la quale, prodotta in una larghezza di 180 cm, si adegua particolarmente per tovaglie e tovaglioli. I dieci colori sono così adeguati l'uno con l'altro, in modo che qualunque tonalità più forte venga usata, essa permetterà sempre la creazione di combinazioni di grande raffinatezza. A ciò si aggiunge una qualità con disegno jacquard per tovaglioli (130 cm di larghezza). In tal modo si offrono anche enormi possibilità di combinazioni tra stoffa con motivi e senza. Chiaramente questi tessuti sono resistenti alla bollitura e al candeggio.



Page 29

Schmid + Co. AG, Burgdorf

Penser en termes de marketing: un impératif pour le secteur de la broderie

«Le marché est l'alpha et l'omega. Penser en fonction du marché détermine toutes les décisions.» Cette assertion de K. Mellerowicz exprime également que le succès commercial de toute entreprise offrant des textiles d'intérieur dépend finalement du marché et de la manière d'appréhender celui-ci. Au cours des dernières décennies, les pays industrialisés ont accompli de profondes mutations, aussi bien économiques que politiques et sociales. Il ne suffit plus de concevoir des stratégies de vente, mais de les remplacer par une philosophie de marketing dont la complexité pose des exigences considérables aux entreprises. D'un marché de vendeurs on a passé à un marché

Thoughts on Marketing – The Staff of Life for Embroidery

“The market is there from first to last. Marketing considerations govern all decisions”. This statement made by K. Mellerowicz makes it clear that successful enterprises have recently depended entirely on markets and thus on their own efforts. This also applies to the purveyors of household linen and furnishing fabrics. In recent decades the industrialised countries have undergone radical changes in economic, social and political fields and it is no longer enough just to be sales orientated. This is a consequence of a modern marketing philosophy which, in its multi-faceted aspect, has made enormous demands on businesses. That a sellers' market has turned

Pensiero nel campo del marketing – pane quotidiano del ricamo

«Il mercato sta all'inizio e alla fine. Il pensiero in senso di mercato domina su tutte le decisioni». Questa frase di K. Mellerowicz spiega che il successo imprenditoriale dipende, anche per gli offerenti di tessuti domestici, in realtà esclusivamente dal mercato e quindi dalla sua lavorazione. Negli ultimi decenni hanno avuto luogo nei paesi industriali profondi cambiamenti nel campo commerciale, politico e sociale. Un modo di pensare in relazione alle vendite non è più sufficiente. Esso è stato sostituito da una filosofia di marketing moderna, la quale pone enormi esigenze alle imprese. Il mercato di vendita è mutato in un mercato di compratori. Ciò vale in particolar modo per l'am-



Pages 30/31

d'acheteurs et ceci concerne tout particulièrement la broderie dans le secteur des textiles d'intérieur. La broderie est en effet un produit délicat, qui nécessite une stratégie de marketing particulière. Qui donc a besoin de broderie? Elle ne figure pas parmi les biens de consommation quotidienne mais se rapporte à un certain style de vie. Elle ne peut pas être offerte à la consommatrice et au consommateur comme un article d'usage courant, car elle fait partie des choses qui ont trait à la qualité et la joie de vivre et qui sont une expression de la mode, de l'individualisme, d'un style personnel. Dans le secteur des textiles d'intérieur, la broderie est défavorisée par le fait qu'elle est mise en valeur uniquement entre les quatre murs, que son aspect luxueux n'est sensible qu'à l'intérieur. Dans la branche, le marketing doit donc susciter systématiquement le désir d'acquiescer de la broderie, et ce pas seulement dans les marchés traditionnels et pour des broderies traditionnelles. La broderie doit être positionnée tout en haut dans la prise de conscience de la mode. Tout cela nécessite l'étude approfondie des marchés et une approche axée sur la psychologie d'une part, une pleine mesure d'esprit créatif d'autre part. La créativité est le terme magique pour sortir des chemins battus. A cet égard, l'industrie de la broderie mérite un compliment, car elle compte parmi ce dix pourcent d'entreprises européennes qui ont pris conscience et ont su utiliser l'immense potentiel créatif de l'homme. Ceci débute lors de l'acquisition et de la mise en œuvre des matières premières, soit les fonds et les fils. Plus étroite est la collaboration entre fournisseurs et utilisateurs, meilleur sera le résultat. Actuellement, où des machines perfectionnées permettent aux imitateurs sans scrupules de transposer des échantillons en tissus, les fonds et les fils ont de plus en plus d'importance. L'élaboration de nouveautés et de finisages spéciaux freinent la copie rapide alors que les associations de tissus et une conception précise de la palette de couleurs assurent une longueur d'avance. Ces mesures permettent d'éviter la pression sur les prix. Cependant, certaines qualités limitent l'inspiration du créateur dans le secteur des parures de lits par exemple. Seules les matières agréables à la peau sont recherchées des acheteurs.

into a buyers' market is especially true for the embroidery branch of furnishing fabrics.

Embroidery is, after all, a particularly sensitive product needing a very special marketing strategy, for who really needs embroidery? It cannot be listed as one of the goods required in daily use, it has more to do with a style of life. Embroidery cannot be left like any other commodity as something men buy for women, it belongs to those things which provide the quality of life, joy in living, fashion individuality and an expression of personal style. In the field of household fabrics it is an even greater problem as embroidery only comes into its own within people's own four walls, the luxurious aspect only works inwardly. Marketing in this field must therefore arouse the desire for embroidery and not only in the traditional markets and traditional embroidery. Embroidery must be right at the top of people's fashion consciousness. All this requires thorough market research, a great deal of psychological marketing on the one hand and a rousing of creative initiative on the other. Creativity is the magic word which allows people to escape from their well-trodden path. The embroidery industry can be given credit for belonging to that estimated ten per cent of European industrial concerns which have recognised the enormous human creative potential and make systematic use of it. This starts with the procurement and use of the raw materials, i.e. the grounds and the yarn. The closer the co-operation between supplier and consumer the better the result. Today when technically sophisticated machines in the hands of unscrupulous copiers are able to turn out imitations, the background materials and yarns are particularly important. New developments and special finishing methods make quick imitation more difficult. Combinations of materials and a clear colour philosophy help to keep the lead and also make it easier to escape from the price trap. But there are clearly limits to creativity and quality in the field of bed linen. Only materials which are kind to the skin are acceptable in the eyes of the buyers. Embroidery is the aesthetically fashionable ingredient for consumer goods so far as bed and table and linen goes, not to mention kitchen and bathroom towels. It adds dis-

bito del ricamo nel campo dei tessuti domestici.

Tuttavia il ricamo è un campo particolarmente sensibile, al quale deve essere dedicata una strategia di mercato specifica.

Chi ha in realtà bisogno del ricamo? Esso non rientra nelle sfere dei beni di consumo, ma ha a che fare con il cosiddetto lifestyle. Il ricamo non può essere portato alla donna o all'uomo come bene quotidiano, bensì fa parte di quelle cose che mediano una qualità di vita, gioia, moda ed individualità e danno espressione ad uno stile personale. Nel campo dei tessuti domestici si aggiunge che il ricamo è un lusso al quale non può essere dato svago, si mostra soltanto nelle proprie mura, non può simboleggiare eleganza. Quindi marketing per questo campo significa risvegliare il desiderio di ricamo e ciò non soltanto sui mercati e con ricami tradizionali. Il ricamo deve essere ancorato in alto nella consapevolezza di moda.

Tutto ciò richiede una ricerca di mercato approfondita ed un'enorme sviluppo di psicologia di mercato da un lato, ed una buona quantità di iniziativa creativa dall'altro. Creatività è la parola magica, che permette la fuoriuscita dai binari assestati. A tale proposito bisogna elogiare l'industria dei ricami, in quanto essa rappresenta il 10% delle imprese europee, le quali hanno riconosciuto l'enorme potenziale creativo umano e lo sfruttano in maniera sistematica.

Ciò comincia con il procurarsi e l'utilizzare delle materie prime, vale a dire lo sfondo del ricamo e il filo. Tanto più stretta la collaborazione tra offerente ed acquirente, tanto migliore è il risultato. Oggi, dove macchinari perfetti nelle mani di copiatori senza scrupoli portano in fretta modelli su stoffe, è da dare particolare attenzione allo sfondo del ricamo e al filo. Nuovi sviluppi e metodi di allestimento speciali rendono più difficile la copia veloce, combinazioni di tessuti ed una filosofia dei colori ben definita assicurano il vantaggio. Esse facilitano contemporaneamente l'evasione dalla sperequazione dei prezzi. Tuttavia l'ambito della biancheria da letto definisce chiari confini per quanto riguarda la qualità. Soltanto materiali benevoli alla pelle trovano grazia negli occhi degli acquirenti.

Il ricamo costituisce il contributo di moda ai beni di consumo, come biancheria da letto, da tavola e per

La broderie représente le complément esthétique et à la mode d'articles d'usage courant tels que parures de lits, nappages, linge de cuisine ou de toilette. Elle leur confère allure, style et exclusivité. L'aspect est donc un argument de vente essentiel. Plus la broderie est élaborée, plus élevé sera son prix. Le styliste doit affronter un problème ardu: offrir quelque chose qui ait un aspect précieux et rare à un prix acceptable pour un large secteur du marché, à quoi s'ajoutent les particularités des différents marchés.

Les guipures de haut de gamme, les broderies sophistiquées ne seront pas vendues partout, mais le désir d'acquiescer quelque chose de précieuse est latent ou peut être suscité partout. Il appartient donc au brodeur, au créateur, de trouver des solutions qui verront un accueil favorable sur différents marchés et auprès de couches d'acheteurs très variées. L'élégance et l'opulence du produit demeurent un point fort dans le secteur des parures de lits. Afin de ne pas être concurrentiel uniquement dans les catégories de prix supérieures, il s'agit — par une judicieuse association de motifs, un nombre de points un peu réduit et une disposition astucieuse — de proposer le «look» qui plaît.

Les broderies qui présentent un aspect modifié grâce à certains détails techniques ou rappellent d'anciens travaux manuels sont moins conventionnelles. Elles captent le regard, elles sont utilisables de bien des manières, d'une excellente qualité et cependant d'un prix acceptable par un large segment du marché.

L'adaptation des dessins dans la conquête des marchés s'avère nettement plus ardue: dans le cas des textiles d'intérieur, la broderie ne doit pas demeurer un article de luxe spécifique et ce sans rien perdre de son originalité. Pour s'imposer largement, elle ne saurait être réservée à quelques domaines d'application limités. La broderie n'est pas destinée aux seules parures de lits ou au linge de table; elle peut innover dans les rideaux, les tissus de décoration, les vêtements, les chaussures, etc. Il convient de répandre cette idée. Ces dernières années, l'industrie suisse de la broderie a prouvé qu'elle est ouverte à la recherche notamment dans le domaine des textiles d'intérieur, apte à s'engager dans de nouvelles voies. La bonne direction est prise, les portes sont ouvertes à la créativité.

inction, style and uniqueness. Appearance is therefore a central sales theme, but the more the embroidery costs the more the article will cost, which gives the designer a difficult task; he is expected to provide select, expensive-looking goods at a price which the wider market will bear. Markets are also different in different places.

The most expensive guipure lace cannot be used everywhere and embroidery which has gone through many different operations will be expensive. The desire to have something beautiful with a high quality and value is always to the fore or it can be aroused. The embroiderer and the designer are therefore required to find acceptable solutions for the most widely differing markets and varied ranks of buyers. Elegant and luxurious appearance is an important factor in the case of bed linen but in order to be able to compete and achieve the desired appearance not only in the top price bracket a clever combination of patterns, a reduced number of stitches and ingenious designs are essential.

Unconventional embroidery using special sewing techniques looks different, it produces a different result, perhaps reminiscent of old-style handwork. These eye-catching effects can be used in many fields, they are of high quality but are also available at a price acceptable to a wide band of the market.

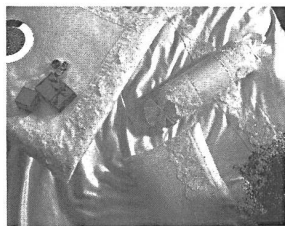
It is much easier to change the designs than it is to manipulate the market. Embroidery must be brought out of its luxury corner of special household linens and furnishing fabrics without losing its special features. If it wants to cover a popular range, it must do better than limit itself to a few areas of application. Embroidery is not only suitable for bed and table linen, it can also be used to provide new inspiration for curtains or decorative materials, outer garments, accessories, shoes, etc. Consciousness raising is needed and the next step is to produce a prototype against which the imagination of the market can be measured in concrete form and against which changes can be recorded. In recent years the Swiss embroidery industry has shown that it is open to experiments also in the field of household linen and it knows how to plough new furrows. This is the right direction, the door is open to creativity.

cucina. Esso dona flair, stile ed unicità. L'ottica è quindi un argomento centrale. Quanto più dispendioso il ricamo, tanto più alto il prezzo. Ciò è senza altro un osso duro per l'offerente! Egli deve offrire un prodotto pregiato dal punto di vista ottico, particolare e dispendioso ad un prezzo accessibile per l'ampio mercato. A questo si aggiunge, che i mercati sono regionalmente differenti.

Non dappertutto possono essere venduti merletti di Guipure oppure ricami con molte fasi lavorative. Il desiderio di qualcosa di bello, di qualità è tuttavia ovunque presente oppure può essere risvegliato. Compito del ricamatore e del designer è costituito nel trovare soluzioni che incontrano favore su diversi mercati e presso acquirenti diversi. Un'ottica elegante e ricca ha tutt'oggi un ruolo importantissimo per i tessuti da letto. Per non raggiungere esclusivamente la classe di prezzi più elevata si fa valere l'abilità di unire disegni con un numero di punti ridotto, ma con un look che viene accettato.

Meno convenzionali sono i ricami, che ricavati per mezzo di dettagli tecnici di cucitura, presentano un'ottica variata oppure ricordano in ogni caso al lavoro a mano. Essi sono eyecatcher, impiegabili nei modi più differenti e dal punto di vista qualitativo ottimi, tuttavia alla portata di un mercato più accessibile.

Molto più difficile è portare disegni nell'elaborazione del mercato. Il ricamo deve essere tirato dagli angoli dei tessuti domestici e portato in molti più campi. Vale a dire che bisogna aprire nuove strade. Il ricamo non deve limitarsi soltanto a biancheria da letto e da tavola, ma può dare nuovi impulsi per tende, stoffe per arredamento, indumenti, accessori, scarpe ecc. Il passo successivo consiste nel produrre un prototipo con il quale possono essere misurate reali idee di mercato e cambiamenti dello stesso. L'industria svizzera del ricamo ha mostrato negli ultimi anni, in particolare nel campo dei tessili domestici, di essere aperta a nuovi esperimenti e di non aver paura di scoprire nuove vie. La direzione è giusta; la creatività ha le porte aperte.



Pages 32/33

Bischoff Textil AG, St. Gallen

New look et renouvellement

L'innovation et la créativité remplacent peu à peu la tradition dans la broderie en y apportant un «new-look». Bischoff Textil signe des mélanges de dessins et de matières, tente des applications de divers tissus assemblés ensuite en d'originaux dessins. On mélange aussi les fleurs et la géométrie, l'actuel et le traditionnel. Les dessins à petits rapports sont adroitement assemblés et parfois soulignés d'une seconde touche de couleur. On imite les applications et c'est un jeu où Bischoff se sert fort adroitement de la technique du pentamat afin d'obtenir des effets inédits.

Les lins ultrafins, du satin et de la batiste élégante ainsi que des mélanges à base de polyester font des fonds qui supportent de délicats allover, du point lancé et de la broderie anglaise. Des tissus fantaisie spécialement conçus en qualité de fonds soulignent la note élégante due à des dessins découpés et des motifs appliqués à la main. Les combinaisons à base de tulle et les voiles à broderie chimique représentent la ligne conventionnelle, que rehaussent les mélanges de motifs et un soupçon de brillance.

Innovation brings the new look

Innovation and creativity have taken over from the traditional to provide the new look in embroidery. Bischoff Textil puts its own stamp on its fabrics with a mix of materials and patterns, making use of appliqué in various forms combined to compose original patterns. They are equally at home mixing floral and geometric patterns, or blending the contemporary with the traditional.

Small-scale patterns are well suited to the new look, some of which are delicately diluted with a second colour. Imitation appliqué effects are also used here and Bischoff makes good use of the new Pentamat method to achieve new effects. Superfine linen, elegant satins and batiste, together with polyester mixes, are the base for delicate allover embroidery, elegant reeding and beautiful cut-out work. Fantasy fabrics have been specially developed as a background to emphasise the elegance achieved by spachtel patterns and hand appliqué motifs. Combinations of tulle and burnt-out voile are examples of the more conventional lines glamorised with a mix of patterns and a suspension of a sheen.

Nuovo look tramite innovazione

Innovazione e creatività hanno preparato il cambio della tradizionalità nei ricami e creato la base per un nuovo look. La Bischoff Textil imprime con miscuglio di materiale e disegni una propria firma, apporta applicazioni di diversi tessuti, con i quali vengono creati disegni originali. Allo stesso modo viene miscelato floreale e geometria, moderno e tradizione. Motivi piccoli ottengono in maniera elegante una nuova ottica ed decentemente un secondo colore. Anche effetti imitativi di applicazioni appartengono a questo gioco. La Bischoff utilizza a tale scopo la nuova tecnica pentamat per ottenere una nuova ottica. Qualità superlative di lino, raso elegante e battista costituiscono, accanto ai misti di poliestere, la base per teneri allover, eleganti punti di foglie e stupendi lavori di forazioni. Stoffe in fantasia particolarmente sviluppate come fondo sottolineano la nota elegante raggiunta mediante disegni stuccati e motivi applicati a mano. Combinazioni di tulle e lavori di voile riportano una linea convenzionale, la quale viene ingentilita da un miscuglio di motivi e un pizzico di lucentezza.



Page 34

H. Schwerzmann AG, Heerbrugg

Vaporeux et transparent

La broderie des textiles d'intérieur et de la décoration se doit d'être vaporeuse, fine, transparente, luxueuse, sans négliger cependant les impératifs d'une confection rationnelle. La maison Schwerzmann SA résout la difficulté en proposant un système d'éléments que l'on peut compléter et varier à volonté. L'idée du set est présente tout au long de la collection, particulièrement en valeur dans les parures de lits et le linge de table. On retrouve les principaux motifs tant sur d'étroites bandes brodées et diverses incrustations que sous forme de broderies généreuses destinées à une clientèle méridionale.

Les dessins de divers rapports, plus ou moins importants, sont disposés de manière aérée ou avec abondance, étayés par de la dentelle vaporeuse utilisée en fronces simples ou doubles, par de précieuses broderies chimiques, des reflets mats et bril-

Light and transparent

Airy, delicate, transparent and visually expensive is the byword for household fabrics and linens but not forgetting the requirements of the ready-to-wear clothing industry for standardised manufacturing. H. Schwerzmann AG uses a modular principle to solve this problem with a wide-ranging palette which can be expanded and supplemented as required. The theme of sets runs like a red thread through the whole range and really comes into its own for bed and table linen. This idea is also followed through in the form of a narrow band of embroidery and various inserts, as in the sumptuous embroidery for customers in southern Italy. Large and small patterns are found sparsely scattered or bunched together, backed up by single or double, light frilly lace, rich burnt-out embroidery, low-sheen effects and sumptuous ruched flounces. The cle-

Profumati e trasparenti

Il ricamo per i tessuti domestici deve essere profumato, morbido, trasparente e prezioso dal punto di vista ottico, ma tuttavia soddisfare i bisogni della confezione secondo una produzione razionale. La H. Schwerzmann AG risolve questo problema in un principio di costruzioni con un assortimento vastissimo, il quale può essere incrementato e migliorato a desiderio. L'ideologia di comporre si afferma con un filo rosso presente in tutto l'assortimento e viene valorizzato soprattutto nella biancheria da letto e da tavola. In essi sono presenti motivi principali come anche sottili nastri ricamati e le più differenti applicazioni con ricchi ricami secondo il gusto della clientela del sud Italia.

Disegni più grandi ed a rapporti piccoli giocano in sequenze più libere e ricche, insieme a merletti in versione semplice o doppia, a quelli incisi, ad

lants et par des volants crantés. L'assemblage astucieux de plusieurs éléments permet d'obtenir un autre point d'attraction dans certains dessins et un aspect plus riche. Les fonds sont en cotonnade — satin, voile, batiste. Le blanc, toujours à son avantage, demeure l'un des favoris, escorté de clairs pastels.

verly engineered interplay of a number of different components allows the designer to add a second focal point in one pattern and offer a different, more opulent aspect. The base materials are high-quality cotton weaves such as satin, full voile and fine batiste. White is not only the colour of the patterns, it remains the favourite along with light pastel shades.

effetti opaco-lucido e volant ad arco. Le combinazioni ben fatte di diverse componenti permettono un secondo punto chiave in unici disegni di conseguenza un'ottica più ricca. Come stoffe di base vengono utilizzati tessuti di cotone, come ad esempio raso, vollvoile e battista. Il bianco non è soltanto un colore decorativo, bensì rimane il colore favorito accanto ai colori pastello.

On les dirait brodés par grand-mère...

Forster Willi interprète le «dormir nordique» au moyen d'une broderie noble et inconventionnelle. La broderie allover délicate en blanc cassé sur du satin de coton — pour oreillers et duvets — dégage un charme particulier grâce à un ruban de satin jaune intégré et, en plus, des effets de mat et brillant. Un autre thème réunit des dessins délicats qui semblent faits main et de généreux motifs appliqués. Les dentelles sont légères, aériennes — presque semblables à celles brodées par grand-mère pour son trousseau. La guipure des finitions contraste avec la simplicité dépouillée des dessins. Les dessins «cousus» présentent une discrétion dont la valeur ne se reconnaît qu'en y regardant de plus près. Plissés, passepoils, crochet, ourlets à jour et smocks — accentués parfois de lurex argent — composent un dessin raffiné et qui ne sera reconnaissable qu'au second coup d'œil: la broderie et les travaux manuels réunis. Les tons correspondants de ces dessins facilitent les associations de ce groupe linéaire avec des parties plus charmantes travaillées à la main.

Embroidery just as Granny used to do it!

With its grand and unconventional embroidery, Forster Willi portrays the "Sleeping Nordic" theme. Delicate pale yellow all-over embroidery on cotton satin pillows and duvets looks particularly attractive with a similarly embroidered yellow satin trim and their own perfected low-lustre effect. Dainty, delicate designs with a handsewn look combined with large-scale appliqué motifs are another theme along with fine, light lace which Granny might have made for her trousseau. Guipure lace to finish off provides an effective contrast to the delicate but simple pattern. Understatement symbolising an almost technical design needs a second look to reveal its intricacies. Pleats, tucks, crochet, hem stitching and petit pois smocking, sometimes suitably accented with silver lurex, link an exquisite design combining embroidery with a stately handsewn look. The clear colour match of this pattern lightens the combination of a rather more linear group with pieces from a somewhat played out handworked range.

Come se avesse ricamato la nonna...

Con ricami eleganti e non convenzionali la Forster Willi attualizza il tema «dormire secondo usi e costumi nordici». Ricami delicati in bianco-giallo su cotone-raso dei cuscini ricevono mediante un nastro di raso applicato una particolare attrattività; esso perfeziona inoltre l'effetto opaco-lucido. Disegni delicati e teneri nell'ottica di lavoro artigiano si uniscono a motivi generosi applicati con un altro motivo. I merletti appaiono leggeri e delicati, come se li avesse ricamati la nonna per il proprio corredo. Merletti Guipure rappresentano come conclusione un contrasto efficace ai motivi sensibili e semplici. Understatement esprimono disegni di tecnica di cucitura, il cui contenuto è riconoscibile a seconda vista. Pieghe, passamani, «Crochetta», orli a giorno, in parte accentuati in maniera delicata da palettes argentate, si uniscono ad un design particolare in cui si ritrova il ricamo come combinazione ideale di un'ottica di lavoro artigiano. La chiara armonia dei colori di questo disegno facilita la combinazione di gruppi piuttosto lineari con parti di una serie di artigianato abbastanza svagato.

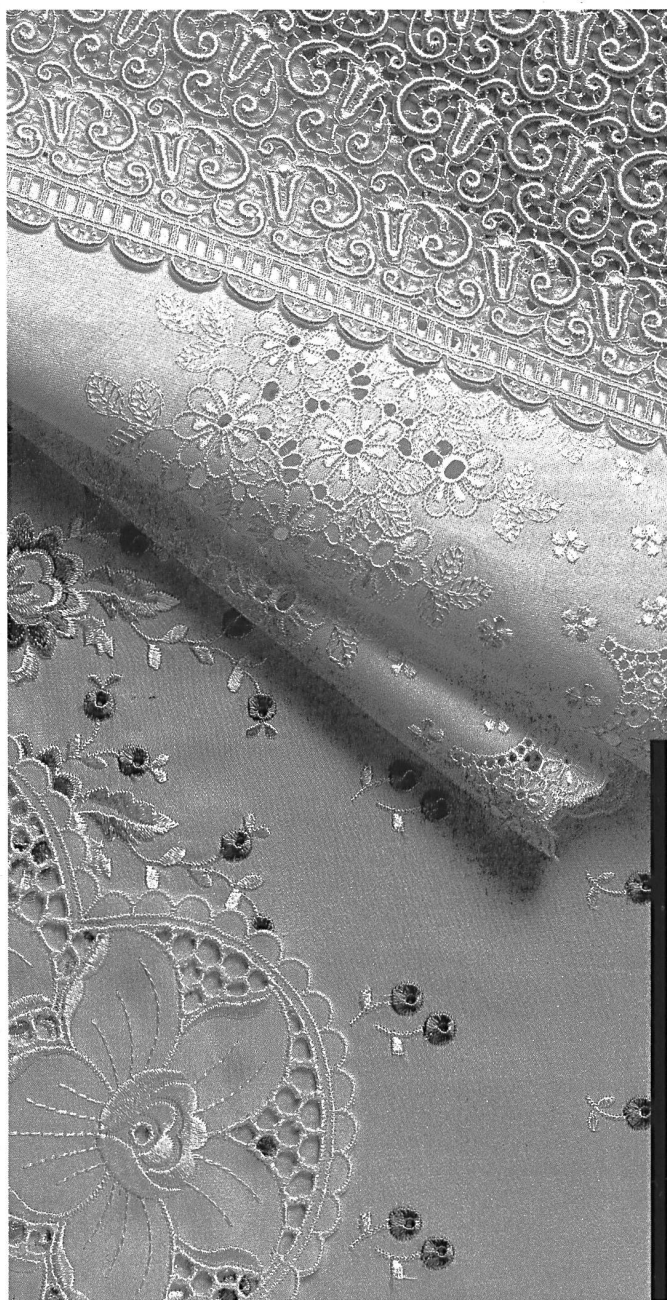


Page 35

Forster Willi + Co. AG, St. Gallen



HIGH QUALITY BY
H. SCHWERZMANN AG



Stickereien für Bettwäsche.
Ricami per biancheria da letto.
Broderies pour draps.
Embroideries for bedlinen.



SWISS MADE
EMBROIDERY

H. SCHWERZMANN AG
Einbahnstr. 4, CH-9435 Heerbrugg, Switzerland.
Tel. 071/72 10 80, Fax 071/72 75 95

Modische Feingewebe und Stickereien;
Spezialist für Abendhemden

Tissus fins et broderies mode;
le spécialiste pour chemises de gala

Fashionable fine fabrics and embroideries;
specialists in evening shirts

EUGSTER +
HUBER TEXTIL AG

Mooswiesstrasse 68
CH-9202 Gossau/St. Gallen
Schweiz
Telefon 071/85 85 81
Telex 883 833 eht ch
Telefax 071/85 71 70

„ Menschen
tragen
Etikette. “

Dieser Trend zum «Herzeigen» setzt sich fort.

Bally Band macht auch
Ihren Namen oder Ihre Marke attraktiv sichtbar.

Gewobene und gedruckte Etiketten.
Transflock-, Leder- und Kunststoff-Etiketten.

Textile Bänder
für den technischen- und den Dekor-Bedarf.

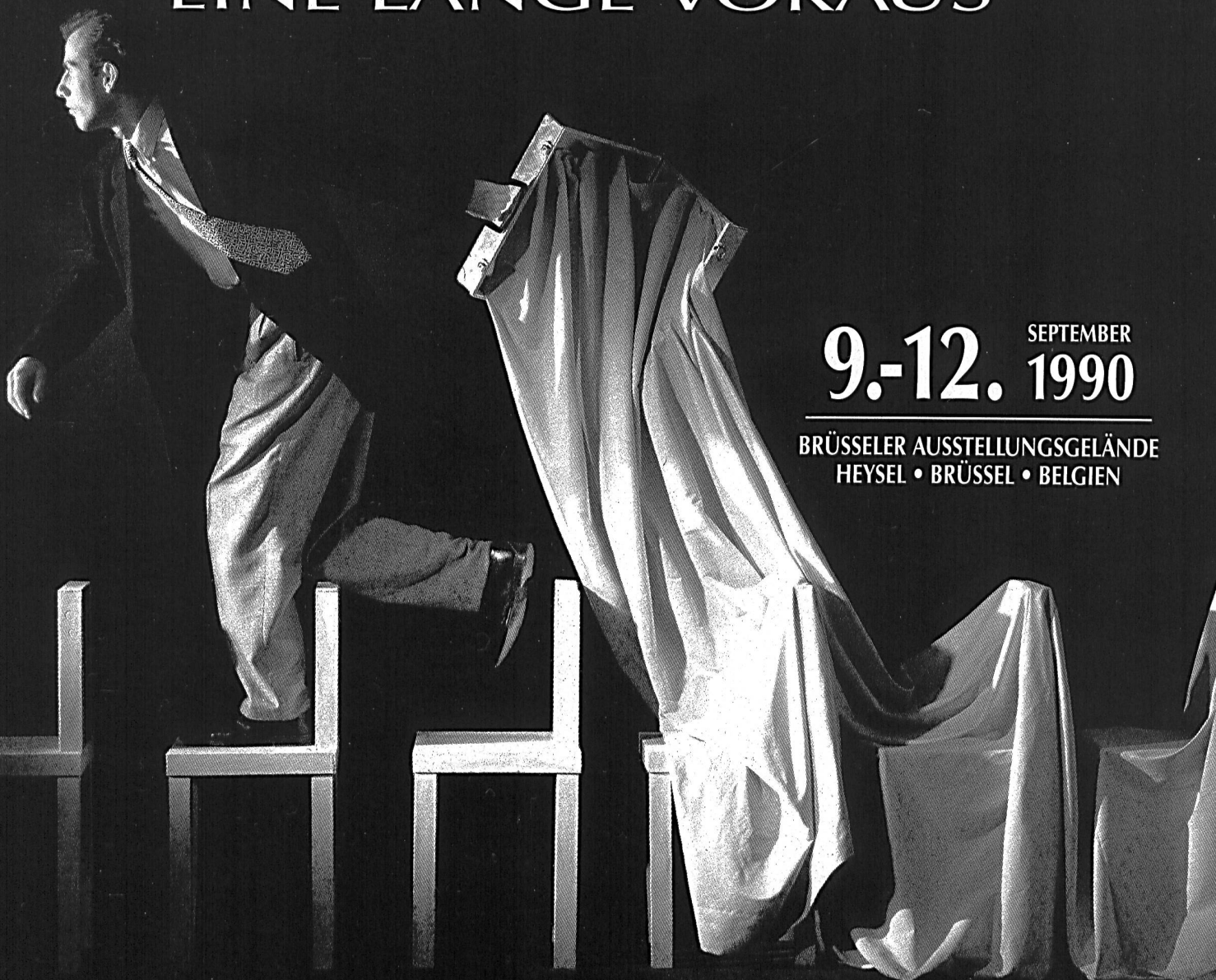
**BALLY
BAND**

Bally Band AG, CH-5012 Schönenwerd,

Telefon 064 / 41 35 35, Telex 981 549, Telefax 064 / 41 40 72

DECOSIT '90

EINE LÄNGE VORAUSS



9.-12. SEPTEMBER 1990

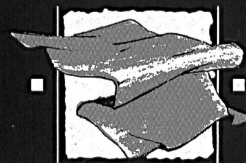
BRÜSSELER AUSSTELLUNGSGELÄNDE
HEYSEL • BRÜSSEL • BELGIEN

Decosit '90, eine Fachmesse für Polstermöbelstoffe sondergleichen. Qualitätsmäßig und organisatorisch einfach Spitze. Die Gelegenheit, um Ihre Konkurrenz zu überflügeln.

Die neusten Kollektionen der wichtigsten internationalen Möbelstoff-Fabrikanten werden hier vorgestellt.

Und zwar nur für Möbelfabrikanten und Möbelstoff-Grossisten.

Wer bessere Geschäfte abschließen möchte, muß Decosit '90 unbedingt besuchen. Eine Chance wie keine andere so aktuell.



DECOSIT '90

INTERNATIONALE FACHMESSE
FÜR POLSTERMÖBELSTOFFE
THE CREATIVE LINK BETWEEN
FABRICS AND FURNITURE

DECOSIT WIRD VERANSTALTET VON:

Textirama G.o.E., Martelaarslaan 45, B-9000 Gent, Belgien
Tel. 32/91/23.59.11 • Telex 11.107 textir b • Fax 32/91/23.66.42