Zeitschrift: Textiles suizos [Edición español]
Herausgeber: Oficina Suiza de Expansiòn Comercial
Band: - (1962)
Heft: 3

Artikel: Noticias y apuntes
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-797417

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 11.08.2025

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

NOTICIAS Y APUNTES

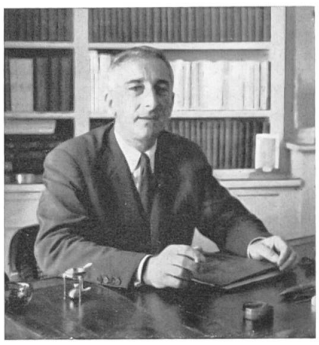
Chambre syndicale de la couture parisienne

Para suceder a D. Jacobo Heim, la « Chambre syndicale de la couture parisienne » en París, ha designado como presidente a D. Roberto Ricci mientras que D. Léon Armand fue elegido como vicepresidente.

El nuevo presidente es hijo de Nina Ricci y, desde 1945, se ha hecho cargo de la dirección general de la casa fundada por su madre. A pesar de ello ha dedicado una gran parte de su tiempo y de su dinamismo a la organización y a la defensa de la costura bajo la égida de la Cámara Sindical, de la cual, ya en 1950, había sido nombrado vicepresidente.

En cuanto al señor Léon, debuto en la costura — después de haber recibido una instrucción bancaria — en la casa Lucien Lelong. Después de pasar algún tiempo en la casa Molyneux entró a formar parte de la casa Jacques Griffe que dirige nuevamente después de haberse hecho cargo durante casi diez años de la dirección de la casa de modas Jeanne Lanvin.

M. Robert Ricci, président



M. Armand Léon, vice-président

La designación de los textiles

En aquella época en la que tan sólo se conocía las fibras textiles tradicionales, cuando la industria no fabricaba apenas, por así decir, tejidos mezclados, el consumidor era perfectamente capaz de diferenciar entre los artículos de seda, los de algodón y los de lana y por este motivo precisamente no era necesario designarlos de una manera clara y distinta. Más adelante, las fibras artificiales y sintéticas, cada vez más numerosas, hicieron su aparición y los textiles de mezcla se han ido propagando aceleradamente, de modo que la situación ha cambiado por completo y, en la actualidad, hasta los mismos especialistas y peritos se ven obligados a utilizar el microscopio o a recurir a la química para darse cuenta exactamente de la composición de determinados textiles ; frecuentemente, por cierto, es imposible darse cuenta sin un examen científico meticuloso de la verdadera naturaleza de las primeras materias utilizadas. Por consiguiente, el consumidor tiene perfectamente el derecho de informarse acerca de la composición del artículo cuya adquisición hace. Hace cuatro años y con motivo de una gran exposición, la Asociación Suiza de la Industria Lanera procedió a realizar una investigación entre los consumidores, invitándolos a decir lo que pensaban de la designación obligatoria de los textiles. 55 000 personas contestaron al cuestionario que les había sido entregado y, como bien podía esperarse, el 98 % de las personas consultadas se pronunciaron a favor de la introducción de una designación obligatoria. No obstante, es cierto que muchos consumidores no se interesan a la declaración en cuestión. Para los textiles destinados al uso casero y que convendría utilizar todo el tiempo posible conservándolos en buen estado, parece más deseable la designación que para los tejidos destinados a la confección de vestidos femeninos en cuya elección interviene en gran proporción la moda. Es muy probable que en el caso de introducirse la designación obligatoria, los artículos mezclados, de mala calidad, desaparecerán, mientras que los de buena calidad no tienen nada que temer. Sin embargo, dicha designación no es completamente suficiente y convendría acompañarla de una designación de calidad. Desde 1959, las tejedurías afiliadas a la Asociación Suiza de la Industria Lanera proveen a sus tejidos y mantas de pura lana de una indicación detallada en este sentido. La marca que para ello ha sido creada está protegida legalmente e indica simultáneamente la primera materia empleada ; son ya muchas las fábricas de confección que también la han adoptado ya y la cosen en las prendas de vestir. Las fábricas de alfombras que forman parte de dicha asociación empezarán a usarla a partir del próximo otoño. Esta marca de calidad de la industria lanera suiza protege tanto a los vendedores como a los compradores contra toda decepción, contra las sorpresas desagradables y las reclamaciones.

El primero de mayo del año presente, la Asociación Suiza de la industria lanera ha puesto en vigor una nueva declaración para la lana y los artículos de lana, decla-

ración que ha de reemplazar la de 1956. Este documento protege la apelación « lana » que designa los pelos procedentes del vellón de las ovejas de todas las razas así como los de otros animales tales como la alpaca, la llama, la vicuña, el camello, el yack, el angora, el muaré, el casimir y otros animales cabrunos exceptuando las cabras comunes. La designación « lana » o « pura lana »tan sólo puede ser utilizada cuando el artículo designado se compone exclusivamente de los materiales específicados anteriormente, debiendo indicarse en tantos por ciento la proporción de cada uno de los componentes. La designación « lana de esquileo » tan sólo puede ser utilizada para la lana de oveja o de otros animales que todavía no haya sido utilizada para hilarla o afieltrarla. La designación « peinada » o « cardada » no debe ser utilizada sin mencionar la fibra empleada. Esta reglamentación contiene además indicaciones sobre la tolerancia para las alfombras y tapices cuyo tejido de fondo no sea de lana, para los artículos que contengan hilados de fantasía de otra procedencia que la lana y cuyo peso no sobrepase del 7 % del peso total del artículo o del 3 % cuando se trate de materiales incorporados por razones técnicas.

Progresos en la industria lanera

En el mes de mayo próximo pasado, muchos industriales de la lana y de la confección tuvieron ocasión de documentarse acerca de los más recientes progresos realizados en el tratamiento de los tejidos de lana con el fin de simplificar su conservación en buen uso suprimiento la tendencia a afieltrarse, a arrugarse, etc. Se trataba de una conferencia que fue repetida bajo los auspicios de la oficina de Zurich de la Secretaría Internacional de la Lana, por el señor J. R. McPhee, de la Oficina de la Investigación Científica e Industrial del Commonwealth, división de la industria textil en Geelong (Australia). Esta charla, repetida por dos veces en inglés, constituía un informe muy bien documentado sobre las experiencias y los procedimientos recientemente puestos en su punto por la oficina de investigaciones en cuestión para el tratamiento de los tejidos de lana ; acabados para hacerlos inarrugables e impedir que se afieltren, para obtener pliegues planchados y plisados permanentes que resistan al lavado y produzcan una fijación dimensional y estructural de la superficie de los tejidos. El texto de las conferencias pronunciadas por míster McPhee fue entregado a los asistentes en una traducción alemana. Se trata de explicaciones detalladas pero, naturalmente, de un carácter teórico ; los fabricantes y confeccionadores que se interesen por la aplicación de los procedimientos en cuestión podrán obtener todos los informes prácticos necesarios dirigiéndose a la Secretaría Internacional de la Lana y principalmente a su oficina de Zurich.

« Rose-Marie », un auxiliar encantador para la venta

La competencia comercial, en todas las fases de la distribución, impone unas exigencias cada vez más severas a los órganos vendedores, hasta en el comercio al por menor. Deseamos reseñar aquí el esfuerzo emprendido por las fábricas de calzado Bally bajo la forma de una encantadora revista ilustrada llamada « Rose-Marie », destinada al personal vendedor en los almacenes Bally al por menor. Presentada de una manera agradable, de forma cuadrada y con una cubierta ilustrada en colores, esta publicación bimestral le ofrece al personal vendedor de ambos sexos una multitud de informes referentes a la venta del calzado, al calzado mismo y al arte del zapatero, a la moda y al adorno, al despliegue en los escaparates y a la presentación del calzado, etc. Los informes, consejos y sugerencias no son suministrados a granel ni bajo una forma repulsiva, sino siempre bajo la forma de artículos agradables, ilustrados con esmero y gracia y que no hacen recordar de ningún modo el desarrollo de una doctrina o un deber de lectura que iría a parar al cesto de papeles tan pronto como recibido. Concebido y presentado de este modo, entrecortado por anécdotas e intermedios literarios, el texto de la revista « Rose-Marie » no podrá por menos que disponer favorablemente al personal de venta para su difícil labor.

Felisol internacional

Al servicio de la calidad, la marca internacional Felisol designa a la atención de los interesados los tejidos con tintes sólidos garantizados. En una época de tanta competencia, tanto internacional como nacional, la calidad es un argumento seguro para la venta, lo que explica el celo desarrollado por la Asociación Internacional Felisol para propagar su marca de garantía. Tenemos ante la vista el número 3 de la revista « Felisol Internacional » en seis idiomas, destinada a familiarizarle al público y especialmente a los revendedores al por menor con esta marca de garantía y con lo que representa desde el punto de vista de la práctica. No podemos por menos que aplaudir a los esfuerzos emprendidos por la agrupación en cuestión domiciliado en Zurich (Suiza) para elevar el nivel de la calidad en la industria textil mundial.