

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1968)
Heft: 3

Artikel: Schweizer Textil-Chronik = Chronique textile suisse = Crónica textil suiza
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-796706>

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: 13.04.2026

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

Swiss Fashion Club 68

Der Swiss Fashion Club ist in die Sitten der schweizerischen Textil- und Bekleidungsindustrie eingegangen. Dies bedeutet jedoch nicht, dass er die einmal erreichte Stellung ausnützen will, um sich auf seinen Lorbeeren auszuruhen. Er ist im Gegenteil naturgemäss verpflichtet, sich stets zu erneuern und jedes Jahr eine neue Formel zu finden, um seinem Ehrgeiz zu genügen: in der Sport- und Freizeitmode einen originellen, jugendlich gewagten, zugleich aber funktionellen, d. h. tragbaren und gediegenen Stil zu finden.

Zur Erneuerung seiner Schau änderte der Swiss Fashion Club, der die Aufnahme zweier neuer Mitglieder — eines Stoff- und eines Mantel- und Kostümfabrikanten — zu verzeichnen hat, sowohl das Datum wie auch den Ort der jährlichen Vorführung, die bisher zu Beginn des Jahres in Arosa und dann auf der Rigi stattfand, und verlegte sie für 1968 auf den Frühlingsanfang nach Lugano. Zudem beschränkten sich die an den ersten schönen Tagen gezeigten Kollektionen nicht wie in den Vorjahren allein auf Wintermodelle, sondern enthielten ebenfalls Schöpfungen für den Strand und die sommerliche Freizeitmode. Unverändert an diesem Jahrestreffen des Swiss Fashion Club bleiben eh und je schönes Wetter und eine untadelige Organisation, was jeweils den Modeberichterstattern erlaubt, sich in einer angenehm entspannten Atmosphäre wiederzufinden, die der Arbeit und der Aufnahme freundschaftlicher Kontakte zwischen Presseleuten und Industriellen aus der Textil- und Bekleidungsbranche so förderlich ist.

Wenn auch die gleichzeitige Vorführung von Sommer- und Wintermodellen und die Gestaltung der Schau nach farblichen und nicht zweckentsprechenden Gesichtspunkten die Beurteilung erschwerte und der Verzicht auf Kontrastfarben zu einer gewissen Eintönigkeit der Vorführung beitrug, so sind doch auch die positiven Seiten dieser Präsentation hervorzuheben. Es darf wohl gesagt werden, dass die zurückhaltende Verwendung der Farben der gesamten Schau wie auch jedem einzelnen Modell grosse Allüre und Einheit verlieh. In diesem Zusammenhang sei weiter bemerkt, dass gewisse Fabrikanten wohl Schöpfungen zeigten, die ihrer Ausgefallenheit wegen mehr als Blickfang in den Schaufenstern gedacht waren, die meisten gezeigten Modelle jedoch nicht nur zum Verkauf, sondern auch zum Tragen bestimmt waren, was nicht allein die Eleganz der Artikel, sondern auch die Qualität und gepflegte Verarbeitung der verwendeten Materialien voll rechtfertigt.

Die diesjährige Schau stand unter dem Zeichen des Gegensatzes zwischen Anspannung und Entspannung, zwischen Anstrengung und Erholung, Betriebsamkeit und Freizeit, wie er im Leben auch stets in ständigem Wechsel erscheint. Die Farben — sechs nur im ganzen: gelb, rot, blau, grau, beige und grün — machten diesen Wechsel mit, den Weisungen des Leiters dieser Modeschau entsprechend, den wir nicht seiner sehr persönlichen Auslegung des Symbolwertes der Farben wegen necken wollen, die nicht unbedingt auf allgemeine Zustimmung stiess.

Im grossen und ganzen waren zahlreiche, eher klassische und vorwiegend funktionelle Modelle zu sehen, wenig effekthascherische « Gadgets », verhältnismässig wenig Metall-effekte, dagegen viele Verwandlungsmodelle, vom einteiligen Badeanzug, der zum Bikini wird, zum Lumberjack für Herren, der durch Einsetzen von Schössen mittels eines Reissverschlusses zu einem Veston wird, daneben warme Strickjacken, grobgerippt oder mit bunten Jacquarddessins, lange Herrenregentmäntel, prachtvolle Mäntel und Jacken aus Leder und Pelz, ein sehr neuartiges, originelles Après-Ski-Ensemble mit Pluderhosen aus kaninverbrämtem Trikot, und, als Fussbekleidung, moderne Skischuhe mit Schnallenverschluss und natürlich Stiefel und nochmals Stiefel.

Im gesamten ein schöner Erfolg mit gediegenen Kollektionen von sehr regelmässigem Niveau, was dieses Jahr der ausserordentlich strengen, vor der Veranstaltung vorgenommenen Auswahl zuzuschreiben ist.

Das Schweizer Cover-Girl 68

Der Beruf des Cover-Girls? Ein Wunschbild, das der ungewissen Hoffnung auf eine internationale Karriere zuliebe Jahre harter Arbeit und nie erlahmender Anstrengungen, eine

eiserne Gesundheit, die Hartnäckigkeit einer Bulldogge und unbezwingbaren Optimismus erfordert. Deshalb gibt es hier, wie übrigens auf allen Gebieten, die eine Verbreitung durch die « Massenmedien » erhoffen lassen, zahlreiche Berufene, aber nur wenige Auserwählte. Die Propagandastelle der Baumwoll- und Stickereiindustrie in St. Gallen, die unmittelbar daran interessiert ist, über hübsche Fotomodelle zu verfügen, veranstaltete im Frühling dieses Jahres einen Anfängerbewerb für Cover-Girls, der einerseits die Rekrutierung interessanter Modelle und andererseits die Bestimmung einer Schweizer Kandidatur für den durch eine bedeutende britische Firma organisierten internationalen Cover-Girl-Wettbewerb erlauben sollte. Um diesem Wettbewerb die für seinen Erfolg unerlässliche Publizität zu sichern, wandte sich die Propagandastelle an einen aufgeschlossenen Schweizer Verleger, der ein Familien-Wochenblatt in französischer und deutscher Sprache mit einer Auflage von 200 000 Exemplaren herausgibt und der selbst auch an der Entdeckung neuer Modelle für Modefotos interessiert ist.

Der durch die betreffende Illustrierte erlassene Aufruf brachte gegen 300 Antworten ein, aus denen die Veranstalter nach mehreren Ausscheidungen zwölf Kandidatinnen wählten, die vom selben Schönheitskünstler geschminkt (was ihnen gleiche Chancen verlieh), vom selben Photographen bei gleicher Beleuchtung fotografiert und nach ihrem Auftreten in der Öffentlichkeit beurteilt wurden. Die drei Erstklassierten: Marlyse Fischer aus Zürich, Michèle Ribordy aus Genf und Monique Boand aus Pully-Lausanne, wurden der Presse in einer Jugend-Boutique in Zürich vorgestellt, wo sie den Journalisten eine im Auftrag der Propagandastelle der Baumwoll- und Stickereiindustrie zu diesem Anlass geschaffene Kollektion von Kleidern, Tailleurs, Blusen, Röcken und Strandensembles vorführten. Diese von ihr gewonnene Garderobe wird Marlyse Fischer diesen Herbst nach London begleiten; denn die Reise ins Paradies des Ministils gehört mit zu dem vom Schweizer Cover-Girl 1968 gewonnenen Preis.

Bestimmt werden die drei reizenden Debütantinnen nun öfters in ihrer Karriere als Cover-Girls auf Modofotos in Modellen aus St. Galler Baumwoll- und Stickereistoffen zu sehen sein.

Ein neues Fisba-Verfahren

Als erstes Textilunternehmen bringt die Firma Christian Fischbacher Co. in St. Gallen in ihren neuen Kollektionen bügelfreie Baumwoll-Feingewebe in uni, bedruckt und bestickt. Die unter dem Namen FISBA Stayrite plus in den Handel gebrachten Qualitäten haben eine gute Reiss- und Scheuerfestigkeit. Eingehende Tragversuche sind sehr positiv ausgefallen. Für die verarbeitende Industrie stellen sich bei der Fertigung keine besonderen Probleme. Das Angebot ist umfangreich. Besonders zu erwähnen sind in der Unikollektion ein Vollvoile mit Noppenstreifen und ein Noppengewebe mit Satinstreifen. Im Druckangebot ein bügelfreier Baumwoll-Satin und ein Satin Rayé. In der Stickerei-Kollektion ein Baumwoll-Batist. Bestimmt wird diese Neuentwicklung dem Baumwoll-Feingewebe neue Absatzgebiete öffnen.

Pratica-Orlon Club in der Schweiz

Auf Initiative der Schappe AG, Basel, und unterstützt von Du Pont de Nemours, Genf, haben sich die schweizerischen Sockenhersteller F. Bodmer AG, Niederwil-Gossau, Rime S.A., Lausanne, und Jacob Rohner AG, Balgach, zu einem Marketing-Verbund zur Förderung der Verwendung von Pratica-Orlon in der Sockenfabrikation zusammengeschlossen. Zweck dieser Interessengemeinschaft ist nicht allein der Erfahrungsaustausch

auf technischem Gebiet, sondern ebenfalls die Planung und Durchführung eines gemeinsamen Marketing-Programmes von der Herstellung bis zum Verbrauch. Diese Marktbearbeitung beruht auf einer umfassenden Verhaltensstudie des bekannten Tiefenpsychologen Dr. E. Dichter, die er selbst scherzhaft «Soxologie» nennt, und die neuen Wind ins Socken-geschäft bringen und mit dem altmodischen Verhältnis des Mannes zu seinen Socken auf-räumen soll. Zudem sei noch erwähnt, dass die Pratica-Orlon Marketing-Konzeption von 62 Strumpf- und Sockenfabrikanten in der EWG und EFTA übernommen wurde.

Vom Fernsehen zur Konfektion

Eine gewisse Emma — nein, es handelt sich nicht um Emma Bovary, die berühmte Romanheldin Flauberts! — erfreut zur Zeit das Herz der Fernsehzuschauer. Mrs. Emma Peel ist eine muntere junge Dame, die regelmässig als Heldin der britischen Kriminalfilmserie «Mit Schirm, Charme und Melone» am Fernsehen erscheint. Diese Sendungen kennen eine derartige Popularität, dass sie von über 40 Fernsehsendern in allen Ländern übernommen wurden. Da Erfolg zum Erfolg führt, sicherte sich ein deutscher Fabrikant von Garnen, Stoffen und Jerseystoffen aus Trevira®-«Polyfan» die Verwendung des Namens und des Image von Emma Peel zu Reklamezwecken für sämtliche Länder Westeuropas. Es handelt sich dabei um die Absatzförderung von Bekleidungsstücken für die Jungen, die nach den von Emma Peel — privat Miss Diana Rigg — getragenen und aus den obenerwähnten Trevira®-Stoffen verarbeiteten Modellen angefertigt werden. All diese Modelle, die bis auf die Stufe des Detailverkaufs durch intensive Werbung unterstützt werden, tragen die Initialen E.P. oder die Silhouette Emma Peels und werden zweifellos bei den jüngeren Fernsehzuschauerinnen grossen Anklang finden. In der Schweiz haben drei Firmen, nämlich Walter Bollag (Kleider, Röcke, Hosen, Hosenanzüge) in Frauenfeld, Rudolf Braunschweig, Blusenfabrik in Zürich, und Gabriel Feldinger, «Gaby Fashion», Kostüm- und Mantelfabrik in Allschwil-Basel die Herstellung und den Verkauf der Emma-Peel-Modelle übernommen.

WEKO blickt in die Zukunft

Die Firma WEKO hat kürzlich eine neue Fabrik in Diessenhofen eröffnet, einem stattlichen Städtchen draussen im Grünen eines Kantons, der sich vornehmlich der Textilindustrie und dem Obstbau widmet. Die Firma kann auf eine lange Geschichte zurückblicken, wurde sie doch vor genau 70 Jahren als «Versand-geschäft für Fournituren für Schneider und Schneiderinnen und Mercerie en gros» gegründet. Später nahm die Firma die Herstellung von Jabots, Blusen, Spitzen und Stickereien auf, während ein Zweigunternehmen in derselben Ortschaft sich der maschinellen Fabrikation von Schürzen widmete. Im Laufe der wechselvollen Geschichte der Firma

brannte im Jahre 1926 die Schürzenfabrik vollständig aus; nach dem letzten Weltkrieg blieben zwei Unternehmen unter gleicher Leitung weiterbestehen: Jakob Weil & Co. (JWD) für Konfektions- und Hauskleider, und WEKO in Zürich für elegante Kleider in höheren Preislagen. Heute sind die beiden Fabrikationsprogramme in der neuen Fabrik in Diessenhofen vereinigt, während die Entwurfs- und Verkaufsabteilungen wie auch die beiden Direktionen in den neugestalteten Räumen in Zürich untergebracht sind, wo auch gewisse Spezial-Näharbeiten ausgeführt werden. Unnötig zu sagen, dass die neue, ansprechend gebaute und hochrationell organisierte Fabrik in Diessenhofen mit modernsten Maschinen ausgestattet ist und einen äusserst angenehmen Arbeitsort darstellt.

In seiner Begrüssungsansprache an die zahlreichen zur Eröffnung des Neubaus in Diessenhofen geladenen Gäste brachte Ernst Weil, der jetzige Leiter der Firma, sein Vertrauen in die Zukunft der mittelgrossen Konfektionsbetriebe zum Ausdruck. Nach der Ansicht gewisser Branchespezialisten geht die Welt im Laufe der nächsten 15 bis 20 Jahre einer gewaltigen Konzentration der Kleiderfabrikation in einigen Riesenbetrieben entgegen, die massenweise mehr oder weniger standardisierte, modisch betonte, billige Kleider herstellen, während daneben eine bescheidene, individuellere Produktion modischer Luxusartikel weiterbestehen mag. In teilweiser Abwandlung dieser Voraussagen ist der junge Chef der Firma überzeugt, dass zwischen diesen beiden Polen bestimmte, vielleicht bescheidene, aber doch interessante Marktaussichten für eine gepflegte, mittelgrosse Produktion in der mittleren Preisklasse bestehen, ausgerichtet auf eine relativ kleine Kundschaft, die den internationalen Standard nicht ohne weiteres zu befolgen wünscht. In diesem Sinne werden die Firmen WEKO und JWD weiterarbeiten, deren beschränkte Ausmasse eine geschmeidige Anpassung an die wechselnden Erfordernisse der Mode erlauben und die sich dank moderner Rationalisations- und Management-Methoden gemäss der Devise «Genug ist besser als zu viel» werden zu behaupten wissen.

Zu Anlass der 37. Internationalen Wollkonferenz: Überblick über die Wollindustrie

Die 37. Internationale Wollkonferenz wird bei Drucklegung dieser Zeilen in der Schweiz, in Montreux, stattfinden. Es ist denn auch zu spät, um dieses Ereignis anzukündigen, und zu früh, um die geleistete Arbeit und die erzielten Ergebnisse zu besprechen. Es sei daran erinnert, dass eine Internationale Wollkonferenz — die 25. — bereits einmal in der Schweiz, nämlich 1956 in Zürich, stattfand. Der Erfolg dieser Konferenz veranlasste das Komitee der Internationalen Wollvereinigung, mit der Organisation dieser Tagung wiederum den Verein Schweizerischer Wollindustrieller zu beauftragen. Als Kongressort wurde zur Abwechslung der reizvolle, weltbekannte Ferienort Montreux am Genfer See gewählt.

Der Internationalen Wollvereinigung gehören die nationalen Verbände des Wollhandels und der Wollindustrie aus 25 Ländern aller Kontinente an. Sie wurde 1928 vornehmlich im Hinblick auf die Schaffung eines Schiedsgerichtsverfahrens für Streitfälle zwischen Mitglied-firmen gegründet. Die im Wollschiedsgerichts-abkommen vereinigte, überaus vollständige Sammlung von Abkommen und Empfehlungen hat sich bereits in Hunderten von Streitfällen als sehr wirksam erwiesen.

Die Internationale Wollvereinigung ist nicht mit dem International Wool Secretariat (IWS) zu verwechseln, das 1937 geschaffen wurde und dem die 200 000 Wollproduzenten Australiens, Neuseelands und der Südafrikanischen Union angehören. Das IWS, das in 24 Ländern Zweigstellen unterhält, steht ausschliesslich im Dienste der Rohwollproduzenten und hat zur Aufgabe, die Verwendung von Wolle zu fördern und ihre Qualität zu schützen (Woolmark).

Die Zahl der Schafe hat seit 1950 von 740 Millionen auf gegenwärtig 970 Millionen zugenommen. Die Weltproduktion an Wolle beträgt zur Zeit 2,6 Millionen Tonnen (Basis roh) oder 1,5 Millionen Tonnen (Basis gewaschen). 80 % der Weltexporte kommen aus den fünf bedeutendsten Wollproduktionsländern, nämlich Australien, Neuseeland, Südafrika, Argentinien und Uruguay. Die Wollexporte machen 35 % der Gesamtexporte Neuseelands und 30 % derjenigen Australiens aus.

Die schweizerische Wollindustrie, die von Jahr zu Jahr mehr Chemiefasern verarbeitet, ist ein dynamischer Fabrikationszweig, der von 1966 bis 1967 seine Produktion von 29 484 Tonnen auf 30 198 Tonnen zu steigern vermochte und einen Gesamtumsatz von 650 Millionen sFr. (\$ 151 Millionen) erreichte. Obwohl der Anteil der Wolle am Verbrauch der Wollindustrie an Textilfasern nur noch 60-70 % beträgt (in der Teppichfabrikation nur noch 30 %), haben die jährlichen Wollimporte in die Schweiz, die zwischen 14 000 und 15 000 Tonnen im Werte von 130 bis 150 Millionen sFr. (\$ 30,17-34,8 Millionen) betragen, nicht abgenommen, nachdem die schweizerische Schafzucht (250 000 Tiere) mit einer Jahresproduktion von 300 Tonnen Wolle kaum 2 % des Bedarfs der Schweizer Wollindustrie zu decken vermag.

Die Produktion der rund 70 Betriebe der Schweizer Wollindustrie umfasst im wesentlichen: Streich- und Kammgarne für die industrielle Verarbeitung (Stoffe und Strickereien), Handstrickgarne, Gewebe aus Streich- und Kammgarn für Kleider-, Uniform- und Möbelstoffe, Decken, Teppiche und Filzwaren. 1967 wurden 2611 Tonnen Kammzug, 13 131 Tonnen Garne, 6068 Tonnen Gewebe, 976 Tonnen Decken, 5961 Tonnen Teppiche und 651 Tonnen Filzwaren hergestellt.

Die Schweizer Wollindustrie stellt ein Musterbeispiel für die im Gange befindliche Struktur-wandlung in der Textilindustrie dar. Mit verringertem Personalbestand, weniger aber leistungsfähigeren Maschinen vermochte sie ihre Produktion dennoch stark zu steigern. Im Laufe der letzten zehn Jahre konnte die Zahl der Beschäftigten um 12 % gesenkt, die Zahl der Spindeln von 350 000 auf 128 000 und diejenige der Webmaschinen von 3300 auf 1600 verringert werden. Obwohl die bezahlten Löhne etwa 80-90 % höher sind als vor zehn Jahren, konnten dank bedeutenden Investitionen im Produktionsapparat die Verkaufspreise teilweise gesenkt werden. Heute exportiert die Schweizer Wollindustrie, die noch vor 10-20 Jahren als typische Inlandindustrie angesehen wurde, durchschnittlich 20 % ihrer Produktion. Gewisse Firmen setzen sogar mehr als die Hälfte ihrer Produktion auf dem Auslandmarkt ab.

«Terylene»-Gewebeschau 68

Grosser Beliebtheit bei der Schweizer Bekleidungsindustrie erfreut sich die «kleine Interstoff» an der Limmat, die jedes Jahr von der I.C.I. (Schweiz) AG veranstaltet wird. Für Frühjahr/Sommer 1969 konnte die Wahl unter rund 1600 Mustern von 130 Firmen aus dem In- und Ausland getroffen werden. Darunter waren die vielfältigsten Qualitäten aus «Terylene» für Damen- und Herrenbekleidung, «Crimplene» in verschiedenen Varianten, worunter die Stickereien einen bedeutenden Platz einnehmen, «Crimplene» für Herrenbekleidung und «BRI Nylon» für Badebekleidung und Herrenhemden, zu sehen. Nouveautés waren u. a. ein bedruckter Kleiderstoff aus 100 % «Terylene», welcher durch einen speziell entwickelten Fasertyp einen unverkennbaren Seidencharakter erhält. Der Shantung-Tendenz kommt ein Gewebe aus 100 % «Terylene» mit reinem Effektgarn entgegen. Die Mischgewebe «Terylene»/Kammgarn haben durch neu geschaffene «Woll»-Fasertypen einen willkommenen Einzug in den hochmodischen Genre von Kleiderstoffen des Kammgarntyps Einzug gehalten.

9^e Rencontre des écoles de mode européennes à Saint-Gall

Les industriels saint-gallois de la broderie et des tissus fins de coton l'ont compris: pour rester jeune, il faut fréquenter la jeunesse. Et, chaque année, ils donnent une démonstration de cette théorie par l'exemple. C'est la « Rencontre des écoles européennes de mode », un événement « bien saint-gallois », qui n'en est pas moins international pour autant... La 9^e Rencontre, qui eut lieu en mars de cette année, avait attiré plus de 50 représentants de la presse écrite et parlée de Suisse et de l'étranger, entre autres des équipes de télévision de la BBC de Londres, de la télévision de Berlin et de Suisse alémanique, de la radio Südwestfunk de Stuttgart, de Radio Vienne, du Service suisse des ondes courtes et de la radio de Suisse alémanique, dans la grande salle du Palais des congrès de Saint-Gall.

Pour les malheureux qui ne sont pas au courant, ajoutons qu'il s'agit d'un concours de création, organisé chaque année par l'Office de propagande de l'industrie du coton et de la broderie à Saint-Gall entre cinq écoles de mode sur des sujets imposés. C'est-à-dire que chacune des écoles doit exécuter dix modèles au moyen de tissus et broderies de production saint-galloise — les mêmes pour chaque concurrente — fournis par l'Office de propagande. Les modèles sont présentés en public, par catégories, par les élèves elles-mêmes. Le jury international de 6 personnes, comprenant 2 créateurs de mode, 2 journalistes de mode et 2 représentants de l'industrie textile saint-galloise, donne ses notes lors de la présentation et fait connaître les résultats immédiatement. Les modèles sont jugés non seulement d'après l'impression d'ensemble, mais aussi aux points de vue de la coupe et de la mise en œuvre du matériel.

Les dix modèles imposés étaient: chemise de nuit, pyjama ou négligé; ensemble de plage; ensemble de loisirs; ensemble pour rallye automobile; coquet ensemble pour le travail ménager; deux-pièces ou robe et manteau pour la ville; ensemble un à trois-pièces; robe à danser courte; robe de cocktail courte; robe de mariée. Le classement était double, c'est-à-dire qu'il se faisait par modèle dans chaque catégorie et au nombre total de points entre toutes les écoles. Le classement aux points donna l'ordre suivant: 1. Collège d'enseignement technique de haute couture, Paris (3 premiers prix); 2. Kunstgewerbeschule der Stadt Zürich, Zurich (1 premier prix); 3. Modenschule der Stadt Wien im Schloss Hetzendorf, Vienne (1 premier prix); 4. Harrow School of Art, Londres (2 premiers prix); 5. Staatliche Akademie für Werkkunst und Mode, Berlin (2 premiers prix).

Mieux que toutes les descriptions, les photos que nous présentons ici montreront que la relève dans la création de mode est dignement assurée et que les jeunes prennent leur tâche au sérieux, ce qui n'exclut pas — bien au contraire — la fantaisie, les idées originales et même la hardiesse, toutes qualités indispensables dans les métiers de la mode, auxquelles les métiers du textile doivent leur jeunesse toujours renouvelée.

Swiss Fashion Club 68

Le Swiss Fashion Club est entré dans les mœurs du monde suisse des textiles et de l'habillement. Cela ne signifie pas qu'il désire profiter d'une situation acquise pour s'endormir sur ses lauriers. Bien au contraire, il est obligé, par sa nature même, de se renouveler continuellement et de chercher, chaque année, une nouvelle formule pour faire honneur à son ambition, qui est celle de créer, dans la mode de sports et de loisirs, un style original, jeune et audacieux mais fonctionnel, c'est-à-dire portable, et de bon goût.

Pour renouveler sa présentation, le Swiss Fashion Club, dont l'effectif s'est enrichi de deux membres — un fabricant de tissus et un fabricant de manteaux et costumes — a changé la date et le lieu de sa présentation annuelle, qui se faisait autrefois au début de l'année, à Arosa puis au Righi et qui, en 1968, a été reportée tout au début du printemps à Lugano. En outre, pour être en accord avec les premiers beaux jours, les collections ne se limitaient

pas, comme les années précédentes, aux modèles pour l'hiver, mais comprenaient également des créations pour la plage et les loisirs estivaux.

Ce qui ne change jamais, dans la réunion annuelle du Swiss Fashion Club, c'est le beau temps et l'impeccable organisation, qui permettent chaque fois aux chroniqueurs de mode de se retrouver dans une agréable atmosphère détendue, favorisant le travail et les prises de contact amicales entre gens de plume et industriels du textile et de l'habillement.

Si la présentation simultanée de modèles d'été et d'hiver et l'ordonnance du défilé selon les critères de coloris et non d'usage ont rendu l'appréciation plus difficile, si l'absence de coloris de contraste a contribué à une certaine monotonie dans la présentation, il convient de relever aussi les côtés positifs de ce parti pris. On peut dire, en toute sincérité, que la sobriété dans l'usage des couleurs a donné une haute tenue et une grande unité à l'ensemble de la présentation et à chaque modèle en particulier. Ne manquons pas de relever, à ce propos, que si certains fabricants peuvent facilement proposer des modèles que leur audace destine avant tout à une carrière éphémère dans les vitrines des magasins, la plupart des vêtements présentés sont destinés à être non seulement vendus mais aussi portés, ce que justifie pleinement, non seulement l'élégance des articles mais aussi la qualité des matières premières utilisées et du travail.

La présentation de cette année était placée sous le signe du contraste entre la tension et la relaxation, entre l'effort et le repos, l'activité et le loisir, dont la succession constitue le rythme de la vie même. Les coloris — seulement six en tout: du jaune, du rouge, du bleu, du gris, du beige et du vert — participaient à cette pulsation, par décret de l'organisateur du défilé, que nous ne chicanerons pas sur une interprétation très personnelle du symbolisme des couleurs, qui n'a peut-être pas emporté l'adhésion de chacun.

Dans l'ensemble, beaucoup de modèles que l'on pourrait facilement appeler classiques, avant tout fonctionnels, peu de « gadgets » pour l'effet de nouveauté seulement, relativement peu d'effets métalliques mais beaucoup de modèles transformables, allant du maillot de bain une pièce qui devient un bikini au lumberjack masculin qui se mue en une veste par l'adjonction de basques au moyen d'une fermeture à glissière, des gros tricotés à côtes ou à dessins jacquard multicolores, des imperméables masculins longs, de merveilleux manteaux et jaquettes de cuir et de fourrure, un ensemble d'après-ski à culottes bouffantes en tricot avec fourrure de lapin, d'un aspect nettement nouveau et remarquable, et, aux pieds, les chaussures de ski modernes, à fermeture à boucles, et encore et toujours des bottes.

Dans l'ensemble, une belle réussite avec des collections d'une tenue impeccable et d'un niveau très régulier, ce qu'il faut attribuer, cette année, à une impitoyable sélection, opérée avant la manifestation.

Un nouveau procédé Fisba

La maison Christian Fischbacher Co. à Saint-Gall est la première à présenter, dans ses nouvelles collections, des tissus fins de coton unis, imprimés et brodés, à repassage superflu. Ces qualités, mises dans le commerce sous le nom de FISBA Stayrite plus, offrent une excellente résistance à la déchirure et à l'usure. Des essais approfondis au porter ont donné des résultats tout à fait positifs. Les tissus en question ne posent pas de problèmes de façonnage à l'industrie de la confection. La collection est très riche; mentionnons particulièrement, dans les unis, un voile double retors, avec des effets nopés et un tissu nopé à bandes satin. Dans l'assortiment des imprimés, on remarque un satin de coton et un satin de coton rayé et, dans les broderies, une batiste de coton. On peut facilement prédire que ce procédé moderne de finissage ouvrira de nouveaux marchés aux tissus fins de coton.

Pratica-Orlon Club en Suisse

Sur l'initiative de la Schappe S.A. à Bâle et avec l'appui de Du Pont de Nemours à Genève, les fabricants suisses de chaussettes F. Bodmer S.A. à Niederwil-Gossau, Rime S.A. à Lausanne et Jacob Rohner à Balgach ont formé une communauté d'intérêts pour le marketing, en vue de stimuler l'utilisation de l'Orlon Pratica dans le domaine de la chaussette. Cette communauté d'intérêts n'est pas destinée uniquement à l'échange d'expérience dans le domaine technique, mais aussi à l'établissement et à l'exécution d'un programme commun de marketing, s'étendant de la fabrication à la consommation. Ces efforts de marketing reposent sur une importante étude de motivations, exécutée par le bureau du fameux protagoniste de l'étude de motivations E. Dichter, dans la branche que ce dernier appelle, non sans humour, la « soxologie » et qui se propose de révolutionner la bonneterie en modifiant totalement l'image périmée que l'homme d'aujourd'hui se fait de la chaussette. Ajoutons, en passant, que la conception de marketing Pratica-Orlon a été adoptée par 62 fabricants de chaussettes et de bas de la CEE et de l'AELE.

De la télévision à la confection

Une certaine Emma — non, il ne s'agit pas d'Emma Bovary, la célèbre héroïne de Flaubert ! — fait actuellement les délices des habitués du « petit écran ». C'est une jeune femme déléguée, Mrs. Emma Peel, qui paraît régulièrement à la TV comme héroïne de courts métrages policiers britanniques: « Chapeau melon et bottes de cuir ». Or, ces émissions ont une telle vogue qu'elles ont été reprises par plus de 40 chaînes de télévision de tous les pays. Comme le succès appelle le succès, un producteur allemand de filés, tissus et jerseys de Trévira®-« Polyfan » s'est assuré, à des fins publicitaires, l'usage du nom et de l'image caractéristiques d'Emma Peel pour tous les pays de l'Europe continentale. Il s'agit ainsi de pousser la vente de vêtements pour jeunes, exécutés selon les normes correspondant aux articles de mode portés par Emma Peel — à la ville Miss Diana Rigg — et confectionnés au moyen des tissus Trévira® en question. Tous ces modèles, qui seront soutenus par une intense propagande jusqu'au niveau de la vente au détail, porteront les initiales E.P. ou la silhouette d'Emma Peel et trouveront sans doute un accueil favorable auprès des jeunes spectatrices de la télévision. En Suisse, trois maisons, soit Walter Bollag, fabrication de robes, jupes, pantalons et costumes à Frauenfeld, Rudolf Braunschweig, fabricant de blouses à Zurich, et Gabriel Feldinger, « Gaby Fashion », fabricant de costumes et manteaux à Allschwil-Bâle, fabriquent et vendent les modèles Emma Peel.

WEKO regarde vers l'avenir

La maison WEKO a inauguré une nouvelle fabrique à Diessenhofen, une bourgade cossue, nichée dans la verdure d'un canton qui se partage entre l'industrie textile et l'arboriculture fruitière. La maison ne date pas d'hier: elle a été fondée il y a 70 ans exactement, sous la forme d'une entreprise de mercerie en gros et de fournitures pour tailleurs et couturières. Par la suite, la maison entreprit la fabrication

de jabots, blouses, dentelles et broderies, alors qu'une maison apparentée, dans la même localité, se vouait à la fabrication mécanique de tabliers. Après bien des vicissitudes, dont la plus importante fut, en 1926, la destruction totale par le feu de la fabrique de tabliers, il est resté, après la dernière guerre, deux entreprises placées sous la même direction: Jakob Weil & Co. (JWD) à Diessenhofen, qui fabrique des robes de qualité courante et des robes de chambre, et WEKO à Zurich, spécialisée dans la robe élégante de prix plus élevés. A l'heure actuelle, les deux lignes de fabrication sont concentrées dans la nouvelle fabrique de Diessenhofen, tandis que les départements de création et de vente, ainsi que les deux directions sont centralisés dans les bureaux modernisés de Zurich, où s'exécutent aussi certains travaux spéciaux de couture.

Est-il besoin de dire que la nouvelle fabrique de Diessenhofen, très plaisante d'aspect et organisée de la façon la plus rationnelle, est équipée de tous les moyens de production modernes et constitue un milieu de travail extrêmement agréable ?

S'adressant aux nombreux invités à l'inauguration officielle de la nouvelle fabrique, Ernest Weil, le chef actuel de la maison, dit sa foi dans l'avenir des entreprises de confection de moyenne importance. Selon certains spécialistes de la branche, le monde connaîtra, d'ici 15 à 20 ans, une énorme concentration de la production de vêtements entre les mains de quelques fabriques seulement, produisant de très grandes séries de vêtements plus ou moins standardisés, ayant un certain caractère de mode, à des prix bas, fabrication en marge de laquelle existera une très petite production individualisée d'articles de haute mode à des prix élevés. Corrigeant en partie ces prédictions, le jeune chef d'entreprise pense qu'entre ces deux pôles, il restera un marché, modeste mais intéressant quand même, pour une production moyenne soignée à prix moyens, pour une clientèle intermédiaire, relativement restreinte, mais peu désireuse de se soumettre aux standards mondiaux. C'est dans cet esprit que continueront de travailler les entreprises WEKO et JWD, dont les dimensions restreintes permettront de s'adapter avec souplesse aux fluctuations de la mode et qui sauront adopter les méthodes modernes de rationalisation et de gestion leur permettant de s'affirmer à l'avenir, conformément à la devise « assez vaut mieux que trop ».

A propos de la 25^e Conférence internationale de la laine: coup d'œil sur l'industrie lainière

La 37^e Conférence internationale de la laine aura lieu en Suisse, à Montreux, au moment où nous mettrons les présentes lignes sous presse. Il est donc trop tard pour annoncer cet événement et trop tôt pour parler du travail accompli et des résultats obtenus. Rappelons qu'une conférence internationale — la 25^e — avait déjà eu lieu en Suisse, à Zurich, en 1956. C'est le succès remporté par celle-ci qui a engagé le comité de l'Association internationale de la laine à confier une nouvelle fois l'organisation de cette rencontre à l'Association suisse de l'industrie lainière. Dans un très louable dessein de renouvellement, celle-ci a choisi comme lieu de la nouvelle rencontre internationale la charmante station de Montreux, sur le Léman, bien connue des touristes étrangers.

L'Association internationale de la laine groupe les associations nationales du commerce et de l'industrie de la laine de 25 pays des 5 continents. Elle a été fondée en 1928, principalement en vue d'instituer une procédure d'arbitrage en cas de contestations entre les membres affiliés. L'appareil très complet d'accords et de recommandations qui s'est développé sur cette base a déjà fait des centaines de fois la preuve de son efficacité.

Il ne faut pas confondre ce groupement avec le Secrétariat international de la laine (IWS), organisme créé en 1937 et qui groupe les 200.000 producteurs de laine d'Australie, de Nouvelle-Zélande et de l'Union sud-africaine. L'IWS, qui entretient des filiales dans 24 pays, est exclusivement au service des producteurs

de laine brute et a pour tâche de répandre l'usage de la laine et d'en protéger la qualité (Woolmark).

L'effectif mondial du cheptel ovien a passé de 740 millions en 1950, à 970 millions de têtes à l'heure actuelle. Aujourd'hui, la production mondiale de laine équivaut à 2,6 millions de tonnes de laine en suint ou 1,5 million de tonnes de laine lavée. 80 % des exportations mondiales proviennent des 5 plus importants pays producteurs, c'est-à-dire l'Australie, la Nouvelle-Zélande, l'Afrique du Sud, l'Argentine et l'Uruguay. Les exportations de laine contribuent pour 35 % aux exportations totales de la Nouvelle-Zélande et pour plus de 30 % à celles de l'Australie.

L'industrie suisse de la laine, qui utilise de plus en plus les fibres chimiques, est une branche dynamique qui, de 1965 à 1967, a élevé sa production de 29.484 tonnes à 30.198 tonnes et a atteint un chiffre d'affaires total estimé à 650 millions de fr.s. (\$151 millions). Bien que la laine ne couvre plus que 60 à 70 % de la consommation de l'industrie lainière suisse en fibres textiles (30 % seulement dans l'industrie des tapis), les importations annuelles de laine de la Suisse, qui se situent entre 14.000 et 15.000 tonnes pour une valeur de 130 à 150 millions de fr.s. (\$30,17-34,8 millions), n'ont pas diminué, l'élevage indigène du mouton (250.000 têtes) ne produisant annuellement que 300 tonnes de laine, c'est-à-dire à peine 2 % de la consommation de l'industrie suisse.

La production de l'industrie suisse de la laine, assurée par environ 70 établissements, s'étend principalement aux articles suivants: filés peignés et cardés pour utilisation industrielle (tissus et articles de mailles), fils pour le tricotage à la main, tissus cardés et peignés pour vêtements, uniformes et ameublement, couvertures, tapis, articles en feutre. En 1967, la production a été de 2611 tonnes de rubans de peigné, 13.131 tonnes de filés, 6068 tonnes de tissus, 976 tonnes de couvertures, 5961 tonnes de tapis et 651 tonnes d'articles en feutre.

L'industrie suisse de la laine est un exemple typique de la transformation structurelle en cours dans l'industrie textile. Avec moins de personnel et moins de machines, elle a néanmoins augmenté fortement sa production. Au cours des dix dernières années, l'effectif de la main-d'œuvre a pu être réduit de 12 %, le nombre des broches de filature a passé de 350.000 à 128.000 et celui des métiers à tisser de 3300 à 1600. Bien que le taux des salaires ait augmenté d'environ 80 à 90 % pendant cette décennie, il lui a été possible d'abaisser partiellement ses prix de vente, grâce à d'importants investissements dans l'appareil technique de production. Actuellement, l'industrie suisse de la laine, qui il y a 10 ou 20 ans était encore considérée comme une branche typiquement tournée vers la couverture de la demande intérieure, exporte environ 20 % de sa production. Certaines entreprises même écoulent plus de la moitié de leur production sur les marchés étrangers.

Présentation de tissus en « Térylène » 1969

L'exposition de tissus organisée chaque année à Zurich par I.C.I. (Switzerland) S.A. obtient toujours un franc succès auprès des fabricants suisses de prêt-à-porter. Pour le printemps et l'été de 1969, il y avait 1600 échantillons de tissus présentés par 130 producteurs de Suisse et de l'étranger. Dans ce vaste assortiment, notons particulièrement les nombreuses qualités de Térylène® pour le vêtement féminin et masculin, les diverses variantes du Crimplène®, en particulier une forte proportion de tissus brodés, le Crimplène® pour le vêtement masculin ainsi que le BRI-Nylon® pour les modes de bain et les chemises d'hommes.

Parmi les nouveautés, relevons un tissu imprimé pour robes, en pur Térylène®, auquel une fibre d'un type nouveau donne le caractère de la soie. Un tissu pur Térylène® tissé avec un fil structuré répond à la demande actuelle en shantungs. Grâce à la création nouvelle de fibres convenant au mélange avec de la laine, les tissus mélangés Térylène®/laine peignée ont été accueillis dans l'assortiment des hautes nouveautés du type peigné.

El Swiss Fashion Club se ha implantado en los usos y costumbres del mundillo suizo de los textiles y del vestido. Pero esto no significa que desee aprovecharse de una situación adquirida para quedar dormido sobre sus laureles. Muy al contrario, por su misma naturaleza se ve obligado a renovarse constantemente y a buscar, un año tras otro, una nueva fórmula para hacer honor a su ambición que consiste en crear, para la moda de los deportes y del solaz, un estilo original, juvenil y audaz, pero funcional, esto es, que resulte portable y de buen gusto.

Para renovar su presentación, el Swiss Fashion Club, cuyos miembros se han aumentado en dos más — un fabricante de tejidos y otro de abrigos y de trajes — ha cambiado la fecha y el sitio donde tenía lugar la presentación anual que se venía haciendo a principios del año, en Arosa y después en el Righi y que, en 1968, ha sido fijado para muy al principio de la primavera, en Lugano. Además, para concordar con los primeros días hermosos, las colecciones no han quedado limitadas, como los años precedentes, a los modelos de invierno, sino que ahora incluyen también creaciones para la playa y para los días de solaz estival.

Ahora bien, lo que nunca cambia en la reunión anual del Swiss Fashion Club es el buen tiempo y la organización impecable que permiten cada vez a los cronistas de la moda el volverse a reunir en un agradable ambiente y descansados, lo que favorece el trabajo y las tomas de contacto amigables entre los plumíferos y los industriales del ramo textil y del vestido.

Aunque la presentación simultánea de modelos de verano y de invierno, así como la ordenación del desfile según los criterios de los colores, mas no según los de la utilización, han hecho que la apreciación resulte más difícil, y aunque la ausencia de colores haciendo contraste ha contribuido a crear cierta monotonía en la presentación, conviene subrayar también las facetas positivas de esta decisión. Con toda sinceridad se puede decir que la sobriedad en el empleo de los colores confiere un tono elevado y gran unidad al conjunto de la presentación y, en particular, a cada uno de los modelos. No dejaremos sin subrayar respecto a esto que si bien algunos fabricantes pueden proponer fácilmente unos modelos de tanta audacia que parecen destinados en primer lugar a tener una carrera efémera en los escaparates de los almacenes, la mayoría de los vestidos presentados está destinada, no sólo a ser vendida, sino también a ser llevada, lo que plenamente justifica tanto la elegancia de los artículos como la calidad de las primeras materias utilizadas y del trabajo. La presentación de este año estaba colocada bajo el signo del contraste entre la tensión y la relajación, entre el esfuerzo y el reposo, entre la actividad y el solaz que en sucesión constante constituyen el ritmo de la misma vida. Los colores — tan sólo seis en total: amarillo, rojo, azul, gris, beige y verde — tomaban parte en esa pulsación decretada por el organizador del desfile, a quien no hemos de criticar por una interpretación muy personal del simbolismo de los colores que probablemente no mereció la aprobación de todos.

En su conjunto, muchos modelos que fácilmente podríamos llamar clásicos, y ante todo funcionales, pocos «gadgets» para obtener tan sólo el efecto de novedad, relativamente pocos efectos metálicos, pero muchos modelos transformables que iban desde el traje de baño en una pieza que se vuelve «bikini», hasta el «lumberjack» masculino que se transforma en chaqueta añadiéndole los faldones mediante un cierre de cremallera; tricots muy gruesos con cordones o con dibujos jacquard multicolores, impermeables masculinos largos, maravillosos abrigos y chaquetas de cuero y de peletería, un conjunto para después de la nieve, con pantalones bombachos, de punto con pieles de conejo, de un aspecto perfectamente nuevo y notable y, para los pies, calzados de esquiar modernos, con cierre por lazadas y, cada vez, botas y más botas.

En conjunto, un éxito excelente con colecciones de un tono impecable y de un nivel muy por igual, lo que se debe atribuir este año a una selección despiadada llevada a cabo antes de la manifestación.

Los industriales sangalenses del bordado y de los tejidos finos de algodón lo han comprendido así: Para permanecer joven se debe frecuentar la juventud. Y todos los años nos procuran una demostración de esta teoría recurriendo a ejemplos. Trátase de la «Reunión de las Escuelas Europeas de Modas», acontecimiento completamente sangalense pero que no por ello es menos europeo... Esta Novena Reunión que ha tenido lugar en el mes de marzo del presente año, atrajo a más de 50 representantes de la Prensa escrita y hablada de Suiza y del extranjero, entre los que figuraban los equipos de televisión de la BBC de Londres, de la televisión de Berlín y de la Suiza Alemana, de la radio Südwestfunk de Stuttgart, de Radio Viena, del servicio suizo de las ondas cortas y de la radio de la Suiza Alemana, en la sala grande del Palacio de los Congresos de San Galo.

Para quienes no estén al corriente de ello, añadiremos que se trata de un concurso de creación, organizado anualmente por la Oficina de Propaganda de la Industria del Algodón y del Bordado de San Galo entre cinco escuelas de la moda sobre asuntos impuestos. Es decir, que cada una de dichas escuelas tiene que ejecutar diez modelos diferentes utilizando tejidos y bordados de producción sangalense — los mismos para cada una de las concurrentes — y suministrados por la Oficina de Propaganda. Los modelos son presentados al público por categorías y por las mismas alumnas. El tribunal internacional formado por 6 personas incluye 2 creadores de modas, 2 periodistas de la moda y 2 representantes de la industria textil sangalense, confieren las notas durante la presentación y proclaman los resultados inmediatamente. Los modelos no son juzgados tan sólo según la impresión producida por el conjunto, sino también desde el punto de vista del corte y de la labor realizada con el material.

Los diez modelos impuestos eran: camisón de dormir, pijama o mañanita (négligé); conjunto para la playa, conjunto para el solaz; conjunto para rally automovilístico, coqueto conjunto para las labores caseras; dos piezas o abrigo de calle; conjunto de una a tres piezas; vestido de baile, corto; vestido de cóctel corto; vestido de boda. La clasificación era doble, esto es, que se verificaba por modelo para cada categoría y según el número total de puntos entre todas las escuelas. La clasificación por puntos dio el resultado siguiente: 1. Colegio de Enseñanza técnica de la Alta Costura, París (3 primeros premios); 2. Kunstgewerbeschule der Stadt Zurich, Zurich (1 primer premio); 3. Modenschule der Stadt Wien im Schloss Hetzendorf, Viena (1 primer premio); 4. Harrow School of Art, Londres (2 primeros premios); 5. Staatliche Akademie für Werkkunst und Mode, Berlín (2 primeros premios).

Mejor que cualquier descripción, las fotos que hemos presentado dejan ver que el relevo en la creación de modas queda dignamente asegurado y que las jóvenes toman en serio su trabajo, lo que no excluye la fantasía — muy al contrario — ni las ideas originales e inclusive el atrevimiento, todas ellas cualidades indispensables en los oficios relacionados con la moda, a los cuales las industrias de los textiles les deben una juventud constantemente renovada.

La Cover-Girl suiza 68

¿El oficio de «cover-girl»? Un espejuelo para la caza de alondras que, a cambio de una esperanza nada cierta de lograr hacer carrera internacionalmente, exige años de un trabajo agotador y de esfuerzos constantemente renovados, tener una salud férrea, una tenacidad de perro de presa y un optimismo a toda prueba. Por este motivo, tanto en esta especialidad como en todas aquellas que prometen una difusión por medios que alcanzan a la masa (mass-media), muchos son las llamadas y pocas las escogidas.

Directamente interesada en poder disponer de los servicios de bonitas señoritas maniqués para la fotografía, la Oficina de Propaganda de la Industria del Algodón y del Bordado de San Galo, ha organizado esta primavera un concurso de «Cover-Girls» debutantes que debería permitirle, por una parte, reclutar personas interesantes y, por otra parte, encontrar una señorita capaz de presentarse como

candidata al concurso internacional de «cover-girl» organizado por una importante empresa británica. Para asegurarle a este concurso la amplísima difusión que es indispensable para su buen éxito, la Oficina de Propaganda mencionada se ha dirigido a un editor suizo, de ideas muy amplias, que publica una revista semanal para las familias en francés y en alemán con una tirada de cerca de 200.000 ejemplares, y que también está interesado en descubrir nuevas maniqués para las fotos de modas.

El anuncio publicado por la revista ilustrada en cuestión ha originado unas 300 contestaciones a los organizadores, los cuales, después de varias selecciones, han escogido doce pretendientes que fueron fotografiadas por el mismo fotógrafo con el mismo alumbrado y después de haber sido maquilladas por el mismo «visajista» (lo que confería a todas las mismas probabilidades) y examinadas en lo que respecta a su comportamiento ante el público. Las tres clasificadas en los primeros puestos son: Marlyse Fischer, de Zurich; Michele Ribordy, de Ginebra, y Mónica Boand, de Pully-Lausanne, que fueron presentadas a la prensa en una «boutique» para jóvenes de Zurich, donde han desfilado para presentar a la Prensa los vestidos, trajes, blusas, faldas, impermeables y conjuntos para la playa creados para esta ocasión bajo los auspicios de la Oficina de Propaganda para la Industria del Algodón y del Bordado. Han sido las toilettes presentadas por Marlyse Fischer que han ganado y que llevará este otoño próximo a Londres, puesto que el viaje al paraíso del estilo «mini» representa una parte del premio conferido a Miss Cover-Girl Suiza 1968.

Es probable que volveremos a ver muy frecuentemente a estas tres encantadoras principiantes en la carrera de cover-girl, retratadas en las fotos de los modelos realizados con las especialidades sangalenses, en tejidos de algodón y en bordados.

Un nuevo procedimiento Fisba

La firma Christian Fischbacher, de San Galo, es la primera que ha presentado en sus nuevas colecciones tejidos finos de algodón, lisos, estampados y bordados, que no necesitan ser planchados. Estas cualidades, puestas a la venta bajo la denominación de FISBA Stayrite plus, ofrecen una excelente resistencia al desgarrar y al desgaste. Los ensayos a fondo, llevando puestos los artículos, han dado unos resultados completamente positivos. Los tejidos en cuestión no plantean problemas en lo que respecta a la hechura en la industria de la confección. La colección contiene un gran surtido; mencionaremos particularmente, de los lisos, un velo doble retorcido, con efectos de nuditos, y un tejido con nuditos y con listas de batista. De los estampados, llama la atención un satén de algodón y otro satén de algodón listado, y, entre los bordados, una batista de algodón. No es nada difícil predecir que este procedimiento moderno de acabado abrirá nuevas perspectivas de venta a los tejidos finos de algodón.

Pratica-Orlon Club en Suiza

Por iniciativa de la compañía Schappe S.A. de Basilea y con el apoyo de Du Pont de Nemours, de Ginebra, los fabricantes suizos de calcetines F. Bodmer S.A. de Niederswil-Gossau, Rime S.A. de Lausanne y Jacob Rohrer S.A. de Balgach han constituido una comunidad de intereses para el «marketing» con objeto de estimular la utilización del Orlon Pratica en el ramo de los calcetines. Esta comunidad de intereses no sólo está destinada al intercambio de experiencia en la esfera técnica, sino también al establecimiento y a la ejecución de un programa común de «marketing» que abarque desde la fabricación hasta el consumo. Estos esfuerzos con vistas al «marketing» (fomento del mercado) están basados sobre un importante estudio de las motivaciones, realizado en las oficinas del célebre protagonista del estudio de las motivaciones, E. Dichter, del ramo que este último llama, ni sin buen humor, la sexología, y que propone revolucionar la calcetería modificando totalmente la imagen antañona que el hombre actual se hace del calcetín. Añadiremos de paso que el concepto de

«marketing» Pratica-Orlon ha sido adoptado por 62 fabricantes de calcetines y de medias, de la CEE y de la AELE.

De la televisión a la confección

Cierta persona que ostenta el nombre de Emma — no, no se trata de Emma Bovary, la célebre heroína de Flaubert — deleita actualmente a los aficionados a la pequeña pantalla de la televisión. Es una mujer joven y avispada, Miss Emma Peel, que aparece regularmente en la televisión como heroína de las cintas policíacas cortas procedentes de la Gran Bretaña. Pues bien, estas emisiones han alcanzado tal auge que han sido presentadas por más de 40 emisoras de televisión de todos los países. Como el buen éxito atrae el buen éxito, un fabricante alemán de hilados, tejidos y de malla jersey de Trevira® — «Polyfan», se ha reservado para su publicidad el empleo del nombre y de la imagen característica de Emma Peel para todos los países de la Europa continental. Trátase pues de fomentar la venta de los vestidos destinados a la gente joven y ejecutados de acuerdo con las normas correspondientes a los artículos a la moda que usa Emma Peel — en la vida real, Miss Diana Rigg — y confeccionados con los tejidos Trevira® en cuestión. Todos estos modelos estarán apoyados por una propaganda intensa que llegará hasta el nivel de la venta al por menor, y ostentarán las iniciales E.P. o la silueta de Emma Peel, por lo que serán indudablemente acogidos muy favorablemente por las espectadoras juveniles de la televisión. En Suiza son tres casas, esto es Walter Bollag, fabricación de vestidos, faldas, pantalones y trajes en Frauenfeld, Rudolf Braunschweig, fabricante de blusas en Zurich, y Gabriel Feldinger «Gaby Fashion», fabricante de trajes y de abrigos en Allschwil-Basilea, los que fabricarán y venderán los modelos Emma Peel.

Sobre la 37ª Conferencia Internacional de la Lana: Ojeada sobre la industria lanera

La 37ª Conferencia Internacional de la Lana tendrá lugar en Suiza, en Montreux, precisamente cuando las presentes líneas estarán siendo impresas. Así pues, llegamos tarde para anunciar este acontecimiento y demasiado pronto para reseñar la labor realizada y los resultados obtenidos. Recordemos que otra conferencia internacional — la 25ª. — se celebró ya en Suiza, en Zurich, el año de 1956. Al éxito logrado por esta última se le debe que el comité de la Asociación Internacional de la Lana haya confiado de nuevo la organización de esta reunión a la Asociación Suiza de la Industria Lanera. Con el deseo digno de alabar de renovarse, ésta ha elegido como lugar para la próxima reunión internacional la encantadora estación turística de Montreux, a orillas del Lago Lemán, por demás conocida de los turistas extranjeros. En la Asociación Internacional de la Lana están agrupadas las asociaciones nacionales del comercio y de la industria de la lana de 25 países de los cinco continentes. Fue fundada en 1928, principalmente con el fin de instituir un procedimiento de arbitraje para los casos litigiosos entre los miembros afiliados. El aparato muy completo de acuerdos y de recomendaciones que se ha ido desarrollando andando el tiempo sobre esta base ha demostrado ya centenares de veces su eficacia.

Esta agrupación no debe ser confundida con la Secretaría Internacional de la Lana (IWS), organismo creado en 1937 y en el cual están agrupados los 200.000 productores de lana de Australia, Nueva Zelanda y la Unión Sudafricana. El IWS, que tiene filiales en 24 países, está exclusivamente al servicio de los productores de lana en bruto (de vellón) y tiene por objeto el fomentar y extender el empleo de la

lana y simultáneamente el de proteger la calidad (Woolmark).

El efectivo mundial del rebaño ovino, que era de 740 millones de cabezas en 1950, es actualmente de 970 millones de cabezas. En la actualidad, la producción mundial de lana equivale a 2,6 millones de toneladas de lana en bruto o de 1,5 millones de toneladas de lana lavada. El 80 % de las exportaciones mundiales proceden de los 5 países más importantes como productores, esto es, Australia, Nueva Zelanda, el África del Sud, la Argentina y el Uruguay. Las exportaciones de lana contribuyen con el 35 % a las exportaciones totales de la Nueva Zelanda y con más del 30 % a las de Australia.

La industria lanera suiza, que utiliza de más en más las fibras químicas, es un ramo dinámico y que, de 1966 a 1967, ha incrementado su producción de 29.484 toneladas a 30.198 y su total de ventas se estima ser de 650 millones de francos suizos (\$151 millones). Aunque la lana sólo llega a cubrir del 60 al 70 % del consumo de la industria lanera suiza en lo que respecta a las fibras textiles (30 % solamente en la industria de los tapices), las importaciones anuales de lana en Suiza, que son de 14.000 a 15.000 toneladas por valor de 130 a 150 millones de frs.s. (\$30,17 a 34,8 millones) no han disminuido, ya que la cabaña indígena (250.000 cabezas) solamente produce anualmente 300 toneladas de lana, esto es, apenas el 2 % de la cantidad consumida por la industria suiza.

La producción de la industria lanera suiza, en manos de aproximadamente unos 70 establecimientos, abarca principalmente los siguientes artículos: hilados, cardados y estambres para utilización industrial (tejidos y artículos de malla), hilos para punto de calceta a mano, tejidos cardados y de estambre para los vestidos, uniformes y tejidos para tapicería y mobiliario, mantas, alfombras, artículos de fieltro. En 1967, la producción ha sido de 2611 toneladas de cintas de estambre, 13.311 toneladas de hilados, 6068 toneladas de tejidos, 976 toneladas de mantas, 5961 toneladas de alfombras y 951 toneladas de artículos de fieltro.

La industria lanera suiza constituye un ejemplo típico de la transformación estructural que se lleva a cabo en la industria textil. Con menos operarios y menos máquinas ha logrado empero aumentar muy notablemente su producción. En el decurso de los últimos diez años, se ha podido reducir la mano de obra en el 12 %; el número de husos de hilatura, de 350.000, ha pasado a ser de 128.000 y el de los telares, de 3300 a 1600. A pesar de que los sueldos han aumentado del 80 al 90 % durante el decenio, le ha sido posible rebajar parcialmente los precios de venta realizando inversiones de capital importantes en el aparato técnico de producción. Actualmente, la industria lanera suiza, que hace 10 ó 20 años estaba considerada como un ramo típicamente dedicado a abastecer el consumo interior, exporta ahora el 20 % aproximadamente de su producción. Algunas empresas llegan hasta a vender más de la mitad de su producción en los mercados extranjeros.

Presentación de los tejidos «Terylene» 1969

En la industria suiza de los vestidos goza del mayor aprecio la pequeña exhibición «Interstoff» a orillas del río Limmat, que todos los años organiza la compañía I.C.I. (Switzerland) S.A. Unas 130 firmas del ramo, tanto suizas como extranjeras pudieron elegir para la temporada de primavera/verano de 1969 entre unas 1600 muestras sus artículos preferidos. En esta colección las numerosísimas y más diversas calidades de «Terylene» para vestidos de señora y de caballero, «Crimplene» en distintas variantes, entre las cuales los bordados ocupaban un puesto importante, «Crimplene» para trajes de caballero, y «BRI Nylon» para trajes de baño y camisas de caballero.

En la categoría de novedades podía verse un género estampado para vestidos 100 % «Terylene» y que, por estar hecho con unas fibras de un tipo especialmente desarrollado, presenta incontestablemente un carácter como el de la seda. Para satisfacer la tendencia hacia el Shantung, se dispone de un tejido 100 % «Terylene» con efecto de hilado. Los tejidos de mezclas de «Terylene»/lana peinada hacen una introducción muy bienvenida entre los géneros de alta moda para vestidos y figuran en muy buen sitio entre los géneros de lana peinada.