

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1990)
Heft: 82

Artikel: Übersetzungen = Traductions = Translations
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795873>

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>

ÜBERSETZUNGEN

Seiten 36–47

JAKOB SCHLAEPFER + CO. AG, ST. GALLEN

Das Markenzeichen des innovativen Stickers sind Pailletten, die mit immer versiegender Fantasie auf immer wieder neue Art eingesetzt werden – matt oder glänzend oder altgoldenen schimmernd, bunt oder glasklar, schuppenartig dicht angeordnet oder ein dekoratives Dessin formend. Raffinierte Trompe-l'œil-Effekte stellen sich ein, wenn sich Jacquard- oder Spitzenfonds mit Stickereimotiven verschmelzen. Die aktuelle Sportlichkeit in Luxusversion verkörpern Matelassés auf Lack- oder Nappalederimitat. Nouveauté heisst bei Schlaepfer mitunter auch Erfindungsgabe, mit deren Hilfe Stickerei sich tarnt, beziehungsweise sich in der Technik des kunstvollen Nadelwerks kaum zu erkennen gibt. Das trifft etwa zu auf



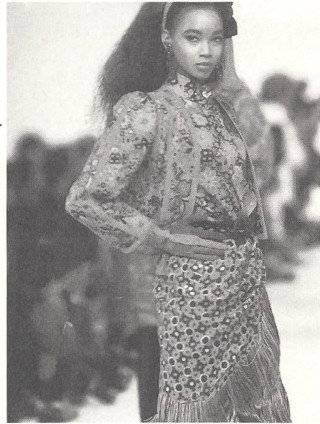
Tissus croché in Chenille oder auf ein grobes Goldguipurenetz, auf ein Geflecht von Samtbändern oder Smock mit stark aufgeworfenem Cloquébild oder auf eine höchst dekorative Kreation aus zwei Lagen Chiffon, zwischen denen Stoffblumen appliziert sind.

Seiten 48–51

ABRAHAM AG ZÜRICH

Als Hommage an die Länder Osteuropas, die durch die umwälzenden weltpolitischen Ereignisse ins Zen-

trum des Interesses gerückt sind, möchten Saint Laurent und Abraham die neue Rive Gauche-Kollektion aufgefasst wissen. In der engen Zusammenarbeit des Pariser Modeschöpfers

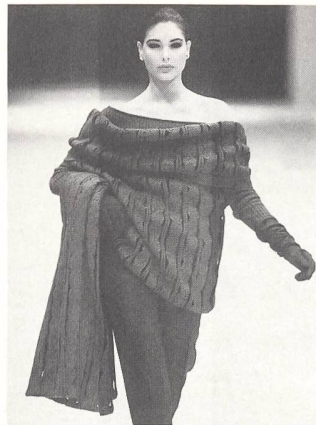


und des Zürcher Stoffnouveauhäuses sind Dessins entstanden, die Elemente aus der russischen, rumänischen, ungarischen Volkskunst aufgreifen und umsetzen auf ausserordentlich dekorative Allover- und Bordürendrucke in leichten Woll- und edlen Seidenqualitäten und auf reiche Damas façonnés. Charakteristisch für die von den osteuropäischen Kulturen beeinflusste Thematik ist die strahlende Leuchtkraft der Farben, die sich oft von Schwarz abheben, aber auch als Mix vieler Nuancen auf gleicher intensiver Tonhöhe auftreten.

Seiten 52–63

FORSTER WILLI + CO. AG, ST. GALLEN

Grosses Stickereithema in den Stilistenkollektionen, insbesondere der Italiener, ist Wollguipure, die vielfach als innovatives Dekor an Mänteln und Kostümen oder als Kasak, Weste, Hose Anwendung findet, der St. Galler Stickerei also Eingang in die Outdoor-Tagesmode verschafft. Von Forster Willi stammen dichte oder sehr offene grossrapportige Guipure-Allovers und reiche Bordüre, aber auch Wollstickereien auf Tüll, was einen interessanten Kontrast von winterwarm und transparent ergibt. Mit Kontrasten arbeiten hat überhaupt Methode: filigranfeine Stickerei mit Blüm-



chen- und Blättchen-Applikationen auf Samt oder Schnürlstickerei mit Schmucksteinen und Seidenquasten auf Wolljersey sind Beispiele dafür. Abends lässt sich, etwa an feinmotivigen, vielfach verästelten Guipures, eine Vorliebe für Altgold und Mattsilber erkennen, die dem Metallglanz das Gleisende nehmen, ihm aber alle Raffinesse bewahren.

Seiten 64–77

PRÊT-À-PORTER PARIS HERBST/WINTER 90/91

LEITFADEN FÜR FAVORITEN

Schon in der griechischen Sage verirrt die Königstochter Ariadne dem Theseus mit ihrem Garnknäuel, wie man den richtigen Weg nicht verfehlt. Zahlreich sind heute Hilfestellungen, um auch im vielfältigen Modegeschehen mutmasslichen Favoriten möglichst auf der Spur zu bleiben. Anlässlich des Salon du Prêt-à-Porter Féminin für den nächsten Herbst und Winter gab man etwa mit Themen wie «La Femme Polaire», «La Femme Tranquille», «La Femme de Tête», «La Femme Abstraite» oder «La Femme Baroque» Richtungen dafür an. Interessant ist bei den Vorschlägen nun vor allem zu sehen, wie man innerhalb solcher Strömungen Schwerpunkte setzt. Ideen sportlicher Prägung werden jetzt etwa weitaus überraschender, häufig sehr chic in den Blickpunkt gerückt. Klassiker aus dem sportlichen Bereich, wie Kapuzen- und Matelassé-Modelle sieht man in Samt, Seide und selbst trans-

parenten Stoffen übersetzt. Auch Folklore-Elemente von Skandinavien bis aus dem osteuropäischen Raum lassen im Einsatz für anspruchsvolle Städterinnen deutlich Veränderungen erkennen. Als Leitidee für urbanen Chic ist die Bedeutung von formbetonenden Silhouetten nicht zu übersehen. Sanft den Körper nachzeichnende lange Jacken gehören entsprechend zu Top-Themen. 7/8 Längen,



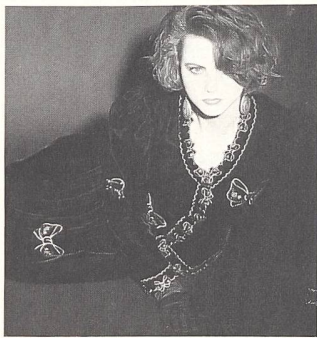
unter denen nur ein kleines Stück Rock oberhalb des Knies erscheint, sind eine Spezialität, auf die man setzt. Viel zu verbergen scheinen zunächst «Super-Shirts», lange Hemdformen oder aktuelle kurze Trapezschnitte. In der Kombination zu schmalen Hosen, einem Body oder Leggings sind sie jedoch nur ein Mittel mehr, um auf steigendes Körperbewusstsein moderner Frauen hinzuweisen. Warum wären sonst auch sehr kurze graphisch konstruierte Silhouetten, bei denen man mit Farb- und Flächenaufteilung spielt, für die kommende Saison so beliebt? Apropos Farben. – Neue Rollen für Rot kündigen sich an. Man sieht intensives Rot für chic übersetzte Sportlichkeit, etwa Parkas und Trench-Modelle bis zu Modellen in Satin und Satin Duchesse variiert. Lust auf mehr Farbigkeit im nächsten Herbst und Winter schliesst eine Favoriten-Rolle für Schwarz nicht aus. Das «kleine Schwarze», Dinner- und Cocktaillieder profitieren vom kurzen und körperbetonenden Kurs in der Mode. Die Vorliebe für seidigen und samtigen Schimmer, glitzernde und irisierende Aspekte oder Stickereien sowie Spitzen gilt als Richtschnur. Die Freude an Schönheit und Luxus lässt zwar verschiedene Wege offen, doch liegen bestimmte Merkmale wie Leitfäden zur Orientierung aus.

Pages 78-85

LA MODE DANS
LA CONFECTION
ALLEMANDE
AUTOMNE/HIVER 90/91

EXUBÉRANCE OU NOUVELLE SIMPLICITÉ?

Le plaisir que manifestent les confectionneurs allemands dans une mode rehaussée d'ornements à tous les niveaux semble avoir pour but de faire échec au manque d'enthousiasme de la femme à l'égard de la mode. A moins qu'il ne s'agisse que du bouquet final d'une tendance lancée par



Lacroix, avant de faire figurer la «nouvelle simplicité» au programme? Les deux conclusions sont envisageables après les Foires allemandes de la mode.

L'aspect spectaculaire tient surtout aux tissus, aux coloris et au décor. Les coupes, axées sur l'effet de surprise y contribuent également: jupes encore raccourcies et moulantes, cols souvent généreusement drapés, ainsi que d'impressionnants décolletés pour le soir. Les coordonnés restent présents dans les collections. Leur harmonisation est plus raffinée, les contrastes de tissus, de diverses ampleur et silhouettes sont plus typés. Cette nouvelle «modestie» affiche pour l'instant des airs de discrétion calculée pour une mode de base et un monde actif, valorisant en même temps l'accessoire précieux.

Une intéressante manifestation de simplicité réside dans le confort très sport des vêtements de ville — parkas, blousons piqués, pantalons à sous-pieds, overalls — interprétés dans des teintes et des tissus élégants. Par ailleurs, les fabricants de vêtements sport s'engagent dans une voie parallèle, afin de parer à l'éventualité d'un

nouvel hiver doux et néfaste aux affaires.

Tenant souvent des rôles de stars sur la scène de la mode, les tissus doivent se présenter avec panache. Veloutés et soyeux, métallisés ou richement dessinés, ils marquent la mode du soir et celle pour le jour; ils se complaisent dans les festivités jusqu'à une opulence byzantine ou une exubérance imprégnée de folklore. Une réelle chance pour les tissus suisses — taffetas soie, satin, lurex, nouveautés — et pour toutes les possibilités de mettre en œuvre paillettes, dentelles et broderies «en gros ou en détail». Les spécialistes des imprimés marqueront à leur tour un nouvel hiver grâce à leurs idées inédites. Ils demeurent indispensables pour la réalisation des coordonnés, des vestes et des blouses.

La tendance des contrastes s'exprime également dans les teintes automnales: les tons de base — gris, camel, noir et brun dans les nuances de terre — donneront la réplique aux chaudes couleurs des épices, violets soutenus et rouges qui, à leur tour, mettront en valeur les pastels crayeux et le blanc cassé.

Pages 86-105

LES STYLISTES SUISSES UTILISENT DES TISSUS SUISSES COUCHÉ DANS LE FOIN ET L'ÂME VAGABONDE...

Cette image du farniente tendre et poétique est née sous la plume de l'auteur satirique Kurt Tucholsky. Elle résume en deux traits le bien-être absolu. Chaleur estivale, senteurs épicées des herbes, bienheureuse paresse. Dolce far niente — à fleur de peau.

Suggérer loisirs et liberté et les traduire dans la mode, voilà le thème et la proposition introduisant la tendance de l'année prochaine, concrétisée par les tissus de l'été 1991. Thème: week-end. Des stylistes suisses l'ont matérialisé dans des étoffes choisies dans les plus récentes collections suisses.

Week-end — le champ est vaste pour inventer une mode. Preuve en est la



variété de styles que reflètent les projets. Il était évident que les stylistes, jeunes pour la plupart, ne limiteraient pas leur imagination à la concrétisation d'une mode uniquement nonchalante et récréative. L'âme vagabonde, certes, a besoin parfois de vibrer. La tension aboutit elle aussi à la détente. Mouvement, vitesse, action, font partie également des loisirs et des fins de semaine. Le style sport, dont la mode est de plus en plus imprégnée et qui s'introduit dans le cadre urbain, invite à conjuguer confort et esthétique. Le fonctionnel et la créativité font bon ménage, dès l'instant où les matières actuelles proposent les qualités requises afin de satisfaire également l'aspect et le confort. Stretch, micro et superlight sont les mots clés de cette évolution vers un effacement des limites.

La mode créative est avant tout l'art d'estomper les limites. L'utilité vient en second lieu après la conception personnelle de nouvelles formes. Au même titre que le sport influence le tableau citadin, les loisirs s'octroient la liberté de mêler à des éléments de styling typiques des apports de caractère citadin, voire de Haute Couture, et même d'utiliser certains tissus à «contresens». C'est une méthode importante que d'user de l'inhabituel afin de susciter un choc optique. C'est ainsi que voisinent la popeline classique et les soieries de haut de gamme, les mélanges de microfibres et le reps ou l'ottoman rigides, le satin de coton uni et le voile imprimé de dessins généreux, le jersey single et l'organdi brodé. Tous ont leur place dans la conception estivale de cette mode des week-ends.

Pages 106-117

SWISS FABRIC EVENING WEAR PROJECT NEW SIMPLICITY

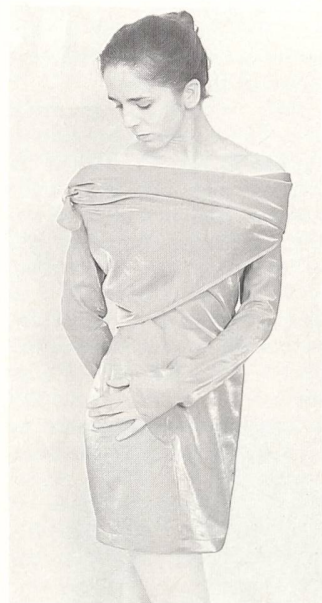
Le Centre publicitaire de Textiles Suisses a organisé un concours très réussi en proposant à une classe de Fashion-Design britannique de réaliser des modèles pour le soir dans de nouveaux tissus suisses.

L'avenir professionnel des élèves d'une école de mode dépend certes de l'aptitude de celle-ci à promouvoir la créativité, mais aussi de la faculté d'adapter cette créativité à la pratique. La Kingston Polytechnic près de Londres jouit de cette réputation, qu'elle doit en grande partie à la directrice des classes de Fashion-Design, Daphne Brooker, à la fois ambitieuse — dans le bon sens — et pragmatique. Elle s'emploie en particulier à favoriser les contacts entre ses adeptes de la mode et des professionnels de la branche. Le prix proposé lors de ce concours consistait, en toute logique, en un voyage d'information auprès de fabricants de textiles suisses.

Le thème en était le vêtement de soirée, en tissus et broderies suisses. Le briefing précisait entre autres: de considérer l'aspect luxueux des tissus tout en créant des modèles frais et juvéniles.

Les lauréats de ce concours sont: une étudiante, Soozie Jenkinson et deux jeunes gens, Chris Jackson et Andrew Dibben. Il est amusant de constater que ce résultat correspond également à la composition de cette classe: un tiers féminin, deux tiers masculins. Les créations les plus jeunes, spirituelles et les plus évidentes au plan de l'interprétation de la mode actuelle de cette collection sont une série de modèles courts ou combinés avec des pantalons — ni trop décontractés ni trop voyants. Proches de la tendance, les lignes près du corps ont la préférence. Les stylistes de la relève intègrent la peau nue dans le tissu mode. Les tissus stretch ont la cote. On joue les contrastes de la transparence et de la densité, la couleur, elle, demeure rare. Le goût des dessous est visible, les coupes s'en rapprochent, le «dessous» devient «dessus». Le «corset-look» de Gaultier plaît. Ici et là, quelques éléments du vêtement sport: un air de «bomber-

jacket» par-ci, des shorts boxer par-là, mais en broderie, ou encore un soutien-gorge de sport comme modèle pour un décolleté, un capuchon. Les étudiants n'ont pas manqué d'imagination dans l'interprétation du vêtement pour le soir: bustiers, variations sur le thème du frac, transparence et overalls.



Les concurrents ont décidément approuvé «The New Simplicity». Le principe est «in» certes, mais il est également une opposition logique au «swinging look» extraverti et criard prôné par les élèves des années quatre-vingt. Andrew Dibbon réalise une synthèse réussie entre simplicité et sex appeal avec son décolleté à lucarnes. Chris Jackson propose des shifts, housses drapées avec raffinement. Un ensemble-pantalon en piqué plissé permanent arbore un bracelet en argent comme seul ornement. Les tenues de tendance classique – robes longues pour les galas, premières, bals – sont moins destinées aux étudiants eux-mêmes et constituent des exceptions dans le cadre de ce concours, ce sont les plus élégantes, les moins juvéniles, empreintes parfois d'une sorte de nostalgie presque victorienne de jouer «les grandes dames» ou «les vedettes du Hollywood d'avant-guerre». A signaler, un élément de réussite pour presque tous les modèles: le respect de l'originalité des tissus, la mise en valeur de dessins superbes, des effets discrets opposant ombres et lumières.

Pages 132/133

STOFFEL AG: LE SPÉCIALISTE ENTRE TOUS PENSER DENIM

Les termes «textiles» et «Suisse» évoquent en premier lieu l'idée de spécialités – fils ultra-fins, broderies sophistiquées, tissus élitaires. Le contraire pourtant est vrai aussi: une production de masse très profitable. Pour ne citer que Stoffel AG à Mels qui produit, dans trois usines, 12 millions de mètres de denim par an, 24 heures sur 24, uniquement destinés aux jeans. On ne pense que «jean» mais dans le haut de gamme, avec des spécialités dans la collection comme ce «ring-ring-denim» que James Dean portait déjà. Néanmoins spécialiste entre les spécialistes, connu traditionnellement dans le monde entier pour ses tissus suisses particuliers, Stoffel est actuellement un pilier de la production du groupe italien Legler – d'origine suisse – et récemment, c'est-à-dire depuis l'«alliance» avec le groupe Polli, italien également, intégré à un conglomérat cotonnier milliardaire.

La qualité n'est pas due au hasard; elle résulte de know-how, de système, de discipline et de contrôle. Claude Berhelon, directeur de Stoffel l'affirme sans laisser de doute sur la stricte observation de ces critères à Mels. La qualité textile tient en outre à la créativité – sur le marché relativement homogène des jeans, à une créativité d'ordre technique et mode. On ne saurait à première vue faire de grands progrès concernant l'aspect des jeans de qualité supérieure: le denim est ce qu'il est – blue ou black. Le secret réside dans la qualité du fil, sa coloration, dans le toucher du tissu qui apparaît plus tard, lorsque le jean terminé aura été maltraité pour les besoins de la mode – lavé jusqu'à l'excès, ou même simplement blanchi. La réputation des jeans tient à leur solidité à toute épreuve que les grands fabricants de produits de marque n'assurent pas symboliquement seulement au moyen de crochets et d'œillets. Denim doit encore évoquer une notion «moderne» de qualité – non seulement durable, mais agréable au porter. Entre ces deux pôles – durabilité et confort actuel ainsi que, naturellement, l'optique moderne – oscille la pensée des

fabricants de denim. Il faut une grande créativité sur le plan technique pour produire rationnellement et dans une telle qualité cette marchandise de masse et d'une fabrication exigeante sans outrepasser les limites de prix du marché des jeans... Une automatisation poussée, l'enchaînement judicieux des différentes opérations de production sont autant d'atouts dont dispose Stoffel pour atteindre ce but.

L'unité de production suisse leader du marché

Le nom «Stoffel» n'apparaît plus sur les prospectus et les échantillons que les vendeurs présentent à la confection; la production de Stoffel est vendue par le groupe Legler et exclusivement sous le nom «Legler». Pourtant environ 40% de la totalité des denims Legler (35 millions de mètres courants par an) sont produits en Suisse par Stoffel. Pour commencer les qualités de pointe de l'offre Legler, où des fils de diverses structures caractéristiques entrent dans la composition du tissu. L'offre de Stoffel (élaborée sur le plan création avec Legler) contribue dans une large mesure à la position de leader de Legler – avec 20% du marché ouest-européen du denim – et à son choix très étendu de denims dans les poids les plus divers.

Automatisation et rationalisation très poussées

Sur le marché du denim alimenté par le monde entier, on marchandait au centime près. Une rationalisation parfaite est une condition essentielle pour affronter cette impitoyable concurrence. D'importants investissements sont nécessaires, environ 5 millions de francs suisses pour une place de travail dans la filature, environ 3 millions dans le tissage, et une logistique qui n'alourdisse pas trop les coûts. Chez Stoffel, cela se présente ainsi: la filature installée à Mels dans la vallée du Rhin, travaille avec quatre équipes, sept jours et 168 heures par semaine. Elle produit journalièrement environ 30 tonnes de fil (open et ring). De plus, la teinturerie de Mels est équipée d'une chaîne de production ultra-moderne. La maison-mère de l'entreprise, est à la fois le siège de la société et de son administration centrale; 200 des 320 collaborateurs travaillent ici.

A Netstal, proche de Glaris, se trouvent les ateliers d'apprêtage, ainsi qu'un entrepôt (stock) de coton et de

produits finis (20 collaborateurs). Le siège du tissage se trouve à Schmerikon, près de Rütli; 90 automates Sulzer à double voie fonctionnent ici 24 heures sur 24 (100 collaborateurs).

Sur une des grandes voies de migration des peuples, où Nord et Sud se rencontrent et en un lieu connu pour sa grande tradition textile, Stoffel est au centre d'une zone d'exportations qui intéresse l'Italie en premier lieu, mais également les fabricants de la République fédérale allemande, de la Grande-Bretagne et de la France. La liaison directe avec la centrale du Konzern à Ponte San Pietro s'effectue online. De plus, l'endroit n'est pas trop éloigné des clients avec lesquels on collabore sur les plans mode et technique. La rapidité (envois d'échantillons par exemple) et la fiabilité (dans les livraisons) sont des critères importants – outre les prix et la qualité – qui engagent les fabricants de jeans à traiter avec Legler/Stoffel. La régularité dans les livraisons, la certitude aussi qu'il n'existe guère de risque de perturbations dans les livraisons dues à des conflits de travail, sont autant de points à l'actif du «bonus Suisse» dont bénéficie Stoffel.

Une histoire mouvementée

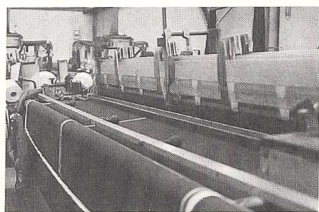
Rien ne laissait supposer que Stoffel deviendrait un jour spécialiste en denim. L'entreprise fut fondée en 1875, à la même époque d'ailleurs où la famille Legler, qui possédait déjà un petit tissage à Diesbach dans la Vallée de Glaris, installait un tissage et une filature à Ponte San Pietro dans la région de Bergame. En 1920, le Saint-Gallois Beat Stoffel englobait cette entreprise dans son empire textile. Son fils Max et le successeur de ce dernier créèrent les produits et l'image entre les milieux textiles se souviennent encore aujourd'hui: les tissus spéciaux de marque pour manteaux (Aquaperl), pour chemises sans repassage (Stoffel Splendesto), également les mouchoirs aux impressions originales, les «Stoffeli» qui ont fait connaître l'entreprise dans le monde entier. Des problèmes de succession sont la raison qui, dans les années soixante, a fait passer l'entreprise peu à peu aux mains du plus important Konzern textile de l'époque, Burlington Industries. Ce géant nord-américain habitué à d'autres dimensions et d'autres goûts ne put s'accommoder de Stoffel. Peu

avant la débâcle en 1974, le groupe Legler sauva l'entreprise qui redevint suisse, sous la direction d'une famille d'industriels glaronnais – le cercle parut se refermer.

Un concept axé sur la qualité

La restructuration entraîna naturellement de profonds changements. A Ponte San Pietro, Legler s'était presque entièrement déjà spécialisé dans la fabrication de tissus cord et denim. A Mels aussi la rénovation fut totale au cours des premières six années. Le groupe Legler a investi 34 millions de francs suisses et à ce jour environ 100 millions dans la modernisation des entreprises Stoffel.

La santé actuelle de Stoffel n'étonnera nul spécialiste de la branche: le marché du jean est en plein essor; depuis 1989 la demande pour le denim a considérablement augmenté.



La limite supérieure pourrait être atteinte si des importations massives bon marché perturbaient le marché. La nouvelle collection a été bien accueillie aux Foires professionnelles européennes. Stoffel mise sur un impact durable de la notion de qualité auprès des fabricants de jeans. La qualité... c'est d'elle que l'on vit en Suisse – et Stoffel aussi.

Pages 28–35

TRENDS IN STYLES FROM PARIS AND MILAN – WINTER 90/91

THE NATURAL LOOK

The film, "Designs for Clothes and Towns" recently shot by the German film-maker Wim Wenders, carried a clear message from the Japanese fashion designer Yohji Yamamoto that he wanted to design clothes which embody an identity. His aim is to ensure that people really live in his fashions, seeing something of themselves in them.

Identity is not only Yamamoto's theme – creative designers of the most varied origins and labels are sharing the search for clothes and styles which allow the wearers to identify with the times and their lifestyle. The Americans have called this theme, as witnessed in the 90/91 winter collection, "real fashion".

One wonders what the trend setters who call it "Real" actually understand by this; the sense of the authentic is clearly intensified, genuine values are incorporated, ecology is a predominant theme – in fashion it is found in the rejection of excessive decoration and artificiality. Fashion is moving away from disguise and concealment. Trendy attributes are sportiness and naturalness, simplicity and emphasis on the figure but given the new modesty, treated very differently. However, as illustrations of the new fashions clearly show, these dominant tendencies by no means exclude some very different counter currents.

Despite occasional backward glances at the fifties and sixties or other periods which never cease to provide a stimulus for designers, the heart of this new fashion can be seen as modern and forward-looking. On closer examination one finds more innovation than is obvious at first sight; it is not so much a question of new shapes, but rather a completely new application of familiar forms. Sportiness now dominates urban fashion to the extent of aspiring to change the street scene: Models from active sports are taken up with a remarkable self-confidence either with authentic details transposed into a completely different stylistic environment, or modified and combined

contrastingly and incongruously by the use of completely unsporting materials.

A few important features can be seen in this new sporty fashion, such as the short outline, which now after several seasons of any length goes, will quite definitely be in vogue this winter. Long coats are still around but fewer long skirts are seen; cooing is of course still with us, but short to mini dominates the scene and lots of legs is on view.

This again is in line with a new figures consciousness which goes hand in glove with stretch materials. Figures are blossoming in their outer garments, one-piece track suits, leggings rather than trousers, borrowings from bathing costumes and bras are all on the agenda and even permitted in the evenings. Narrow jackets and skirts in soft stretch materials flatter and cling – the natural fashion.



„ 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,

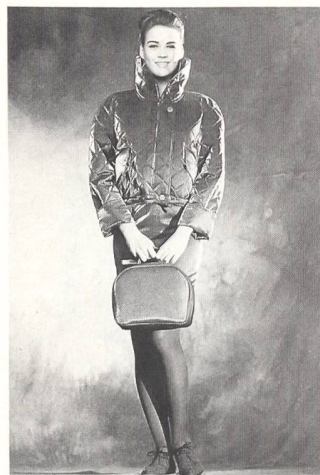
Telefon 064 / 41 35 35, Telex 981 549, Telefax 064 / 41 40 72

Pages 64-77

PRÊT-À-PORTER PARIS, AUTUMN-WINTER 90/91

GUIDELINES FOR FAVOURITES

Just as in the Greek legend when the King's daughter Ariadne used her ball of thread to guide Theseus, so today there are numerous clues to keep the supposed favourites on the right lines through the many fashion events. At the women's prêt-à-porter salon, themes such as "the Polar Woman", "the Quiet Woman", "the Top Woman", "the Abstract Woman", or "the Baroque Woman" were indicated for next autumn and winter. The most interesting aspects are the focal points within these trends.



Sporting ideas are becoming even more startling and predominant but are often very chic: Classical sporting lines such as hooded and quilted styles, interpreted in velvet, silk and even transparent materials. Scandinavian folklore elements and East European cultures have provided designers with a source of inspiration for the discriminating woman-about-town. Figure-accentuating silhouettes are still the keynote for urban fashion. Long jackets with sleek figure-hugging lines are amongst the top themes. The seven-eighths length is a speciality, only allowing a peep of skirt to appear above the knee.

Coverall "Supershirts", — long or topical trapezoidal style — are appearing teamed with narrow trousers, a body stocking or leggings. These are currently just one more

way of drawing attention to the modern woman's increasing emphasis on the figure. Why else would the very short, graphically designed silhouettes with their interplay of colour and surfaces be so popular for the coming season? On the subject of colour, there is a new role for red: an Intense red lends variety to chic interpretations of sportiness, for example parkas and trench coats right through to satin and duchesse satin models. The enthusiasm for more colour next autumn and winter does not rule out a favourite role for black. The "little black number", together with dinner and cocktail wear, are benefitting from the trend towards short and figure-fitting styles. The predilection for silky and velvety shimmer, glitter and iridescent touches, or embroidery and lace, can all be regarded as guiding principles. Delight in beauty and luxury still leaves several avenues open, yet the guiding thread is still there, indicated by certain guiding features.

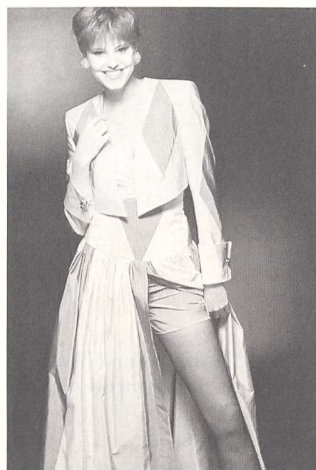
Pages 78-85

GERMAN READY-TO-WEAR FASHIONS AUTUMN/WINTER 90/91

SHOWTIME OR NEW SIMPLICITY?

After the recent fashion fairs, it seems as if German ready-to-wear producers at every level want to overcome the resistance of the hoped-for wearer by stimulating her fancy for a decorative outfit. Or were they just presenting a dazzling finale to the trend that began with Lacroix, before the new simplicity appears on the programme? After the German fashion fairs both interpretations are possible.

For the showtime trend, it's mainly fabrics, colours and trimmings that take the role of the optical entertainer. Styling themes too are out to make that eye-catching "Aha!" effect, in the same way that short, form-fitting skirts or large, often opulently draped collars and generous décolletés for evening wear are once again doing. Coordinates are still holding their own in the collections; they've now become more sophisticated, and the contrasts of fab-



ric types from the wider and narrower silhouette more marked. For now, the new simplicity is appearing rather as a calculated understatement for business and basic fashions, so as to bring out rich trimming effects even better.

An interesting step in the direction of simplicity is the incorporation of sportswear comfort into citywear in the form of items like parkas, quilted blousons, anchored trousers and catsuits, but fashioned in elegant fabrics and colours.

Conversely, in a certain sense, sportswear manufacturers are displaying the same tendency, hedging against the danger of another sales-damaging mild winter.

Since fabrics are often given the starring role in fashion show business, they have to make their entry in a big way. Velvety and silky, metallic or richly designed fabrics are now coming from evening into daytime wear, with festive designs reaching the height of Byzantine opulence or folkloric exuberance. The opportunities have been well exploited by Swiss silk taffeta, satin, lurex fabrics and innovative nouveautés, with all the possibilities available for sequins, lace edgings and embroidered braid, applied wholesale or in detail. Printed fabric specialists too will be able to be well prepared for another winter, if they have come up with new ideas. Print goods are still a must for coordinates as well as for short jackets and blouses.

The contrast trend also applies to the colours for autumn: basic tones like grey, camel, black and earthy brown shades are to set off warm spice colours as well as sharp violets and reds accentuate chalky pastels and offwhites.

Pages 86-105

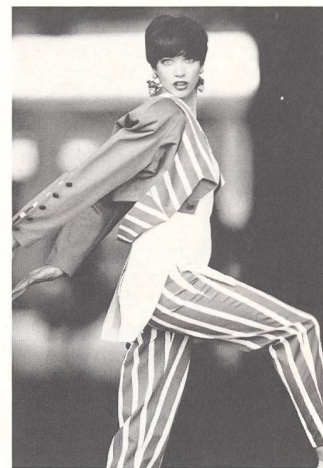
SWISS FASHION DESIGNERS USE SWISS FASHION FABRICS

LYING IN A MEADOW LETTING THE SPIRIT WANDER...

Kurt Tucholsky, the satirist of incisive mind and sharp pen, described this poetic scene of leisure. It contains the essence of everything redolent of wellbeing — lazing in the summer heat with the wafting fragrance of new-mown hay epitomising serena relaxation — *dolce far niente!*

Transferring the idea of leisure and freedom to fabrics is a task for the fashion setters of Summer 1991. The keyword is "weekend". Swiss fashion designers have interpreted it in materials selected from the latest Swiss Collections.

The weekend theme provides plenty of scope for imaginative fashions and above all, reflects the great stylistic range which the designs encompass. The imaginations of most of the still youthful designers have clearly been exposed to influences other than restful idleness; the spirit needs to do more than just wander, it seeks more vibrant activity: movement, tempo, actions are also very much a part of leisure and weekends.



Sportiness is still being seen increasingly on the fashion scene, finding its way into everyday town life in the form of interesting combinations of comfort and an aesthetic need for a functionality which does not let creativity get in its way. While the

features of modern fabrics are developed according to requirements, visual impact is not subordinated to the theme of comfort: stretch, micro and superlight are the most trendy in these developments, which cross traditional frontiers.

Crossing frontiers is what creative fashion is all about. It is not so much the extent that is in question as individual approaches to formal styles. Just as sportswear is influencing the city-look, so leisure wear has the freedom to help itself to styling elements from towny, or even couturier, features; or again to make use of materials in a manner that goes against their grain, for using the unexpected is a good way of catching the eye. This leads to such combinations of materials as classical poplin with high-quality silk weaves, mixed microfibre fabrics alongside heavy rep and ottoman, one-colour sateen teamed with picturesque volle prints, single jersey and embroidered organdie — all belong to the fashionable view of a summer weekend.

Pages 106–117

SWISS FABRIC EVENING WEAR PROJECT

NEW SIMPLICITY

The combination of evening fashion wear made from Swiss novelty fabrics by a British fashion design class was a successful competition winner, turning Swiss textile export promotions into reality.

Future career prospects for fashion school graduates are very dependent on the ability of the school, not only to encourage creativity, but also to tailor it to practical requirements. Kingston Polytechnic, near London, owes this reputation to a great extent to Daphne Brooker, the highly practical and ambitious principal of the fashion design classes. She attaches particular importance to contacts between her fashion tyros and experienced professionals. A logical consequence of this event was that the competition prize consisted of an information gathering trip to Swiss textile firms.

The theme embraced evening wear made up from Swiss materials and embroidery; the brief included ensuring that, despite the luxurious image of the materials, the designs should be fresh and youthful. Soozie Jenkinson and two young men — Chris Jackson and Andrew Dibben — emerged victorious from the competition. Interestingly enough, this ratio of winners also roughly represents the composition of the class: one-third female, two-thirds male.



The series of short designs and those combined with trousers produced the most youthful and obviously modern interpretations, in line with current trends without being flippant or strident. Body-hugging cuts are favoured and bare skin is also a fashion material for the rising generation, while stretch fabrics follow the body cut lines. Contrast between transparent and close fitting is in evidence, but colours are insignificant. Underwear styles are still borrowed and delight in putting undergarments on view is still very much with us; the same pleasure is being found in Gaultier's corset look. Here and there, the sportswear elements can be seen: in a borrowed bomber jacket, boxer shorts made of embroidered fabric or a sports bras as a foundation for a décolleté and maybe even a cowl. A few new evening wear interpretations inspired the students, such as long-line halter-neck tops, variations on

the tail-coat theme, transparency and one-piece garments.

The competitors paid sincere tribute to "New Simplicity", perhaps not only because it is "in" but also as the logical opposition to the extrovert and superstrident "Swinging London" look used by the 1980s graduates. Andrew Dibben has evolved a successful synthesis between simplicity and sex appeal with his peep-hole completely unadorned, except for a silver armband.

The students are able to try out classical evening fashion on themselves, i.e., long dresses for galas, premieres and balls. They are therefore all very much the exceptions in the competition, but are the most elegant and least youthful, sometimes even betraying an almost Victorian yearning "to be a great lady some day" or a longing for the glamour of pre-war Hollywood. However, most of the evening designs succeeded in respecting the intrinsic life of the materials, allowing unrestricted display of dazzling designs and delicate light and shade effects.

Pages 132/133

STOFFEL AG: SPECIALIST AMONG SPECIALISTS

THINKING IN DENIM

The first thing that probably comes to mind when you think of "Switzerland" in a textile context is specialities like high-fineness yarns, refined embroidery and sophisticated fabrics generally. But textile output of quite the opposite kind — high-earning mass production — is also correct when you mean "Swiss". Think for example of Stoffel AG in Mels, a denim producer with an annual output of 12 million metres, operating three plants almost round the clock and geared from head to toe for denim, thinking exclusively in denim, really. This manufacturer is ensconced at the upper end of the market with specialities in the collec-

tion such as ring-ring denim, the kind James Dean wore. In the final analysis, Stoffel is a specialist among specialists. Already a byword worldwide for Swiss speciality textiles, Stoffel is now the production arm of the Italian Legler Group, itself Swiss in origin and, since its recent alliance with Polli, another Italian Group, now a component of a billion-franc cotton textile conglomerate.

"Quality is no accident; it is produced by know-how, systematics, discipline and control." This statement by Claude Berthelon, the Manager of Stoffel, leaves no doubt that these criteria are rigidly observed in Mels. Creativity is also a component of textile quality, and in the fashions of the relatively homogeneous basic denim market this means both technical as well as fashion creativity.

At first glance, it would seem that one cannot bring a great deal out of basic qualities for high-end standard denim, optically speaking; denim is denim whether it's blue or black, one might think. The secret of the fabric lies in the yarn and its dyeing, in the handle of the goods obtained only later when the finished denim is distressed for fashion effects whether by being washed, sometimes almost to excess, or only gently bleached. The image of denim is based on its rugged quality, which the big-name manufacturers secure — not only symbolically — by using hooks and eyes. However, denim also has to exhibit "modern" quality, i.e. not just be rugged but also easy wearing. Around these poles: durability and easy wearing and of course the fashion look — the thinking of the denim producer revolves.

On top of everything else, it demands enormous technical creativity to produce this mass article, with so much behind it, both well and rationally and do this in such a way that the price thresholds prescribed by the jeans market are not exceeded. High automation coupled with skilful linkage of the individual production steps are Stoffel's trump cards on the way to this goal.

Swiss Production Arm for the Market Leader

The name "Stoffel" no longer appears on the leaflets and textile handle samples given by textile salespersons to clothing manufacturers; what Stoffel produces is now marketed by the Legler organization under

its exclusive name. However, about 40% of all Legler denim (totalling 35 million metres a year) come from the Stoffler production. This applies principally to the top-end qualities of the Legler line, where ring and open-end yarns or ring yarns are woven with ring yarns. With its production, which is creatively fashioned together with Legler, Stoffel has decisively contributed to the fact that with its share of about 20%, Legler is by far the leader in the Western European denim market, offering a complete palette of denims of widely varied weights.



Highly Automated and Rational

In the denim market, which penetrates to every corner of the world, even pennies have got to be haggled over. Perfect rationalization is a must, if one desires to stay competitive in this merciless environment. High investments have proved necessary; 5 million Swiss francs per workplace in the spinning mill and about 3 million in the weaving mill, together with a logistics system which also runs into a lot of money. The Stoffel operations can be described as follows:

At Mels in the Rhine Valley, the Stoffel spinning mill works four shifts, seven days, 168 hours a week, producing about 30 tons of yarn per day (open-end and ring yarns). Also located in Mels is the dyehouse with a super-modern dyeing line. The parent company is also the headquarters and central administration; 200 of Stoffel's 320 employees work here.

Netstal, not far from Glarus, is the location of the denim finishing plant and the cotton and finished goods warehouse, where 20 persons are employed. At Schmerikon, near Rütli, the weaving mill operates with 90 Sulzer automatic machines around the clock, with 100 employees.

Stoffel is located along an ancient north-south migration route in a region which also boasts a long textile tradition. It is established at the entre-

prise of an export are that includes first of all Italy but also leading clothing manufacturers in Germany, Great Britain and France. There is on-line communication with the Group headquarters in Ponte San Pietro. Moreover, it is never far from the customers, with whom close collaboration exists both fashionwise and technically. Rapidity (for example with fabric sample books) and reliability (with deliveries) are two important criteria, along with quality and price, which decide the major European jeans producers to work with Legler/Stoffel. If anything, it is the reliability of delivery as well as the certainty that supply delays due to labour conflicts are virtually ruled out, that constitute the extra "Swiss bonus" Stoffel enjoys.

Eventful History

At the beginning, no one dreamt that Stoffel would one day become a denim specialist. The business was founded in 1875, just at the time when the Legler family, which had previously operated a small weaving mill at Diesbach, also in the Glarus Valley, was starting up a spinning and weaving mill at Ponte San Pietro. In 1920 Beat Stoffel, an entrepreneur from St. Gall, incorporated the business into his textile empire. His son and successor Max Stoffel created the products and image for which Stoffel is today still remembered in the textile world: speciality brand-name fabrics for coatings (Aquaperl), non-iron shirtings (Stoffel Splendesto) and the fanciful handkerchiefs called "Stoffeli" which made the company's name famous throughout the world.

Succession problems were the reason that Stoffel in the 1960s gradually passed into the hands of the then largest textile company in the world, Burlington Industries. The US giant, accustomed as it was to other dimensions and tastes, did not hit it off with Stoffel. In 1974, as the latter was about to collapse, Legler came to the rescue. With Stoffel's return to Swiss ownership, and by an industrial family from Glarus to boot, the circle was closed, at least for the present.

Quality is the Concept

Obviously, fundamental restructuring was inevitable. Legler in Ponte San Pietro had already become specialized almost exclusively in the manufacture of corduroy and denim woven fabric. In Mels as well, renovation

was carried out from the ground up. In the first 6 years the Legler Group invested 34 million Swiss francs – to date, 100 million francs – in renovating the Stoffel operation.

No one who knows the industry can wonder that Stoffel is doing so well today. The denim market is booming yet again; already since 1989 the demand has appreciably jumped. The culmination point of market damaging cheap imports may well have been passed. The new collection was well received at the European textile trade shows. At Stoffel, one is counting on the fact that quality-mindedness continues to be the big selling point with denim clothing manufacturers. Indeed, when you come down to the bottom line, what Stoffel lives from is what Switzerland lives from: Quality.

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