

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1990)
Heft: 84: a

Artikel: Übersetzungen = Traductions = Translations
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795893>

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: 12.04.2026

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

Seiten 36-47

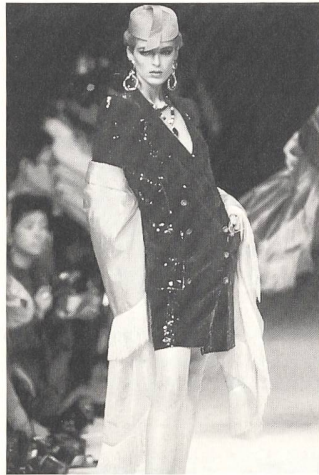
FORSTER WILLI + CO. AG, ST. GALLEN

Neue Stilistenmode zur warmen Jahreszeit zeigt viel Haut. Das bedeutet zweierlei: knappe, kurze Silhouetten und Spiel mit Einblicken und Durchsichtigkeiten. Stickerei bietet sich dafür mit vielfältigen Ideen an. Bei Forster Willi sind es vor allem zwei Richtungen, die verfolgt werden und die durch die Stilisten des Prêt-à-porter raffinierte Interpretationen erfahren haben. Einmal erscheinen Guipures wichtig, die wie grobe, aber höchst fantasievoll geknüpft Netze viel «Zwischenraum» lassen und oft als dekoratives Darüber dienen. Zum anderen spielt die Kombination mit Transparenz eine grosse Rolle, sei es als Stickerei auf Chiffon, Organdy und vor allem auf Tüll, sei es als Applikation von Stickereimotiven auf transparentem Fond. Das Beispiel von aufgenähten Seesternen, Korallen und Muscheln auf farblos durchsichtigem Vinyl illustriert zugleich den Trend, der Stickerei ein junges Image zu geben.

Seiten 52-63

JAKOB SCHLAEPFER + CO. AG, ST. GALLEN

Auf den reizvollen Kontrast von einfachen Schnitten – engen Mini-Shiffts oder schmalen Kostümen – und Pailletenglitzer setzen Stilisten gern, zumal sie der grossen Wirkung sicher



sind. Dass freilich Pailletenstickerei nicht einfach nur als dichtbesetzter Pailletenstoff in matt und glänzend, in Schwarz und Farbe einher kommt, hat Schlaepfer als Spezialist längst unter Beweis gestellt, gewinnt dem Thema auch unentwegt neue Fazetten ab. So fügen sich verschiedenfarbige Pailleten zu grafischen Dessins, so bereichern einzelne matte Pailleten, zu kleinen Motiven gefügt, delikate Spitzenstoffe, so verbinden sich Pailleten mit Glanzgarnstickerei oder Druck, sind oft selbst bedruckt. Stickerei verträgt sich mit witzigen Ideen wie den Multicolor-Pailletenfransen auf schwarzem Tüll oder einem ganz groben Guipurennetz aus Pailleten und Lurexgarn. Und Stickerei gibt sich kostbar elegant mit Goldguipure oder funkelnden Bijoux-Applikationen.

Pages 64-85

L'ATMOSPHÈRE LIBÉRATRICE DES CITÉS

Les métropoles, plaques tournantes de l'anonymat, autorisent également les plus fortes individualités. L'atmosphère urbaine libère... la femme, si elle en ressent l'envie. La mode lui fournit la matière actuelle qui la fera apparaître tour à tour «business-smart», stricte et classique, sport-chic, ou qui lui permettra de faire siennes les extravagances du moment. Souvent, la citadine optera pour plusieurs rôles, les occasions de changer rapidement de décor ne lui manquent guère. Bureau-bistro-disco en est une version. S'il est aisé de changer de décor urbain, il est évidemment plus difficile de changer de vêtements en cours de routes. Sa préférence ira aux tenues «intérieur-extérieur», aux ensembles à plusieurs éléments, aux tenues «midi-minuit».



Chez les stylistes de Munich – Munich étant plus une adresse qu'une indication de provenance et, surtout, ne désigne rien de typiquement bavarois – il en va de même. On est chez soi là où l'on se sent bien, dans la vie comme au travail: dans ce carrefour animé où se rencontrent l'Ouest, le Sud et, maintenant également, l'Est. La Suisse est proche, ses tissus mode sont réputés. Cette collaboration se poursuit avec l'utilisation d'éléments issus des collections d'hiver 91/92, inédits et de caractère urbain, pour ne citer que les tissus des manteaux: mélanges de microfibrés, velours de laine fin, tissus lavés et «stone-washed». S'ajoutent la légèreté actuelle, une fluidité élégante

et des tons raffinés – poussière, pierre, acier.

Dans l'anonymat des villes les tissus Haute Couture apparaissent comme des fleurs captant le regard – ici un double-face laqué et du satin imprimé, là une broderie mohair sur tulle accompagnant une flanelle.

Les nouveaux dessous «de ville» – bodys, catsuits, leggings – ne sauraient se passer de jersey stretch, la nostalgie des années soixante ne serait rien sans géométrie et réminiscences de Pucci. Qu'il en soit ainsi! Et, lorsque les lumières de la ville s'allument, elles se refléteront encore dans les paillettes Tiffany ou transparentes, dans du patchwork satin aux couleurs du néon et les dessins moirés. Le noir, à son tour, se renouvelle avec du relief, des nervures et de délicates structures, tout en maintenant son rôle de couleur-emblème des grandes cités.

Pages 86-91

RÉTROSPECTIVE – PIERRE CARDIN

HOMMAGE À UN PIONNIER

Les années quatre-vingt auront été la décennie des créateurs. L'avant-garde internationale du prêt-à-porter de haut de gamme dictait la tendance et dominait le monde de la mode. Les années quatre-vingt-dix débutent avec des resurgences et des rétrospectives de grands couturiers que l'on peut considérer comme les pères de la génération des créateurs. Au moment d'aborder le siècle suivant, on ne distingue guère de stylistes prometteurs pour assurer la relève. Les nouveaux sont déjà les aînés. Le premier apparu fut Emilio Pucci. Ses teintes lumineuses et ses dessins multicolores ont inspiré la mode de l'été suivant. Maintenant c'est le tour d'André Courrèges, de Paco Rabanne et de Pierre Cardin. Ce n'est pas par hasard. Les trois couturiers parisiens furent les stars des bouillonnantes années soixante, devenues la principale source d'inspiration des stylistes d'aujourd'hui.

Le musée Victoria and Albert à Londres a consacré sa première rétrospective européenne au pionnier Pierre Cardin. Cette exposition reste ouverte jusqu'au 6 janvier 1991.

Seiten 48-51

ABRAHAM AG ZÜRICH

Um dem grassierenden Pucci-Fieber eine weniger plakative Alternative im grossrapportigen vielfarbigem Druck entgegenzuhalten, liess sich Abraham für die Rive Gauche-Kollektion Sommer 91 von den Ballets russes inspirieren, für die Yves Saint-Laurent seit eh und je eine grosse Neigung zeigt. Motive nach Léon Bakst, übersetzt auf das Mode-Feeling der 90er Jahre, fügen sich zu üppigen Dessins, die aus vielen formenreichen Elementen in einem gewissermassen musikalischen Rhythmus komponiert erscheinen. Die Farbigkeit ist intensiv, aber nicht laut, sondern raffiniert abgeschattiert. Als Grundqualitäten der Drucke kommen Baumwolle mit Mousseline, Voile, Satin, auch als Satin laqué und Faille zum Zug, während Seide mit Crêpe-de-chine, Façoné, Organdy und mit einem feinmaschigen, weichfliessenden Jersey vertreten ist.



Hommage à un visionnaire qui a su donner à la mode de nouvelles dimensions, non seulement esthétiques, mais économiques et sociologiques.

Durant sa longue et fructueuse carrière, Pierre Cardin a entretenu des rapports suivis avec les milieux textiles suisses, en qualité d'acheteur auprès des maisons de pointe de la broderie et de la soierie: c'est ce que démontrent les illustrations qui accompagnent cet article. Lorsque le jeune Pierre Cardin débarqua à Paris d'un camion de la Croix-Rouge en 1945, quelques semaines seulement après la Libération, il n'avait en poche qu'une lettre de recommandation pour un certain Monsieur Waltonner, domicilié au 82 de la rue du Faubourg Saint Honoré, celui-ci procura au jeune provincial non seulement un emploi au salon de couture Paquin, mais un logis: une chambre de bonne sous le toit. L'immeuble fait face au Palais de l'Élysée. C'est de ce lieu que Cardin dirige son empire de la mode, sur lequel le soleil ne se couche jamais. Ses créations sont présentes dans 98 pays, du monde capitaliste occidental à l'Est communiste ou ce qu'il en reste. A Paris, le Midas de la mode a groupé systématiquement ses biens autour du Palais de l'Élysée: boutiques, studios de design, siège international de l'entreprise, théâtre privé, le légendaire restaurant de luxe «Maxim's» acquis en 1981 et l'hôtel sélect «Résidence Maxim's». Il a son domicile dans une rue latérale d'où il voit directement le bureau du Président de

la République. Aucun autre Français n'a encerclé à ce point le Palais de l'Élysée:

une démarche qui est tout un symbole. Cependant Cardin — fils d'immigrés italiens comme Yves Montand — n'a jamais manifesté la moindre ambition politique. Il n'en reste pas moins qu'il doit être l'ambassadeur de son pays le plus couronné de succès, celui qui, avec les moyens pacifiques de la mode, a rapporté à la France non seulement une grande notoriété, mais aussi beaucoup de devises; et cela se poursuit.

Cardin est un aigle bicéphale: à la fois créateur et manager. A ce double talent s'ajoute son talent à se mettre en évidence, particulièrement précieux à l'ère des médias. Par ailleurs, il est le seul couturier parisien encore maître chez lui, «un homme libre» comme il le dit avec fierté, un entrepreneur qui signe tous les chèques, seul à connaître son revenu personnel estimé à 20 millions de dollars par an.

Né dans la région de Venise comme son célèbre compatriote Marco Polo, le coryphée de la mode a voyagé dans le monde entier pour prospecter de nouveaux marchés. Il fut le premier à prendre conscience de l'importance de l'Extrême-Orient, à séduire le monde communiste avec le luxe occidental. Il s'intéressa au Japon en 1957 déjà et présenta sa mode pour la première fois en Chine en 1979. Quatre ans plus tard, il ouvrit à Pékin une succursale du célèbre restaurant «Maxim's». Longtemps avant que l'on parle de glasnost et de perestroïka, il avait établi des contacts en Union soviétique où il fait confectionner actuellement des vêtements pour dames, hommes et enfants. Sa soif de conquête a été souvent raillée par ses collègues, ce qui n'a nullement retenu ceux-ci de suivre ses traces et de conclure d'excellentes affaires en Extrême-Orient. La condition essentielle pour conquérir le monde fut la démocratisation de la mode. Cardin a présenté sa première collection de prêt-à-porter féminin en 1959 déjà aux grands magasins «Le Printemps» à Paris. Ce sacrilège fut sanctionné sur-le-champ par l'exclusion de l'élitaire Chambre Syndicale de la Couture. De nos jours, la mode dans la confection est nécessaire à l'existence de toutes les maisons de couture. Aucun autre créateur français n'a su utiliser aussi bien l'attribution de licences pour propager son nom et accroître ses revenus. Il a largement débordé le domaine de la mode et n'a

pas craint de laisser apposer son nom, respectivement son monogramme, sur des articles de ménage, des emballages de chocolat, des bouteilles thermos, des planches de surf, des sacs de couchage, etc. Jusqu'où son sens des affaires a-t-il dépassé son besoin de créer, cela reste son secret. Aujourd'hui Cardin bat un record mondial avec la conclusion de plus de 800 contrats de licence, mises à part les licences «Maxim's», un nom qu'il a commercialisé tout aussi habilement.

Ce n'est pas en vain que, dans le secteur de l'habillement, Cardin compte parmi les créateurs que leurs jeunes collègues découvrent aujourd'hui avec étonnement. Après plus de vingt ans, ses créations continuent d'être futuristes. Comme ses deux concurrents des années soixante — Courrèges et Rabanne — il a toujours œuvré pour l'avenir, sans jamais regarder en arrière. Les termes nostalgie, folklore, histoire du vêtement n'ont jamais été une source d'inspiration pour lui. «Je crée pour une vie qui n'existe pas encore» prétend-il. Il l'a fait de manière si radicale, surtout dans les années soixante, que la femme de la rue n'a pas toujours pu le suivre.

Cardin a toujours eu le sens des formes. André Olivier, son plus proche collaborateur depuis trente ans, le qualifie de 'technicien' et 'd'architecte'. Il résulte de cette recherche des sculptures textiles à la coupe osée et aux détails très élaborés, qui ont l'air d'objets uniques faits d'associations souveraines de tissus et de matières inédites. Il a su expérimenter le plastique, des matières élastiques et modelables qui rendent superflues les coutures. Il a également collaboré de manière suivie avec les spécialistes suisses en tissus dont les créations d'avant-garde représentent pour lui un élément de style important.

La formation de Cardin débuta de manière classique chez Paquin. Après un court intermède chez Schiaparelli, il était sur le pont lors de l'ouverture du salon de Christian Dior en 1946, où il collabora à l'élaboration du légendaire New-look. Lorsqu'il choisit, en 1950, de voler de ses propres ailes, soutenu par Cocteau et Bérard, il commença par réaliser surtout des costumes pour les somptueux bals masqués où se complaisait la haute société parisienne après la guerre. De là date sans doute son faible pour les froufrous et le décor opulent.

Le style de Cardin, celui qui devint célèbre, est né dans les années soixante. Intéressé par les technologies de l'avenir, l'homme de la mode se passionne pour la recherche interplanétaire. Son Space-Look connut la célébrité dans le monde entier. Il enrichissait le répertoire traditionnel avec des manteaux-ponchos, des robes chasubles et des overalls. Il n'hésitait pas à découper des visons en bandelettes ou en carrés pour ensuite les reconstituer. «Quel gâchis» s'indignait-on dans «Vogue». Ses shifts et leur buste idéalisé firent sensation. Une idée reprise après plus d'une décennie par le jeune iconoclaste Gaultier et exploitée jusqu'à la caricature. Rien d'étonnant à cela puisque Gaultier fit ses débuts à l'atelier Cardin. Les pullovers sport côtelés et les ténéraires casques d'astronautes en feutre devinrent les accessoires indispensables de la Couture. Une technique de Cardin maintes fois imitée est celle des «outcuts», toujours géométriques, qui déterminent les décolletés ou dégagent la taille. Lorsque les robes se firent de plus en plus courtes, Cardin 'habilla' les jambes dénudées de collants épais unis ou à dessins. Au point culminant de la mode 'mini', il lance les catsuits surmontés de jupes réduites au format de tabliers de soubrettes. Lorsque l'industrie de l'habillement se trouve confrontée au dilemme 'mini-maxi', au début des années soixante-dix, il trouve le compromis: mini sous maxi — jupe ou robe courte sous un long manteau. De son premier voyage en Chine (1978) il rapporte l'épaule pagode. Dans la mode masculine, l'influence de Cardin fut encore plus radicale et durable que dans le secteur féminin. C'est lui qui a introduit en France la mode design pour hommes. Jusque là la mode masculine était élaborée par un cénacle distingué et restreint de tailleurs manifestement influencés par le classicisme britannique tout-puissant. La première collection réalisée pour Cardin en 1960 fut présentée par des étudiants. C'était une mode axée sur le style des jeunes gens, caractérisée par des vestons sans col, des pantalons étroits, des manteaux et des vestes en cuir. Les Beatles furent au nombre des premiers clients de Cardin. Ils ont popularisé ses longues vestes nonchalantes et sans col à travers le monde. Avec les modèles astronaute, il a non seulement interprété ce look, mais inspiré l'ère du vêtement sport et, en plus, le rapprochement avec la mode féminine.

Pages 26-35

STYLISTIC AVANT-GARDE IN PARIS AND MILAN - SUMMER '91

FASHION IN A REJUVENATION CURE

"Be young, be sexy, be happy" is the message of the Byblos designer team to today's woman, and it is one that is echoed by many other stylists. No doubt about it, the youthful contours for the summer '91 fashions have been clearly drawn and essentially agree in Paris and Milan. Whoever can't (any longer) meet the high-spirited challenge is getting suitable fashion aids for transformation in the form of: miniskirts, loose-fitting strollers or stretch-formed body suits, seductively revealed bosoms and form-hugging leggings, silhouettes and attributes for the Baby Doll and the Pretty Woman.

This is bringing decidedly more uniformity into fashion, which is travelling with more thrust on narrower rails. It comes close to a change, because nobody can say any longer that everything is in fashion - short and long, feminine and masculine, frivolous and puristic. It is noticeable that a really new fashion vision is lacking. The point of orientation is - leaving out modern materials - less the future than the 60s, with the girlish idol of an Audrey Hepburn or the sexy type of Brigitte Bardot, with the beehive hairdo, dramatic eye makeup and all. James Dean is returning to the screen, the Beatles and Elvis Presley are finding new fans and the mini seems again to be as firmly established as in the days of Courrèges.

The new theme at the centre of fashions is the dress. It is taking on various shapes, from the proper shirt dress to the wrap-around or softly draped model, from an Empire to a trapeze line. By far the most often seen are silhouettes that are pared down to the minimum: short, brief and without adornment, often sleeveless or bare-shouldered, going it quite alone.

Body culture or figure consciousness is being taken at face value, as foundational underthings are emerging into the light and assuming outerwear status. Bras, bodices and corset-like creations that to a greater or lesser extent are alienated from lingerie and foundation garments or else treat them ironically, are accom-



panied by flimsy organdy jackets. Open blouses cover little of the bosom, and transparent fabrics are peekaboo and see-through. Leggings and body stockings hug every curve (and bulge) relentlessly. Only occasionally is the eye somewhat distracted from the multicoloured blotch prints seen everywhere in keeping with the inflamed enthusiasm for 60s Pucci designs on lycra stretch.

In spite of the overweening body cult that places practically no fig-leaf over any corporeal shortcomings, the fashions also include the alternative of loose shapes. Along with all the tightness there is a good amount of width. Particularly enchanting here is the combination of underthings worn next to the skin with loose, flowing outerwear. The play with opposites creates tensions which is also utilized in the contrast of long and short. True, hems are not being talked about, since long skirts lengths have disappeared. However, short dresses and skirts (and shorts still) are being accompanied by extremely long jackets, which add a somewhat more severe note to a predominantly feminine, decidedly youthful and sometimes playful or spicy fashion picture.

En 1973, il a assoupli la structure des vestes, les a 'dévertébrées' avec des tissus superlégers. Ses complets rayés dans le genre pyjamas ont marqué l'extrême limite du style décontracté. Il a également lancé le style uniforme, le jersey pour l'homme et le blouson en cuir dans la mode de masse. Si bien des hommes furent déconcertés par l'apparition des épaules pagode, les vestons fendus sur les côtés et qui permettaient de glisser aisément les mains dans les poches eurent un succès considérable.

Le Midas de la mode a été littéralement couvert de récompenses en France et à l'étranger pour ce qu'il a accompli. Son succès et sa richesse ont toutefois suscité l'envie. Il y a deux ans des jeunes ont organisé une manifestation devant le 'Maxim's' contre le 'capitalisme sale'. Cardin alla à la rencontre des manifestants et leur fit l'offre suivante: «Je vous laisse le Maxim's si vous m'offrez votre jeunesse en contrepartie».

**„ 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 AG, CH-5012 Schönenwerd,
Telefon 064/41 35 35, Telex 981549

CITY AIR MAKES YOU FREE

The metropolis is the great collection bin for anonymity, but it also permits the highest degree of individuality. "City air makes you free", if one (a she) has the courage to be. And fashion provides the contemporary outlet, whether the look is business-smart, classical-severe or sporty-suburban. Or one can make the extravagant end of the trend her own. Often the big-city girl opts for different roles, since she has the opportunity to change the showplace quickly. Office-bistro-disco is only one version. Changing the urban scenery is an easy matter, but changing your gear, depending on the traffic, is something else. Thus a wardrobe favourite is the indoor-as-well-as-outdoor, multi-component, regardless-of-the-time-of-day sort of thing.



This is also the concept of the Munich fashionmakers where "Munich" is more an address than somewhere to be from and in any case definitely not Ba-var-i-an. You live where you feel well and the working conditions are also right, as is the case in this lively juncture between west, south and now east as well. Switzerland is nearby, and the uptake of Swiss fashion fabrics has been tried. In this partnership, articles have been used from the winter collections for '91/92 having the character of novelty and the functionality of city wear. Included is the coating function: high-tech microfibre blends, fine wool velour, washed out and emersed outdoor fabrics. In addition

the popular, vivacious lightness, flowing elegance and delicate dust, stone and steel colours were on hand.

"In the thick of the city" designer fabrics have the effect of blooms that are a delight to the eye — here a double-face of lacqué and satin imprimé, there a mohair embroidery on tulle with flannel. The new city underwear (body stockings, catsuits, leggings) does not manage without stretch jersey, and the nostalgia for the 60s cannot do without geometrics or Pucci inspirations.

Let it be, let it be! And when the glittering lights of the big city go on, they are mirrored in Tiffany and transparent sequins, neon colour patchwork and moiré patterning. Black is newly emphasized by reliefs, ribs and fine structures; after all, it's the colour of the city's coat of arms.

Pages 86-91

PIERRE CARDIN RETROSPECTIVE

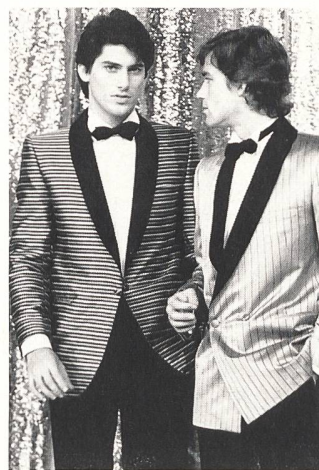
HOMAGE TO A PIONEER

The 1980s were the decade of the creators. The international avant-garde of the up-market ready-to-wear set defined the trends and dominated the fashion scene. The 90s are starting off with comebacks and retrospectives of the great couturiers, who can be regarded as the fathers of the creator generation. So far, as we arrive at the threshold of the new millennium, hardly any hopeful candidates of a new designer generation have appeared. The newcomers are the old ones. The first comeback was staged by Emilio Pucci. His vivid colours and vibrant designs from the 60s have inspired the fashions for next summer. Now it's the turn of André Courrèges, Paco Rabanne and Pierre Cardin. This is not just a coincidence. These three Paris couturiers were the fashion stars of the revolutionary 60s, an era that has become the most important source of inspiration for today's fashionmakers. The Victoria and Albert Museum in London has devoted its first European retrospective (until 6 January 1991) to the pioneer Pierre Cardin. It is a homage to a visionary who gave

fashion not only new aesthetic dimensions but new economic and sociological ones as well.

The illustrations accompanying this report demonstrate that throughout his long and fruitful career, Cardin has cultivated textile contacts with Switzerland as a customer of the novelty embroidery and silk producers.

When the young Pierre Cardin first arrived in Paris in a Red Cross lorry only a few weeks after the libération, he had little more in his pocket than a letter of recommendation to a certain Monsieur Waltonner, who lived at No. 82 Rue du Faubourg St-Honoré. This gentleman found not only a job for the young man from the



provinces in the fashion salon of Paquin but also a room, that of a messenger boy, under the roof. The house was just opposite the Elysée Palace. Cardin still reigns there today over a mighty fashion empire upon which the sun never sets. He is represented with his creations in 98 different countries, those of the capitalistic West as well as the socialistic East (or what's left of it).

The Midas of fashion has systematically grouped his possessions around the Elysée Palace: boutiques, design studios, his company's international headquarters, his private theatre and the legendary luxury restaurant "Maxim's" (added to his empire in 1981). His own living quarters are located in a side street, from where he can look directly into the office of the President of France. No other Frenchman has surrounded the Elysée palace so completely as this Parisian fashionmaker. It is a symbolic gesture, for unlike Yves Montand who is also the son of Italian

immigrants, Cardin has never had political ambitions. But he may well be the most successful ambassador of his country, using the peaceful means of fashion, who has gained not only a great deal of prestige but also currency for the Grande Nation. What is more, he's still doing it.

Cardin is a double eagle: a creator and manager in one. To this double success must be added his talent for promoting himself, a priceless asset in this age of the media. But with it all he is also the only Paris couturier who is still master in his own house, "a free man", as he is proud of saying. To this day he signs all the cheques and is the only who knows his private income, which is estimated to be 20 million dollars a year.

Like his famous countryman Marco Polo, Pierre Cardin was born near Venice and has travelled all over the world opening up new markets. He was the first one who recognized the importance of the Far East and the first one to tempt communist regimes with Western luxury products. He started operations in Japan already in 1957. In 1979 he showed his creations in China for the first time. Four years later he opened a "Maxim's" restaurant in Beijing. Long before Glasnost or Perestroika he put forth feelers in the Soviet Union, where he now manufactures women's, men's and children's wear.

Owing to his urge to conquer, Cardin is often jeered at by his colleagues. However, this has not stopped them from later following in his footsteps and also doing a good business in the Far East.

The crucial condition that made his victory march around the world possible was the democratization of luxury fashions. As early as 1959 Cardin showed his first ready-to-wear collection in the Paris department store "Le Printemps". This was a sacrilege as far as the elite guild of the Paris couturiers was concerned, and promptly led to his banishment from the "Chambre Syndicale". Today, ready-to-wear fashions are an important source of income for all Haute Couture houses.

Like no other fashion designer, this Frenchman has exploited his business with licenses for spreading his name and increasing his income. He has gone far beyond the realm of fashion, not hesitating to allow his distinctive logo to be applied to household goods, packaged chocolates, thermos bottles, surfboards,

sleeping bags and many more articles. The extent to which his business sense has given wing to his creative urge remains his secret. Today Cardin holds the world's record with over 800 license contracts; and this is not even counting the "Maxim's" licenses, since he also skillfully markets this name in his own right.

In the clothing sector it is not for nothing that Cardin is among the fashion creators who have been rediscovered by their young colleagues with astonishment. After more than 20 years his creations still seem futuristic. Just like his two competitors back in the 60s — Courrèges and Rabanne — Cardin still only looks forward and never back. Nostalgia, folklore or costume stories have never been his source of inspiration. "I create for a life that doesn't yet exist," he says. He did this so radically, especially in the 60s, that the average woman has not always been able to follow him.

As a fashion designer, Cardin has always been a man of form. André Olivier, his closest collaborator for 30 years, calls him "a technician and an architect". The result of this search for form, for shapes is his three-dimensional sculptures in fabrics with bold cut-lines, completely shaped details that have the effect of individual objects, innovative combinations of fabrics and new materials. He has experimented with plastic, elastic and formable materials which make sewing superfluous. And of course, he has always worked closely together with Swiss textile specialists. Their avant-garde creations have remained one of his most important vehicles of style even today.

Cardin's formation began in the classic way at the house of Paquin. After a short interlude with Schiaparelli he was involved when Christian Dior opened his salon in 1946. Cardin also had a hand in tailoring the legendary New Look. When he went off on his own in 1950, Cardin with the support of Cocteau and Bérard first finished costumes for the opulent masked balls that amused Paris high society after the war. This work seems to have given him a permanent sense of fun in flounces and florid decorations.

The Cardin style that made him famous was born in the 1960s. Interested as he was in future technologies, the fashionmaker came totally under the influence of space research. His space look made him world-famous. Cardin the enriched

conventional repertoire of models with poncho coats, chasuble dresses and overalls. He did not hesitate to cut up mink pelts and reassemble them in stripes or checks. "What a shame," tut-tutted Vogue. His shift dresses attracted attention with their plastic built-out bosoms. Over a decade later this idea was used by the young trend shocker Gaultier to the point of caricature. This was certainly no coincidence, since Gaultier began his own career in Cardin's studio. The latter's sporty ribbed pull-overs and bold felt hoods in the space look became taken for granted as couture accessories. One much-copied Cardin technique is the outcuts which, always in geometrical shapes, form décolletés or else provide a look at waists.

As skirts became increasingly shorter, Cardin "clothed" the bared legs with thick, single-coloured or patterned pantyhose. At the high point of the mini mode he brought out catsuits, over which skirts were worn which were reduced to the size of loincloths. As the clothing industry at the beginning of the 70s stood confronted by the dilemma "mini or maxi"?, he found a compromise: mini under maxi, short skirts or dresses worn under long coats. From his first trip to China in 1978 he brought back pagoda shoulders.

In men's fashions Cardin's influence has been even more radical and more lasting than in women's wear. He it was who introduced designer fashions for men in France. Before then, men's fashions remained in the hands of a small but fine guild of bespoke tailors who were definitely under the influence of the all-dominating English classic style. When Cardin had his first men's collection in 1960, it was presented by student models. It was a youth-oriented style, with collarless jackets, narrow trousers, leather coats and jackets. The Beatles were among Cardin's first customers. They made his collarless, cool jackets known the world over. With space suits he interpreted not only the astronaut look but introduced the sportswear era for men. Moreover, he made it similar to women's fashions. In 1973 he softened up stiff jacket structures. He called his soft jackets with superlight lining materials "devertebrates". His needlestripe suits in the pyjama style drove the new light style to its pinnacle. Cardin launched the uniform style, got jersey going, commercially speaking, and prepared the way for

leather jackets as a mass fashion article.

While the pagoda shoulder may have frightened away many an Adam, his jackets where the vents were no longer at the back but at the sides, which allowed a man to put his hand in his trouser pocket with ease, were a hit. The fashion Midas Cardin has been showered with awards both in France and abroad. His success and his empire, however, have provoked social envy. Two years ago, groups of young people demonstrated against "dirty capitalism" in front of Maxim's. Cardin went out and met the demonstrators and made them an offer: "I'll give you Maxim's, if you give me your youth."