

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1995)
Heft: 102

Artikel: Traductions = Translations
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795834>

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>

Pages 14-21

PRÊT-À-PORTER DES STYLISTES PARIS-MILAN — HIVER 95/96 **BON TON**

L'image de la mode nouvelle est d'une décence remarquable.

Sa présentation donne le change en laissant supposer certaines audaces mais le fond ne présente aucun risque.

Raisnable, réaliste sont les termes qui conviennent. La fille aguichante fait place à la femme d'expérience. La séduction féminine

ne tend vers un charme un peu bourgeois.

La mode ne mériterait pas son image scintillante si le repli sur un terrain plus sûr ne s'opérait à l'aide de multiples manoeuvres. Pourtant, la note conservatrice de la nouvelle romance est omniprésente, même si par-ci par-là émergent des touches de techno, rétro, brillance, de plastique et des éclats de couleur, ou encore certaines versions masculin-féminin et des coupes moulantes et provocatrices. Le "zapping" introduit de la diversion par le rappel d'époques, de styles, de trouvailles glânées dans l'histoire ou puisées à de lointaines sources géographiques.

Pourtant le message est clair: Bon Ton et Nouveau Chic éloigne-

ront les filles "mini" au même titre que les vamps du cinéma pour les remplacer par la sagesse au féminin. L'obsession des stylistes — à savoir les impératifs de la commercialisation — opère des coupes rases dans l'imagination.

Effectivement, l'époque n'est pas celle des visions audacieuses (pour autant que l'approche de l'an 2000 — date magique — puisse laisser place à une telle vision de la mode). Le renouveau s'inspire du passé et, en particulier, des années 50 et 60. L'image à peine palie d'une féminité très lady-like est concrétisée dans d'élégants ensembles de même tissu, des redingotes et des robes princesse, des corsages étroits et sans manches et, principalement, de petits tailleurs à veste

plutôt courte, fermés haut et souvent portés sans blouse. Les longueurs varient tout en demeurant décentes; tout cela est complété par des bas de couleur chair, des chaussures à hauts talons et des sacs à main à anses. Jacky Kennedy vous fait bien saluer!

Pourtant, les tissus assurent brillamment la liaison avec les années 90. Ils déjouent la sagesse ambiante au moyen de luminescence synthétique, d'éclats métalliques, de mailles et de stretch, d'aspect masculin, de charme et de séduction, d'emprunts techniques ou de bijoux artisanaux. Ils introduisent hardiment les temps modernes.

Pages 34-51

A LA RECHERCHE D'UNE IDENTITÉ **HONGKONG** STYLING ASIATIQUE EN TISSUS SUISSES

Hongkong fascine et irrite. Extrêmes, contrastes, contradictions — tout ce qui semble exceptionnel fait partie de la norme. Les rites chinois, l'héritage des Anciens semblent parfaitement intégrés dans un environnement hautement technique; le choc des cultures — en apparence du moins — semble parfaitement maîtrisé. «Personne ne veut vivre ici et tous se trouvent là». Cette constatation laconique (de la part d'un architecte local) est, dans un certain sens, un raccourci pertinent pour décrire l'attrait involontaire qu'exerce cette ville de six millions d'habitants, à la croisée de deux mondes.

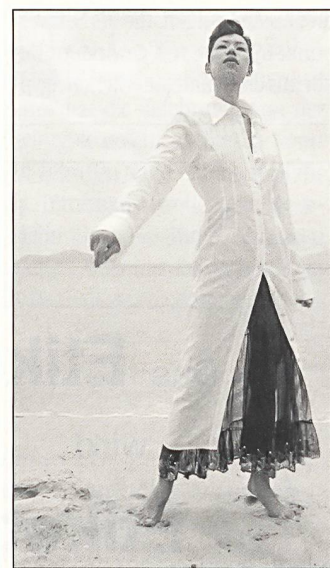
Entre l'Asie et l'Europe existe une liaison quelque peu «dangereuse», car elle ne favorise guère l'expression d'une identité propre de la création. L'Europe sert de modèle dans ce domaine: la tendance est de l'imiter, sa présence est

dominante (par ailleurs il y a le désir d'exporter en Europe). Le styliste, s'il refuse de jouer le rôle d'Epigone, se trouve dans la difficile situation de devoir concilier son expression personnelle et les tendances de la mode internationale. Cette tâche est à elle seule suffisamment importante pour modifier l'image de simple centre de fabrication de vêtements (bon marché), à l'origine de la fulgurante ascension de Hongkong dans le domaine textile, afin d'y apposer un profil de qualité et de design. La date magique de 1997 accélère le processus. Le Fashion Department du Trade Development Council de Hongkong investit intensément dans le Trading up et la créativité, le retour au sein de la «grande patrie» ouvrant de nouvelles perspectives et, parallèlement, une nouvelle concurrence.

Mais Hongkong, au contraire

du Japon, ne peut s'appuyer sur une longue tradition créative, et ainsi écrire un nouveau chapitre au tableau de la mode internationale. Hongkong est un «magma» multiculturel, où la place est réservée à celui qui sait la conquérir, par exemple à un styliste suisse qui y est établi depuis des années. De la sorte s'est créée une scène formée de stylistes, hétérogène, laquelle — contrairement à ce qui se passe chez les jeunes européens — est essentiellement masculine. Elle appréhende la mode d'un point de vue tout à fait différent, y incorpore plus ou moins de style asiatique, traite la matière avec circonspection ou opulence. Les propositions de sept stylistes de Hongkong pour l'été 96, pour lesquelles ils ont choisi des tissus suisses, expriment la dimension des idées et des tentatives d'identification. Cette dernière s'accompagne sans doute aussi d'un goût cer-

tain pour l'aspect théâtral, avec de généreuses ampleurs et un impressionnant mélange de tissus destinés aux grandes soirées, pour lesquelles les occasions ne manquent pas dans la métropole du luxe.



Pages 52-71

ENTRE «CUL», FRAC ET PURISME

La ligne de démarcation de la mode allemande ne court plus — depuis longtemps déjà — de Hambourg à Munich en passant par Dusseldorf. Depuis la chute du «Mur» il y a cinq ans, de nouvelles villes et régions font parler d'elles en matière de mode. A Leipzig, Dresde et Erfurt et autour de ces cités se manifeste une activité très vive, variée et créative

dans ce domaine; elle est actuellement en passe de rencontrer un succès certain au plan international (et supra-régional comme alternative plus modeste).

Là où autrefois artistes, poètes et philosophes illustres avaient trouvé leur centre culturel et de travail, où se situait le berceau du développement industriel de l'Allemagne, les traditions jouent aujourd'hui encore un rôle important. Nombre d'esprits créateurs y trouvent le lieu de leur accomplissement et de leurs visions. Quant au célèbre Bauhaus, fondé en 1919 à Weimar par Walter Gropius, il continue à inspirer designers, architectes et stylistes de la mode.

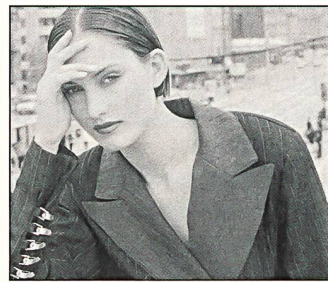
Sept créatrices et un créateur, tous originaires de cette région, se

sont familiarisés — de manière très diverse — avec les collections de tissus suisses. Certains avec rigueur y ont élu «leur» tissu, alors que d'autres, impressionnés par la variété des structures, broderies et imprimés, ont opté pour un «mix» imprégné de fantaisie.

Le thème de la féminité a été interprété de multiples façons. Les modèles reflètent le voisinage de styles les plus divers de la mode actuelle. La robe de dentelle blanche virginale est présente au même titre que la veste de frac qui réunit de manière raffinée le masculin et le féminin. Des coupes strictes et réduites soulignent en douceur une broderie actuelle mettant pleinement en valeur la personnalité de celle qui les porte se voient face à

face avec des modèles coquets sinon coquins, enjoués et ponctués d'éléments rétro.

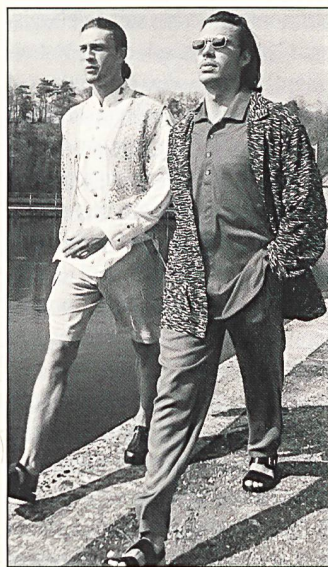
Le message des fabricants de tissus et des créateurs de mode pour l'été 96: la féminité actuelle ne saurait enfermer la femme dans des rôles précis ou des clichés. La féminité actuelle vise plutôt à animer, séduire et faire jouer la personnalité, le charme personnel.



Pages 72-87

CASUAL MAN 96 VERSION SUISSE DE MODE MASCULINE LIBÉRÉE

L'avènement du «casual» est relativement récent. Dans la mode masculine, cette tendance a provoqué une mutation infiniment plus importante que l'on n'imagine en considérant certains modèles pris



séparément ou même des collections complètes. Depuis que le casual est entré dans les esprits de ceux qui élaborent la mode masculine, les limites entre les divers genres se sont estompées, les tendances se mêlent, qu'il s'agisse de ville, de sport ou de loisirs.

Le principe même du «casual» appliqué au vêtement vient des USA. Et pourtant, les Américains sont les premiers à avoir de la peine à concevoir un passage fluide entre conformisme et non-conformisme. La liberté dans la mode masculine reste réservée aux loisirs et le monde des affaires demeure fidèle aux costumes corrects et aux cravates rayées. Il y a toutefois une amorce de révolution dans les bureaux: le dernier jour ouvrable de la semaine est dorénavant admis comme «Casual Friday» et ceci de New-York à Détroit. Le «Fridaywear» allège le concept strict du vêtement

«obligatoire» et permet à l'homme d'affaires de glisser en douceur dans un état d'esprit de «fin de semaine».

Casual, le caméléon des tendances de la mode masculine, se plie à de multiples aspects, s'apparente — dans des costumes combinés — à une interprétation moins conventionnelle du «Citywear», tout en clignant de l'œil vers le genre sport ou même, parfois, se libère de toute contrainte. Casual plonge dans le monde imagé et agressif de la jeunesse, se targue de naturel, de nonchalance, de confort. Chacun, quoi qu'il en soit, interprète à sa manière propre cette idée. Louvoyant entre les divers styles, la mode «casual» ne se laisse pas imposer de ligne précise, elle joue plutôt de manière très décontractée avec le vêtement adapté à une façon de vivre individualisée.

Individualisme est le signe dis-

tinctif par excellence, «casual» permettant — exigeant même — les combinaisons personnelles en excluant toutes directives imposées. La fantaisie gagne en importance, ce qui se traduit déjà avec le choix du tissu: les tabous disparaissent comme la séparation effective entre le masculin et le féminin.

Preuve éloquente du rôle des matières dans l'éclosion d'idées innovatives, les modèles réalisés pour l'été 96 dans des tissus suisses. Cinq stylistes — hommes et femmes — se sont penchés sur le thème du «casual man» pour proposer des solutions intéressantes.

Bien que ces créations expriment des tempéraments extrêmement différents, l'approche initiale commune procède d'un besoin de liberté et d'ouverture.

AUCUNE ATTIRANCE POUR COMBLER LES LACUNES

Un créneau a une dimension tout autre qu'un simple produit. Comment des spécialistes suisses du textile du premier degré arrivent à s'imposer: par un système de connexion, de coopération, par un service élargi et une commercialisation intensifiée.

L'entreprise spécialisée dans un créneau déterminé va-t-elle devenir un bouche-trou? Et le volume des commandes sera-t-il encore suffisant? Ou alors les entreprises courent-elles le danger de passer au-dessous d'une dimension critique, de devenir non rentables par des séries minimales ou inadaptées au marché en devant faire des offres trop chères? Ces questions préoccupent présentement les milieux textiles suisses. Ils voient diminuer leur clientèle traditionnelle avec beaucoup d'inquiétude et doivent se demander jusqu'à quand elle va survivre. Et cela indépendamment de problèmes spécifiquement suisses tels que la réglementation du TFP et le cours élevé du franc suisse. En outre, le reflux de la demande due dans le monde entier aux consommateurs, également sensible en Suisse, contribue à refouler le risque en amont du circuit. C'est précisément la sphère d'activité de nombreuses filatures, tissages et ateliers de finissage à façon suisses. Cet article leur est essentiellement consacré. Le scénario qui résulte des présentes difficultés du marché donne lieu à de nombreuses inquiétudes. Les Suisses s'efforcent d'y faire face avec des concepts axés sur le fait qu'un créneau est une notion plus large qu'un produit. Et en investissant davantage au sein de l'entreprise, afin d'améliorer la souples-

se et le potentiel innovateur en utilisant des équipements et des procédés technologiquement performants et rationnels. S'il suffisait autrefois d'attendre des temps plus cléments, un tel comportement serait illusoire aujourd'hui.

Toute une série de problèmes qui échappent à l'initiative individuelle sont la préoccupation majeure de l'industrie textile suisse:

- C'est en premier lieu le recul de la demande au plan mondial qui aggrave l'offre déjà excédentaire et incite même certains clients à ne plus honorer des contrats fermes. Trop de marchandises de tout genre encombrant le circuit où les ventes stagnent, en première ligne, chez les détaillants.

- Les marchés réagissent en règle générale par le «trading down», dans l'espoir que des prix bas puissent relancer la demande; cette mesure, qui réapparaît périodiquement malgré son inefficacité maintes fois avérée, entraîne un rétrécissement toujours plus net des débouchés.

- Les turbulences monétaires actuelles ajoutent encore à la complexité de la situation. Elles renchérissent les exportations suisses dans les pays à monnaie faible, elles réduisent en outre le potentiel de vente des produits suisses dans les pays à monnaie forte, où le niveau des prix de l'offre en provenance des pays à monnaie faible est totalement discriminatoire pour les textiles suisses. Le franc suisse est en tête des monnaies fortes alors que la lire, dans laquelle les produits concurrents les plus importants sont facturés, se situe exactement à l'opposé.

- Parallèlement, on observe des mutations dans l'économie mondiale en ce qui concerne les lieux de production. Outre l'Extrême-Orient, l'Europe centrale et l'Europe de l'Est sont des sites de plus en plus appréciés, ce qui peut modifier d'un jour à l'autre les relations habituelles entre clients et fournis-

seurs. Ceci est indépendant des distorsions concurrentielles dues aux subventions que l'UE accorde à certains pays méridionaux (Portugal en tête). Les conséquences sont, partiellement, un recul dramatique des ventes dû non pas à des causes uniquement conjoncturelles, mais bien structurelles. Les natures pessimistes n'ont plus beaucoup de satisfaction à diriger leurs entreprises textiles. «Nous sommes à la veille de profonds changements et obligés de faire preuve de beaucoup d'imagination», c'est ainsi que l'un de nos interlocuteurs résume la situation. Les réactions dans l'industrie textile suisse varient entre un minimum de mesures pour survivre et la force d'une vision d'avenir dictée par ces défis.

- L'analyse des mesures prises face à cette situation permet de distinguer les stratégies suivantes:

- Connexion et coopération sont les variantes dominantes; les entreprises recherchent des partenaires pour établir une communauté d'intérêts en Suisse et au-delà des frontières. On échange du travail, on complète et optimise ses points forts — soit sur la base d'une collaboration amicale, soit par des prises de participations financières.

- Le pas suivant est souvent l'acquisition d'entreprises étrangères qui représentent une ouverture sur le marché de l'UE et sont, après transfert de savoir-faire, une base opérationnelle sur place. Comme la capacité de production ainsi reprise ne peut être utilisée à titre supplémentaire que dans des cas exceptionnels, il en résulte souvent une diminution de la production indigène.

- En principe, l'achat complémentaire de marchandises appropriées relève également de cette stratégie. Là aussi, il va de soi que le savoir-faire, la faculté d'évaluer l'apport étranger avec exactitude, jouent un rôle primordial et que le vendeur de marchandises complémentaires fournisse des garanties concernant leur qualité.

- Le secteur stratégique «Service» acquiert une importance croissante. Les activités de conseil et d'accompagnement commencent plus en avant et prennent fin plus loin. Cela signifie que l'équipe responsable d'un projet vouera une attention approfondie aux questions qui pourraient surgir aux différents stades qui précèdent ou suivent la réalisation. Des connaissances professionnelles que l'on ne trouverait guère ailleurs sont alors mises en œuvre.

- Il s'avère en outre de plus en plus que seule l'entreprise qui occupe une position dominante sur le marché a des chances de survivre dans des créneaux extrêmes. Ceci suppose une concurrence éliminatoire accrue, même sur le marché suisse.

- Une stratégie de commercialisation dynamisée est une autre mesure. Elle consiste, par exemple, à renoncer à l'ancien système de présentation (dans le cas des fils, au lieu de bobines ou de miroirs le filateur soumettra lui-même des échantillons de tissus terminés). En outre, de nombreuses entreprises suisses sont de plus en plus disposées à se présenter individuellement dans des foires, oubliant anonymat, discrétion et modestie pour affronter le jugement des professionnels.

- Nombre d'entreprises tentent de surmonter la crise, soit en élargissant leurs offres soit en les restreignant, ce qui peut être rationnel dans les deux cas, selon la situation.

- Il est loisible également de prévoir le redimensionnement d'une entreprise lorsque cette mesure paraît économiquement judicieuse. Dans la mesure où le seuil de rentabilité peut être maintenu, on tentera de faire face avec des capacités et des chiffres d'affaires plus bas, toutefois sans altérer la spécificité de l'offre, c'est-à-dire les raisons précises qui motivent la clientèle en faveur de l'entreprise.

- Et, comme toute théorie a un aspect brumeux, on conjugue souvent

diverses possibilités afin d'assurer l'avenir.

● Les industriels suisses du textile bénéficient d'un certain nombre d'avantages qui leur semblent tellement naturels qu'ils ne deviennent évidents qu'en comparaison avec des entreprises d'ailleurs. Ce qui compte aussi, c'est la capacité d'innover propre à la plupart des entreprises et que les défis actuels stimulent tout particulièrement. Lorsque des méthodes autrefois éprouvées cessent d'être opérantes, il est temps que des idées nouvelles indiquent d'autres voies pour occuper de nouveaux créneaux et offrir ce que nul autre ne peut faire aussi bien. L'équipement technologique de pointe des entreprises, qui économisent rarement sur les investissements, ne peut être que positif. Peut-être les Suisses n'ont-ils actuellement pas les meilleures cartes dans leur jeu. Cependant, il convient de ne point en sous-estimer la valeur.

Cilander, Herisau

... connexion au sens large
Connexion! L'expression la plus fréquemment utilisée lors d'un entretien avec Heinz Gutsell, chef de vente chez Cilander AG, Herisau. Le spécialiste du finissage est en plein dans le circuit de la branche, à tous égards. Seul celui «qui déplace les limites de son activité en avant et en arrière» tout en sachant rester un authentique spécialiste dans son domaine, qui est capable de conseiller l'utilisateur depuis le fil à la confection et même jusqu'à l'argumentation de vente, est en mesure de s'imposer sur le marché. Il y a belle lurette que l'acquisiteur d'ordres de finissage s'est mué en une sorte de chef de produit qui participe à l'élaboration de solutions à tous les stades. Le finissage standardisé ne suffit plus actuellement. Il est dorénavant nécessaire de recourir à des solutions souvent complexes, où interviennent le sens de la mode, la compétence technique et le respect de l'environnement.

Une entreprise comme Cilander, qui traite dix millions de mètres par an, doit maîtriser plus d'une spécialité pour survivre; c'est pourquoi Cilander a plus d'une corde à son arc... L'entreprise a acquis, dès le début du siècle, une haute sophistication dans le finissage de l'organdi de coton; elle occupe une forte position dans le finissage des indiennes et elle vise le même résultat dans certaines spécialités frottées et les toiles pour drapeaux. Des chiffons pour le nettoyage des lunettes et pour polir peuvent paraître dérisoires dans l'offre d'une entreprise de finissage, c'est pourtant là que celle-ci peut faire preuve d'un savoir-faire extrêmement raffiné. Il en va de même du finissage spécial de tissus destinés aux hôpitaux et à l'armée. Quant au finissage de chemises de couleurs en coton ou en lin – sans repassage – il nécessite plus de 15 opérations très complexes. Bien entendu, les prestations de Cilander s'étendent aussi au vaste domaine de la mode – enduits spéciaux, brillants, infroissables. Une équipe interne, dirigée par Heroline Kramer, est responsable de ce secteur de développements.

Cilander s'est spécialisé exclusivement dans le finissage uni, coopère pour les imprimés avec Heberlein qui, à son tour, confie ses pré-traitements à Cilander. L'éventail des matières traitées dans ses installations modernes de finissage est large: coton, lin, polyester, viscose, cupro, ainsi que de nouvelles fibres comme le Tencel, le Lyocell. Le savoir-faire s'étend aussi aux mélanges de laine ou de soie, à l'exclusion de la pure soie et de la pure laine de tonte.

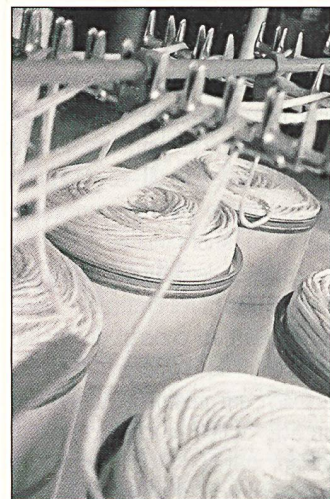
Cilander vient d'acquérir une base en Allemagne. Sa filiale CTV à Dinkelsbühl (Thiele Veredelung), qui bénéficie largement du savoir-faire de Herisau, offre une ouverture internationale et atténue aussi les problèmes de TFF résultant de la lourdeur du franc suisse. Donc, connexion à tous les niveaux.

Spoerry, Flums

... aime les défis

«Nous apprécions les clients qui exigent beaucoup de nous!» affirment unanimement Hans-Ruedi Naef et Louis Martin Schaefer, membres de la direction de Nef & Co. AG, St-Gall, et responsables des ventes de Spoerry & Co. AG à Flums. Effectivement, il est possible de poser à cette filature – fondée en 1866 – des exigences particulières en ce qui concerne la qualité, la finesse et la torsion des fils, autant de prestations quasi introuvables ailleurs depuis longtemps: fils de coton égyptien d'une finesse jusqu'à 305 nm, fils en torsion SZ et S (bobinage Q), bref, ce qui se fait de mieux au point de vue de la régularité, de la résistance à la rupture et de la propreté (Flums a acquis la première installation spéciale de nettoyage pour les fibres étrangères). La filature de coton équipée de 54000 broches produit quelque 2000 tonnes de fils de coton par an, ainsi que de la marchandise moins fine. D'une finesse moyenne de 130 nm, l'offre de Spoerry vient en tête, en Suisse et dans le monde entier.

Ce résultat dépend de nombreuses conditions. La première est au niveau des fibres naturelles. Pour la toute première qualité (fibres égyptiennes longues, cueillies à la main et superpeignées), Spoerry dispose d'un stock représentant un an de production, afin de garantir la régularité de l'approvisionnement. Le mélange des cotons, puis le peignage et la filature nécessitent un soin et un savoir-faire particuliers, ainsi que des contrôles constants, du coton brut au fil terminé. Un système de contrôle de qualité online avec dispositif automatique de signalisation des défauts (et fiches d'enregistrement) optimise cette tâche. «La qualité d'un produit équivaut à celle de l'élément le plus faible dans la fabrication». La rigueur s'impose lorsqu'un kilogramme de fil doit atteindre – dans un cas extrême – une longueur de



300 kilomètres. Spoerry, authentique spécialiste du coton (certifié ISO 9001), livre ses spécialités – dont 70% à l'étranger – à des entreprises de la maille et des tissages. Selon la qualité, le prix au kilo varie entre 10 et 100 francs suisses. Outre une qualité supérieure, Spoerry garantit une large assistance technique, notamment à des clients qui débutent dans l'utilisation de fils très fins. Flums répond aisément aux désirs particuliers de sa clientèle. En outre, la filature a une activité intense dans la recherche et le développement de nouveautés. Certes, la vente se limite aux fils (sur demande également retors et teints); toutefois l'entreprise peut fournir aussi des propositions de tissus. Réponse logique à de multiples exigences!

Filature Ibach, Ibach

... s'impose sur le marché de la cellulose superfine

Le rôle que joue Spoerry dans le secteur du coton revient à la filature Ibach AG, Ibach, pour les produits Danufil et Modal, dans le cadre de l'organisation de vente de Nef & Co. AG, St-Gall. Des produits archicourants n'offrent plus guère de chances à la Suisse, d'où la nécessité de promouvoir des spécialités. Raison pour laquelle Ibach propose Ibach Danufil (viscose) dans des normes de finesse (60 à 100 nm)

que d'autres ne connaissent pratiquement pas et s'engage à fond sur Modal et Micro-Modal, collabore avec Lenzing comme filature pilote pour mettre au point une qualité améliorée de Lyocell. Le programme comporte en outre une fibre mixte en Micro-Modal et coton, soumise également au nettoyage intensif des fibres étrangères, conformément au concept de qualité supérieure de la maison. La filature Ibach, qui produit 600 tonnes par an avec 20000 broches, couvre le secteur moyen – 50 à 100 nm – et au-delà lorsqu'il s'agit de micro-qualités. Avec l'apport de la Compañía Textil El Progreso SA à Lima (Pérou) et de produits complémentaires, Nef & Co. AG dispose d'un programme qui lui permet d'être un partenaire et interlocuteur de poids pour les industriels de la maille et les filateurs. Ce programme, indépendamment de ses différentes composantes et normes de finesse, reste uni sur un point: une offre hors pair. Avec un chiffre d'affaires de 60 millions de francs suisses, dont 70% à l'exportation, et un volume des ventes de 6000 tonnes par an, Nef & Co. AG compte parmi les entreprises dominantes sur le marché.

* Ibach AG joue la carte des fibres cellulosiques (et des mélanges) dans ce concept et vise à se profiler principalement dans le secteur des qualités de Lyocell plus élaborées. La production, encore expérimentale, comprend des fils simples et des fils retors. Le début de la commercialisation dépend de la mise à disposition de capacités de production chez Lenzing. Pour le Lyocell, une technique alternative en circuit fermé exclut toute émission de substances nocives pour l'environnement. Outre un toucher inédit et un éclat soyeux, les tissus fabriqués dans cette matière se distinguent par leur résistance à l'humidité et leur tenue. Le Lyocell se prête à de nombreuses utilisations – même dans le domaine technique – grâ-

ce à sa résistance à la rupture et son faible poids. Les filés Modal et surtout les Micro-Modal produits chez Ibach entre 50 et 152 nm et offerts entre 10 et 20 francs le kilo, sont destinés à la bonneterie et à la confection de haute qualité ainsi qu'au secteur de la literie de luxe.

Filature Kunz, Windisch

... du coton de couleur naturelle jusqu'au Tencel Qualité et flexibilité! Tels sont les termes que Pascal Berney, chef des exportations, utilise pour esquisser le profil de la filature Kunz AG, Windisch. Ils sont nombreux à dire de même en Suisse et il faut y regarder de plus près pour en saisir la portée. Pour cette entreprise, incorporée au groupe Oerlikon-Bührle depuis 1941, cela signifie maintenir des valeurs traditionnelles tout en étant constamment ouverte à l'innovation. Jusqu'à une époque relativement récente, elle ne produisait que des filés de coton. Actuellement, le programme comprend de nouveaux produits à base de fibres mixtes, Trevira, Danufil, des mélanges avec de la soie, de nouvelles fibres chimiques et – dans la tradition de la maison – du coton de couleur naturelle. L'entreprise est équipée pour lancer plus souvent et plus rapidement sur le marché des nouveautés mises au point dans la maison, prétestées au tissage de Dietfurt, membre du groupe, ou en collaboration avec des clients. Fondée il y a plus de 150 ans, la plus grande filature de coton de Suisse – production annuelle 8000 tonnes – peut compter sur de nombreux clients fidèles et bénéficier non seulement de ses excellents moyens de production, mais tout autant des connaissances de ses collaborateurs. La réorganisation structurelle en trois unités disposant de 85000 broches, spécialisée chacune dans les filés superfins, moyennement fins et mélanges, assure une grande flexibilité. Outre les critères de qualité classiques exigés pour de

bons filés, l'accent est mis depuis longtemps sur l'innovation. Une étroite collaboration avec les producteurs a permis de mettre au point une qualité de Tencel, des filés en Micro-Modal – également avec adjonction de soie – ainsi que de nouveaux mélanges de coton et viscose ou lin. Kunz est fier d'offrir «Ecoton», un filé de coton naturel en cinq teintes, élaboré essentiellement pour les industries de la maille. A part cela, Kunz livre, bien sûr, les classiques filés de coton dont les qualités les plus fines atteignent 186 nm. Les fils sont livrés écru, blanchis ou teints. Autre spécialité: les retordages serrés, jusqu'à quadruples, dans les moulinés également, crêpes retors (jusqu'à 1800 torsions) dans un vaste assortiment.

«Autrefois les clients venaient à la filature». Aujourd'hui, ce sont les conseillers Kunz qui vont voir les clients. A part les acheteurs de filés, le groupe cible de l'avenir s'étend aux milieux de la création. L'objectif majeur à Windisch est de rechercher et de tester tout ce qui peut résulter des mélanges de fibres synthétiques et de fibres naturelles en termes de beauté, de nouveauté et d'utilité. Flexibilité signifie: efforts accrus dans la recherche et le développement.

Arova, Schaffhouse

... de la ficelle aux spécialités textiles

Qu'est-ce qui incite un fabricant de ficelle à offrir un filé fin destiné à jouer un rôle particulier dans l'habillement et le textile en général? Josef Kessler, directeur d'Arova AG, Schaffhouse, a la réponse toute prête: parce que son entreprise bénéficie de 40 ans d'expérience dans la technologie du polypropylène, parce que le procédé d'extrusion à bulles d'air a été développé dans le cadre du groupe (Gurit-Heberlein), parce que finalement le résultat, le fil «Atrex» s'avère extrêmement confortable et doté d'avantages fonctionnels souvent supérieurs à

ceux d'autres fibres. Arova veut donc élargir sa pénétration sur le marché des vêtements de sport et professionnels, ainsi que des sous-vêtements, et perçoit des possibilités prometteuses dans le secteur des tissus médicaux, ne serait-ce qu'en raison des caractéristiques techniques. Toutefois Atrex ne semble pas voué à devenir un produit de masse, mais être plutôt promis à un marché constitué par certains créneaux spéciaux.

Atrex est un fil multiple sans fin en polypropylène, stabilisé UV, texturé par le procédé d'extrusion mentionné ci-dessus. Sa matière première est agréable à la peau, peu sensible à l'humidité, sèche rapidement et présente une excellente capacité d'isolation à la chaleur. Contrairement aux fils coupés de la même matière et utilisés depuis longtemps, il est deux fois plus fin et ne bouloche pratiquement pas. Il ménage la peau, l'environnement et le porte-monnaie, car son prix est à peine supérieur à celui des fibres usuelles. Il doit être teint dans la masse.

Atrex se prête au tricotage double-face, extérieur en fibres naturelles ou dérivées, comme dans les vêtements de sport, les T-shirts, les sous-vêtements, les vêtements de nuit et les chaussettes. Il se prête à la fabrication de tissus à deux composants (également comme couche intérieure). Enfin, le fil Atrex sert à doubler des vestes, des manteaux, des chaussures et entre dans la composition de la couche supérieure de toiles de protection des lits d'hôpitaux ou des langes. Le nouveau fil, outre sa capacité d'éliminer l'humidité, présente d'autres propriétés: il résiste aux champignons et bactéries, n'a pas d'odeur spécifique et est pratiquement infroissable. Après avoir introduit Atrex sur le marché au début des années 90, Arova met les confectionneurs en contact avec les fabricants de tissus et les finisseurs et répond volontiers à des demandes spéciales. Ceci dans le

même esprit d'offrir des prestations hors normes.

Camenzind, Gersau ... mise sur le fil de soie ultrafin

Camenzind est expérimenté, florissant, hautement spécialisé, petit, flexible, doté d'un parc de machines à la pointe de la technique. C'est avec cela que George Mitchell, chef du marketing et des ventes, entend faire valoir son talent ou, plus exactement, imposer ses produits dans un marché où la concurrence est extrêmement dure. Cette filature de soie, établie à Gersau, au bord du lac des Quatre-Cantons, dispose de sérieux atouts. Elle produit, dans quelques secteurs, des spécialités qui ne rencontrent qu'une poignée de concurrents dans le monde entier. Un large assortiment permet de servir d'innombrables fabricants dans beaucoup de secteurs d'utilisation. En outre, Camenzind peut répondre rapidement à la demande de clients en quête de développements spéciaux — ceci représente déjà 40% de la production.

Filature de schappe hautement qualifiée et plus que centenaire, Camenzind & Co. AG, Gersau, produit des fils simples et moulinés, grèges ou teints sur demande, dont les trois-quarts sont exportés dans le monde entier. Sa matière première essentielle est la pure soie, filée jusqu'à 200/2 nm. L'éventail va de l'extra-extra lisse jusqu'aux fils noppés, au tussah et à la bourette. Autres spécialités: les mélanges de soie avec le cachemire, la laine, le coton, la viscose, la ramie, le lin; les fils élastifiés avec du lycra, ainsi que — à la demande — d'autres mélanges avec du coton. La clientèle cible comprend les tissages et la maille de haut niveau, pour la plupart les noms les plus réputés dans les secteurs de la lingerie fine, des bas et des tissus de luxe pour vêtements. Le programme comprend aussi des fils pour le tricot à la main, la confection de tapis et la

soie à coudre. 50 collaborateurs travaillent en deux équipes avec 4000 broches et produisent 90 tonnes par an à des prix de 40 à 230 francs suisses le kilo. Les commandes peuvent être passées par 10 kilos — si l'assortiment le permet — dès 150 kilos pour des fabrications spéciales. Une marchandise belle et soignée, offerte même à des prix équitables, ne garantit pas automatiquement le succès commercial dans la situation actuelle. Pour plus de flexibilité, Camenzind collabore avec un spécialiste italien de la schappe et achète aussi des fils pour élargir sa palette de produits. Aujourd'hui le spécialiste ne peut plus se contenter de montrer ses produits avec des échantillons et des miroirs, le marketing exige de plus en plus la présentation d'exemples de produits finis. Ceci requiert une grande expérience et un sens aigu de la qualité.

Zwicky, Wallisellen

... pour tout ce que l'on peut coudre

«Les désirs de nos clients donnent la mesure de notre production». C'est ce que l'on peut lire dans une ancienne brochure commémorative de Zwicky & Co. AG, Wallisellen, dont la fondation remonte à 1840. Peter Zwicky, représentant la sixième génération dans la direction, continue de se référer à ce principe.

Mais aujourd'hui, agir prime plutôt que 'seulement réagir' et il y a longtemps que l'entreprise de Wallisellen est consciente de la nécessité de dépasser la routine dans un marché sursaturé. La dernière fabrique suisse de soie à coudre et de moulinés teints de qualité supérieure vit de son extrême spécialisation, de ses innovations et de son service probablement incomparable.

A quoi en est l'image de Zwicky? Dans les moulinés destinés au tissage et à la maille, elle repose sur son vaste assortiment d'une part et, d'autre part, sur sa disponibilité

dans la livraison de faibles quantités (10kg brut, 7kg teint). Les fils (exportés à raison de 50%) que l'on trouve dans des cravates et des tissus de confection précieux, des drapés en soie, nécessitent un soin extrême au moulinage et au finissage pour présenter une qualité pratiquement introuvable ailleurs.

Dans ces temps troublés, les affaires sont difficiles pour un fabricant suisse de fils de soie, car les principaux concurrents établis en Italie sont extrêmement favorisés par le bas niveau de leur monnaie. La surcapacité et la pression sur les prix n'épargnent pas non plus le plus grand secteur du marché de Zwicky — celui des fils à coudre. L'entreprise reste néanmoins une des rares et dernières à offrir un assortiment complet: soie (sans fin et schappe), coton mercerisé dans une qualité actuellement exceptionnelle, fils en fibres entièrement synthétiques (polyester et polyamide), filés élastiques et texturés, fils en métal (aussi or et argent), exécutions spéciales dans les fils bondés (marques: Zwibond, Cabond, domaine exclusif de Zwicky). Les fils bondés sont l'objet d'une forte demande pour les airbags. Cette production est absorbée pour un tiers par le commerce de détail (utilisateur final: la ménagère), un tiers par l'industrie du meuble, du cuir et de l'automobile et le dernier tiers par les confectionneurs. «Nous produisons tout ce qui sert à coudre» commente Peter Zwicky fier de son assortiment complet, de la rapidité de livraison, bien que le maintien du stock immobilise beaucoup d'argent. Zwicky peut fournir 90% des fils à coudre — 30000 articles — par retour du courrier et compléter la livraison par des conseils techniques, si le client le désire. Il ne suffit donc plus de répondre aux vœux de la clientèle, mais il faut faire preuve de fantaisie, procéder à des essais, rechercher sans cesse ce qui peut être fait différemment et mieux.

Pages 14-21

READY-TO-WEAR DESIGNERS PARIS — MILAN WINTER 95/96 BON TON

The new fashions present a very well-behaved impression; although feigning a certain boldness in appearance, the basic message is: take no risks. Reasonable and realistic are two terms that come to mind. The saucy girlie has given way to the woman of experience, and the seductive feminine is tending more to the sober womanly.

Fashion would not be true to its iridescent image if it did not camouflage its return to sure ground by various manoeuvres. Nonetheless the conservative undertone is con-



stantly heard in the new fashion melody, even when it is occasionally overlaid with techno and retro, glitter, plastic and luminous colour or with provocative skin-tight silhouettes or objective-modern male-female versions. Distracting deviations are also attempted by zapping through different epochs and styles, distant historical and remote geographical sources of inspiration and imagined cyberspaces. All the same, the message is not to be missed: Bon Ton and Nouveau Chic are the catchwords, saying goodbye to the mini-wearing girls as well as the film vamps and fawning on feminine reasonableness. The scissors in the designers' heads – in other words salability – has pared down imaginations.

The fact is that this is no time for the bold vision (such as might be expected from fashions with a view to the magic year 2000). Instead, the new designs are falling back on the past, even to the 50s and 60s again. The slightly yellowed picture of ladylike femininity is cited with elegant ensembles from the same fabric, with fitted coats, princess dresses and narrow, sleeveless shifts, especially small, close-fitting suits, mostly with short jackets worn buttoned to the top and often without a blouse, in varying but always decent lengths, supplemented with flesh-coloured hosiery, high heels and frame handbags. Hello from Jackie Kennedy!

However, the fabrics are creating the link to the 90s, and doing it with dash. They run under all the propriety, with synthetic and metallic glitter, with knits and stretches, occasionally with a masculine touch or delicate glamour, with techno films or costly handcrafted notes. It is the fabrics that are bringing in the new era and making no bones about it.

Pages 34–51

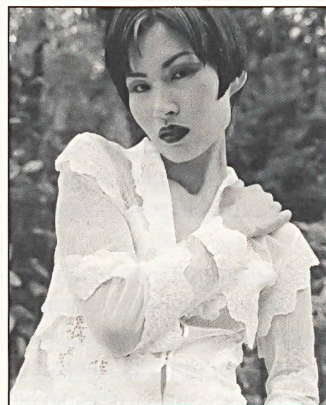
IN SEARCH OF A FASHION IDENTITY HONG KONG ASIAN STYLING IN SWISS FABRICS

Hong Kong is both fascinating and irritating. Extremes, opposites, contradictions and exceptions are here the rule. The handling of the ritual-rich Chinese heritage in a high-tech environment seems to be practiced to perfection, and the clash of cultures appears to be solved without problems, looking at just the surface. „Nobody wants to live here, but everybody's here“. This laconic observation (by a local architect) in a way says much about the unaccountable attraction of the 6 million-inhabitant city at the interface of two worlds.

In Hong Kong, Asia and Europe have also formed a liaison in fashions that is „dangerous“ in the sense that it makes the expression of an identity of its own very difficult. Europe is the fashion ideal, European fashions are the aim and their presence is dominating (while on the other hand of course there exists the desire to export to Europe). The designer, if he or she does not wish to be an epigone - an imitative follower - has the formidable problem of harmonizing a distinctive signature and the international fashion trend. Solving it is important alone in order to counteract the image of a mere (cheap) garment producer which Hong Kong acquired as it began its steep textile career by achieving distinction from a quality and styling standpoint. The magic date of 1997 is accelerating this process. It is not for nothing that the Fashion Department of the Hong Kong Trade Development Council is intensifying its trading up and creativity, all the more so as the return to the „Great Motherland“ is opening up new perspectives but also creating

new competitions.

Hong Kong of course cannot fall back on a great creative tradition like Japan can, adding new facets in this way. This city-state is a multicultural melting pot where anyone who can master it has a rightful place, as for example a Swiss fashion designer who has been active here for years. As a result a very heterogeneous designer scene has formed which, by the way, unlike its younger European counterpart, is predominantly male. Fashion creativeness is approached from very different standpoints, bringing in the element of sensitivity to style, being thrifty or else extravagant with material. The designs of 7 Hong Kong fashion creators realized in fabrics from Switzerland for the Summer 96 season show the breadth of the ideas involved and the attempts at an independent statement. These definitely include a certain tendency to dramatization, with opulent fullness and an effective mixture of fabrics for decorative evening appearances, occasions for which are indeed offered in abundance by this metropolis of luxury.



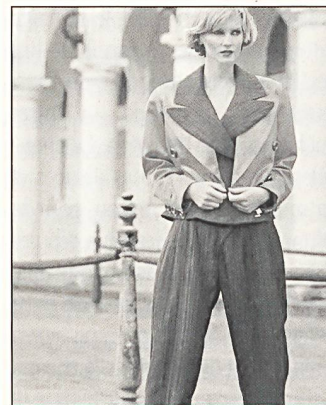
Pages 52–71

BETWEEN BUS- TLE, CUTAWAY AND PURISM

It has already been quite some time since Germany's fashion border ran from Hamburg to Düsseldorf to Munich. Since the Wall came down 5 years ago, new cities and regions have attracted attention in fashion matters. In and around Leipzig, Dresden and Erfurt a differentiated, creative fashion scene has developed which is well on the way to achieving recognition and success internationally (or shall we say supraregionally, which is perhaps a more modest alternative).

In places where Germany's most illustrious artists, poets and philosophers once found the central point of their life and work and where German industrial progress had its beginnings, traditions still play a big role even today. For many creative people these traditions are the roots of their self-awareness and visions. Not the least of these factors is the Bauhaus founded by Walter Gropius in Weimar in 1919, which has influenced designers, architects and fashionmakers up to the present day.

Eight fashion designers, seven women and a man, all of them closely bound to this region, have approached their selections from



Pages 72-87

CASUAL MAN 96: SWISS VERSION OF FREEDOM IN MEN'S FASHIONS

The casual world is a relatively new one for fashion. Especially in menswear it has changed more than can be seen from individual casual models or even entire casual collections. This is because ever since the casual idea became firmly fixed in the minds of men's fashion designers, the boundaries between the conventional sectors have become blurred, and traits of city, sports and leisurewear are now blended in with one another.

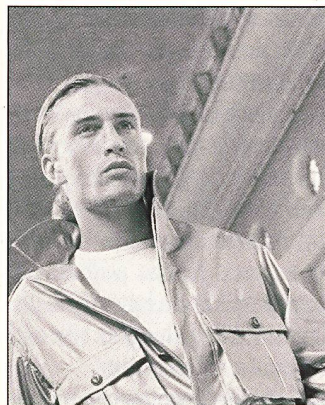
The term «casual» as applied to apparel comes from the USA. But it is just the Americans who seem to have trouble with the flowing transitions between formal and informal. Casualness in menswear is reserved to free time, while businesswear is business as usual: a correct suit with striped tie. But just recently a small-scale office revolution has started: from New York to Detroit the last working day of the week is now being called Casual Friday. «Fridaywear» is loosening up strict clothing regulations and easing the buttoned-up businessman gently into the weekend.

Casual is the chameleon among men's fashion trends, adapting itself to this look or that, deriving inspiration in the form of suits combined with a not-quite-conventional understanding of city-wear, but bridging over to fashion sportswear or just letting itself completely go, in a freethinking fling. Casual may become immersed in a colourful, aggressive world of pictures typical of the young set, or go in for naturalness, ease and comfort. Whatever the case, everybody understands something different by this flexible term. As an over-the-border commuter between styles,

the casual fashion cannot be nailed down to a determined look; if anything, it is dedicated to an unforced way with clothes, an individualistic awareness of life.

So individualism seems to be the predominant feature, all the more so since casual is focused on freely combining according to one's own ideas and not a hard and fast mannerism. Fantasy has something important to say, not least in the selection of fabrics, which is breaking taboos and above all recognizing no line of demarcation between masculine and feminine.

How much materials can trigger off innovative ideas is impressively shown by the models of Swiss fabrics for Summer 96 shown in these pages. Five Swiss designers have taken up the theme Casual Man and come up with ingenious solutions. Even though the individual creative signatures reveal highly different fashion temperaments, still the shared element is seen as far as approach and ideas are concerned: opening terrains and crossing boundaries.

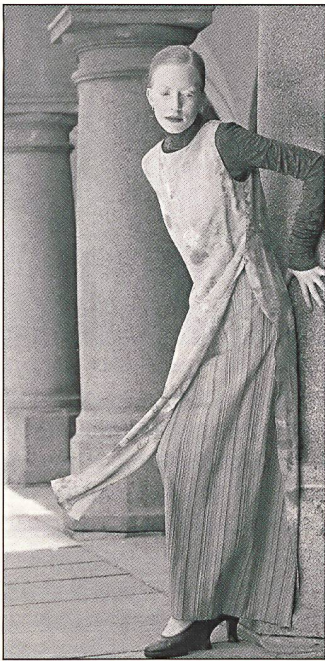


Pages 88-97

NICHE SPECIAL- ISTS, NOT STOPGAPPERS

A niche is more than just a product. Swiss textile pretreatment specialists are holding their own by crosslinking and cooperation, further-extended service and more active marketing.

Is niche specialization turning into stopgapping? And are the order books full enough? Or is there a danger of falling below the critical mass, either becoming unprofitable with tiny product palettes or else having to sell products and services at marketwise incompatible prices? These questions are currently on the minds of Swiss textile makers. They are concerned at the shrinkage of their long-established clientele and must now ask themselves; how much longer can it go on? And, it should be noted, this is quite apart from such specifically Swiss problems as the PVV regulation of the EU or the strong Swiss franc. Moreover, the Swiss textile industry is now also experiencing the fact that the slump in demand - originating with the consumer - is now compelling the textile chain to shift the risk farther back in the pipeline. And this is precisely where many Swiss processors are located: spinners, loomstate weavers and commission finishers, for example. It is with these that this report is mainly concerned. The scenario presented by the current market conditions is indeed a difficult one, and the Swiss are counteracting it with concepts aimed at offering niches rather than just products. They are going about this by making in-house investments in even greater readiness for innovation, in flexibility and in technologically efficient, rational equipment and processing methods. Today it's no longer enough just to wait until



Swiss fabric collections in very different ways. While some chose "their" fabrics with strict consistency, others let themselves be tempted by the rich variety of structures, embroideries and prints to form a fantasy-rich mixture.

Very differentiated interpretations on the theme of femininity were created. The designs reflect the juxtaposition of the extremely different styles in today's fashions. The girlish white lace dress stands with equal rights alongside a cutaway coat, a sophisticated combination of masculine and feminine. Severe, reduced forms producing a sensitively modern effect and embroidery bringing the wearer's personality into the foreground are contrasted with coquettish forms that play with Retro elements.

The message of the fabric and fashion designers for Summer '96 is this: Modern femininity is anything but interested in placing women in roles or forming clichés. Modern femininity wants to entice the designer to play and to experiment with feminine self-portrayal.

the times get better, a favourite tactic in the past.

A number of problems that lie outside the influence of the individual operator's own initiative are currently of great concern to Swiss textile processors:

- The No. 1 problem is the fall-off in the worldwide demand for textiles. This, aggravated by the current oversupply, has led to the situation where firm contracts cannot even be concluded with certain customers. There is too much merchandise of every sort in the pipeline, and at the retail end of it the turnover is clogged.

- The markets are typically reacting to this by trading down; attempts are made to revive sales by lowering prices, a tactic that has been demonstrated to be unsuccessful but is still tried time and again. As a logical result, the top end of the market, where most of the Swiss do their business, has become still narrower.

- In this situation the current turbulent fluctuations in the currency markets are a further grave blow. They make Swiss exports to soft currency countries more expensive, while further reducing the sales prospects of Swiss goods in hard currency nations, where life is being made unbearable from a price standpoint by goods from the soft currency countries. The Swiss franc is among the hardest currencies in the world, while the Italian lira, in which the most important competitive products are sold, is at the opposite end of the hardness scale.

- At the same time, world economy-related transfers of production locations are taking place; besides the Far East, Central and Eastern Europe are now becoming popular manufacturing sites, a fact that is causing long-established paths between customers and suppliers to change overnight, not to speak of the competition-impairing subsidies granted by the EU to certain southern European countries

(above all Portugal).

The bottom line is that for the Swiss textilers sales are lower, in some cases dramatically so. And this is not only for economic reasons but structural ones. The textile business at present is no place for pessimists. As one of our interviewees described the situation, "We are confronted by profound upheavals and have to come up with a lot of ideas." The reactions within the Swiss textile industry range from taking only the measures necessary for survival to marshalling the strength to have the vision resulting from this challenge, and to act accordingly.

An analysis of the measures that have been implemented in the present situation reveals the following strategies:

- Crosslinking and cooperation is the predominating variant; individual companies are looking for partners to form communities of interest, not only within Switzerland but beyond its borders. Work is being coordinated between the partners; the strengths of each are being supplemented and intensified, whether on the basis of friendly collaboration or through financial holdings.

- In not a few cases the next step is acquisition of foreign companies, which constitute a "window" to the EU market and, after the transfer of know-how, become a direct support base in the country concerned. Since the capacity that is taken over in this manner can only rarely be additionally occupied, this often means a reduction of the established domestic production of the acquired company.

- In principle the buying-in of suitable merchandise also belongs to this strategy. It goes without saying that here as well, the Swiss purchasing company's know-how and ability to assess foreign performance accurately is also a factor in whether it can at the same time take over guarantees for its quality.

- Increasing importance is also at-

tached to the strategic area of service. By offering consultation and starting-up assistance one "starts farther up and ends farther down the chain." In other words, project teams that try to solve a customer's problem concern themselves intensively with questions in this connection that can occur at earlier and later stages. In this way the customer benefits from specialist knowledge that is virtually unavailable from anyone else.

- The conviction is definitely becoming established that in extreme niche markets, only the company that is the market leader precisely in that niche has a chance of surviving. This means more destructive competition, even within Switzerland itself.

- More active marketing is another concept that is being followed. This means for instance getting away from the previous sampling systems (with yarn for example, the spinner himself now presents finished fabrics instead of submitting sample yarns wound on bobbins and cards). At the same time, a growing number of Swiss firms are prepared to participate more intensively at trade shows, coming out of their shell of anonymity and modest reserve and presenting themselves to the public with greater self-assurance.

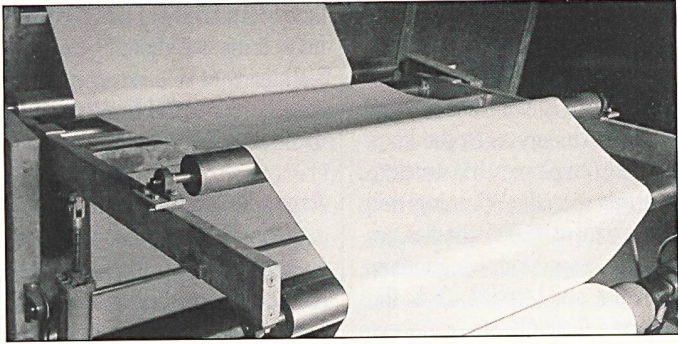
- In not a few companies, both an expansion of the product range as well as a concentration of the product line are being implemented as a way out of the crisis; both options can be correct, depending on the operator's starting situation.

- And wherever it makes good business sense, companies are restructuring. As long as they do not sink below the critical mass, Swiss processors are trying to live with smaller capacities and sales, without of course permitting the substance of the product palette, i.e. the very reason why the product should be bought from this producer and not one else, to be lost.

- And because theory generally, or at least one theory alone is mostly only grey in reality, today processors are frequently operating according to the principle of doing one thing and not neglecting the other. In other words, they are combining several of the above-mentioned levers to secure the future of their companies.

In most cases, however, the Swiss textile processors have a number of strengths backing them up which to them seem almost self-evident and which are really seen only when they are compared with companies elsewhere. First of all, it must be taken into account that in spite of all their current trials, the Swiss textile companies are sound. In good years many of them were able to make acquisitions in other sectors which are now helping them get over the bad ones. Some examples are: the hydroelectric power station of a spinning/weaving mill that also serves an entire municipality, the valuable social commodity of company flats constructed at the operator's expense, or diversification into non-textile activities. No one wants to subsidize his textile operations indefinitely, but there is often enough substance on hand to continue doing so into the foreseeable future, if necessary - something that is not possible everywhere internationally.

- Another fact that is not to be underrated is the capacity for innovation of most Swiss textile enterprises, which is only now being really awakened. As it becomes clear that the old tried and true methods no longer help, then new ideas must reveal other routes to find new niches in order once again to enable the company to offer something that no one else can, or can in the same quality. The fact that the Swiss textile companies are technologically thoroughly modern in their equipment and that they have rarely hesitated to make investments can only be regarded as positive.



The Swiss may not be holding the very best cards at the moment, but they shouldn't be underestimated.

Cilander AG, Herisau

... crosslinking in many different ways

Crosslinking! This word is one of the most frequently used expressions in the vocabulary of Heinz Gutsell, Sales Manager of Cilander AG, Herisau. As a textile finisher this company is situated - for better or for worse - at the midpoint of the textile industry pipeline. Success in today's market only comes to those who "start farther up and reach farther down" the chain, that is, although remaining a specialist in its own field, the finisher's thinking must encompass the entire gamut of the manufacturing process, from the yarn to the making-up stage, even to the sales arguments to be used for the final consumer. For this reason, specialists that were once commission finishing acquirers have now long since become something like product managers who work together on solving problems with the preparation and final finishing processors. The reason is that standard finishing alone is no longer enough. It has become a very complicated set of solutions, where feeling for fashions, technical competence and ecology consciousness must be combined.

A company that finishes 10 million metres of fabric a year as Cilander AG does, needs more than one speciality to survive. As a result, the operations in Herisau often

stand on several legs. Since the beginning of the century, high sophistication has been developed in the finishing of cotton organdy fabric; market leadership can be claimed in the finishing of "Arabian" fabrics and is being striven for with certain terry towelling specialties and flag cloth. The inclusion of wiping cloths for eyeglasses and polishing cloths in the product range of a finishing company may be regarded as of small importance, but the sophistication of this finisher can be seen precisely in these products. This also applies to the speciality finishing of hospital and military linens and fabrics. Also, the no-iron finishing of dyed shirts of cotton or linen is a complicated and highly elaborate affair, taking over 15 hours. Naturally, beyond all these markets is the wide world of fashion, demanding coatings, lustre and glitter as well as wrinkles, these also belong in Cilander's line of finishes. The company even offers the services of its own project team, headed by Heroline Kramer.

Cilander has become a specialist working exclusively in single-shade finishing, now that it has a cooperation arrangement for printing with Heberlein, which in turn has transferred its open-width pretreatment operations to Cilander. However, the palette of materials that pass through its modern finishing plant is widely varied. Its competence extends to cotton, linen, polyester, viscose, cupro and newer fibres such as Tencel or Lyocell as well as blends with wool or

silk. Only 100% silk or pure virgin wool are not included in the programme. Recently Cilander has also opened a "window to Germany". Its fellow company in Dinkelsbühl (Thiele Veredelung), well-equipped with Herisau know-how, is bringing an international outlook and also relieving problems involving PVV questions and the strong Swiss franc. Indeed, Cilander is crosslinking everywhere.

Spoerry, Flums

... open to demands

"We think a lot of customers who demand a lot!" This statement was made in unison by Hans-Ruedi Naef and Louis-Martin Schärer, two members of the top management of Nef & Co. AG, St. Gall and responsible for product sales at Spoerry & Co. AG in Flums. Indeed, a great deal in respect of fineness, quality and twist specialties can be demanded from this fine spinning mill, founded in 1866, that have for a long time been unavailable elsewhere, for example yarns of Egyptian Giza cotton in counts of up to 305 Nm, high-twist and hard-twist yarns in SZ and S twist (the latter with cross-winding), and generally the very finest as far as uniformity, tensile strength and cleanness are concerned (in Flums the first foreign fibre cleaning plant has been installed). The cotton spinning mill, which with 54,000 spindles working on a 4-shift basis produces a total of 2,000 tons of (simple) cotton yarns per year, is naturally also capable of putting grades of lower fineness on the cones. With an average count of 130 Nm, however, Spoerry's product palette is at the very top of the line, both in Switzerland and worldwide.

A lot of preconditions are necessary for this, beginning with the natural fibre. Spoerry has a year's supply of top quality cotton (Egyptian long-staple, hand-picked and supercombed grade) as well as other long and medium fibre grades on

hand, thus ensuring a regular fibre supply. Much sophistication and technical outlay are also required in mixing the raw cotton and later in combing and spinning. This is not done without constant controls, beginning with the raw cotton and extending to the yarns and threads themselves, all of which is assured by an on-line quality monitoring system with automatic fault detection (and recording). Here no one wants to have a weak point, nor can one afford to when - in an extreme case - the yarn must be 300 km in length per kilogram! Spoerry, a specialist in 100% cotton, is by the way ISO 9001 certified and exports 70% of its production - ring-spun specialties - to knitters and weavers abroad. Depending on the quality level, the price per kilogram ranges from 10 - 100 Swiss francs. In return, customers receive not only high quality but also a lot of technical service, especially those processing high-count yarns but are new to this level of fineness. Specialities produced according to the customer's wishes are no problem at all in Flums. In addition, Spoerry itself is permanently active with new developments. Although it sells only yarn (which on request can also be twisted and dyed), it also offers ideas for fabrics on request. As we said before, Spoerry is open to demands.

Spinnerei Ibach

... creates its market with the finest cellulose

What Spoerry does for cotton under the roof of its sales organization Nef & Co. AG, St. Gall, the spinning mill Spinnerei Ibach AG in Ibach does for Danufil (viscose) and Modal fibres. In Switzerland, no further success can be had with commodity-like products; it's got to be a speciality. For this reason Ibach spins Danufil in thread counts that others can hardly match (60 to 100 Nm), and has committed itself heavily to Modal and Micro-Modal grades,

where it is currently collaborating with Lenzing as a pilot spinner in working on an improved grade of Lyocell. The production programme is rounded off with Micro-Modal/cotton blended yarn where - precisely with highest quality as the concept - the foreign fibre cleaning range is used. In this way Spinnerei Ibach, processing 600 tons per year with 20,000 spindles, covers the medium spinning range, i.e. 50 - 100 Nm, and finer counts for micro grades. Working together with Compañía Textil El Progreso SA in Lima, Peru as well as supplementary trade merchandise, the product line of Nef spans a programme that makes it an interesting discussion partner for knitters and weavers. What remains common to all the product palettes with their different main concentrations and thread counts is that something special is offered in every case. With a turnover of some 60 million Swiss francs, an export rate of 70% and a sales performance of 6,000 tons per year, Nef & Co. AG is definitely a market leader in the industry.

In this product concept, Ibach AG's sector is cellulosic fibres (and blends). Here a strong profile is expected above all with the yarns of improved Lyocell grades, which are being produced here as simple and twist yarns (first in test form). When these come on the market, however, depends on when the corresponding fibre capacity is available at Lenzing. At Lyocell an alternative closed-circuit processing technology is used which releases no hazardous substances into the environment. Besides a novel handle and silky lustre, fabrics made of these yarns are distinguished by high wetfastness and ravel resistance. With its low woven fabric weight and high yarn strength, Lyocell is suitable for many textile applications, including the technical sector. Top-end knitters and clothing manufacturers are the customers for Ibach's Modal and particu-

larly Micro-Modal yarns, which are included in the product programme in counts of 50 to 152 Nm at a price per kilogram of 10 - 20 Swiss francs. A portion of these yarns, however, are used in the luxury bedlinen sector.

Spinnerei Kunz AG, Windisch

... from natural-colour cotton to Tencel

Quality and flexibility! These qualities above all form the profile that Export Manager Pascal Berney wants to claim for the spinning mill Spinnerei Kunz AG, Windisch. Many people in Switzerland say that; how much truth there is in the statement only comes out on a closer look. For this particular company, which has belonged to the Oerlikon-Bührle Group since 1941, it means standing by traditional values, plus the new factor of readiness for constant innovation. Until some years ago only cotton yarns were manufactured. Now the company's programme includes blended fibres: Trevira and Danufil as well as blends with silk, recently synthetic fibres and - what is actually a continuation of the classic tradition - yarns of natural-colour cotton. And what is more, Kunz is also equipped to bring out new products more rapidly and more often, either its own new developments after testing them at the Dietfurt weaving mill, which belongs to the Group, or in collaboration with its customers.

This company, which has existed for considerably more than 150 years, is the largest cotton spinner in Switzerland, with an annual production of 8,000 tons. As is quite

understandable, it relies externally on its many faithful customers and internally on its increased knowledge, which is embodied as much in its machinery as in the know-how of its employees. It is structured in three specialist spinning mills with a total of 85,000 spindles, producing respectively high-count, medium and blended yarns, thus ensuring flexibility. In addition to the classic quality criteria for good yarns - uniformity, strength and fineness - another main focus has long been set with innovation: in close collaboration with the preparation sector, a Tencel grade has been developed consisting of Micro-Modal fibre yarns, also blended with silk, while blends of cotton with viscose or linen have also been put on the bobbin. The company also takes pride in Ecoton, a yarn of natural-colour cotton - both ring and open end-spun - which has been developed in five colours specially for the knitwear sector. In addition there are naturally the classic cotton yarns, reaching counts of up to 186 Nm in the top grades. Kunz supplies its yarns in natural white or bleached as well as dyed form. Its speciality is high twists as well as moulinés in up to fourfold yarns; its crepe twist (up to 1800 twists) is also available in many ranges.

"Previously the customers came to us". Today, Kunz consultants go to the customer. Besides yarn buyers, creative people are increasingly the target group in the post-production and marketing stages. The declared intention in Windisch is "to blend man-made fibres with natural ones and test them to find out what can emerge

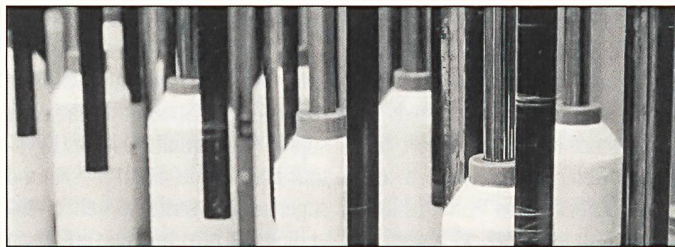
by way of something novel, beautiful and meaningful". To be flexible means to be even more active oneself in research and development.

Arova AG, Schaffhausen

... from binding yarn to textile speciality yarn

How does a binding yarn factory turn into a supplier of fine yarns that offer something special for clothing and textiles? Joseph Kessler, Managing Director of Arova AG, Schaffhausen, has no trouble giving an answer: it is because of his company's 40 years of experience with polypropylene technology, because the blister texturizing process was developed in the company group (Gurit-Heberlein) and finally because the result of both, namely the high-comfort Atrex yarn, exhibits above all functional advantages that are often superior to other fibres. For this reason, Arova is aiming at an intensified promotion of Atrex in the sportswear, workclothing and underwear markets. Moreover, based alone on the yarn's technical qualities, Arova is also expecting a good potential for the product in woven fabrics for the medicinal sector. However, this does not at all mean that Atrex will produce business on a massive scale, but rather a niche market for specialists in a particular sector.

Atrex is a multifilament continuous yarn made of UV-stabilized polypropylene that is texturized by the blister process. Its raw material makes it extremely pleasant to the skin, with minimal moisture absorption but at the same time high moisture transfer values and excellent thermal insulation properties. In contrast to staple fibres made of the same starting material, which have long existed, Atrex filaments are twice as fine; pilling is largely ruled out. The material is as friendly to the environment as it is to the skin. It is even easy on the pocket-book, as the prices for this yarn are

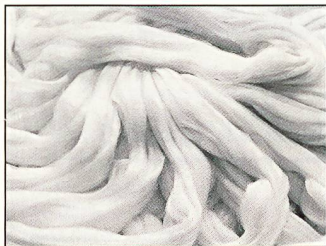


only slightly higher than for conventional fibres. The yarn is however incapable of being bath-dyed; it must be dyed in the spinning mass. Atrex is ideal for the inner face of double-faced knitwear with the outer face of natural or regenerated fibres, now popular for sportswear, T-shirts, underwear, sleepwear and socks. It can also be included (as the inner face) in two-component woven fabrics. Finally, Atrex is also highly suitable for jackets, coats, shoes and as the outer layer for protective bed pads for hospitals as well as nappies (diapers). In addition to its moisture transport properties, the new yarn has further hygienic end-use properties: it is resistant to fungi and bacteria, is completely non-allergenic, odour-free and largely crease-resistant. Arova, which has been marketing Atrex since the beginning of the 1990s, even arranges contacts between clothing manufacturers and fabric producers and finishers and also develops specialities on request. With services like these, Arova truly has something special to offer.

Camenzind & Co. AG, Gersau

... banking on silk threads of maximum fineness

Camenzind is experienced, sound, highly specialized, small, flexible and its machinery is of the highest technical level. These are the stakes with which George Mitchell, the Marketing and Sales Manager, would like to "shoot upwards". "Shoot upwards" may be putting it a bit strongly. In today's extremely tough competition, it is rather a question of holding one's own in



the market, and here the chances are good for this silk spinning mill, located at Gersau on the Lake of Lucerne. It produces specialities that in certain sectors are now supplied by only a tiny handful of competitors worldwide; the company is supported by a widely-varied product line capable of serving numerous applications and manufacturing groups. It is fully ready to respond rapidly to customer requests for speciality developments; indeed, 40% of its production is already based on these.

Camenzind & Co. AG, Gersau, is a schappe spinning mill with a more than hundred-year tradition, exporting top-end quality single and twist yarns in natural white but also dyed if desired, 75% of whose production is exported worldwide. The basis of its business is 100% silk (only long-staple schappe), which can be spun up to a fineness of 200/2 Nm. The palette ranges from extra-extra smooth all the way to coarser knop and flake yarns as well as tussah and bourette silk. Included in the programme as specialities are also silk blends - with cashmere, wool, cotton, viscose, ramie and linen-, elastic yarns with Lycra and blends of other natural fibres are possible on request. The target groups include high-end weavers and knitters, most of whom are at the very top of their respective fields, processing yarns into luxury lingerie, fine hosiery and distinguished outerwear fabrics. However, hand knitting and carpet yarns as well as sewing thread also belong to Camenzind's programme. A total of 59 employees working in two shifts with 4,000 spindles put 90 tons per year on the bobbin. The kilogram price ranges from 40 - 230 Swiss francs. Orders for yarns from stock can be placed in units of 10 kg and for speciality developments the minimum order is 150 kg.

However, in the current situation even beautiful, top-range products offered at fair prices are no

guarantee of success. To achieve greater flexibility, Camenzind has entered a cooperative arrangement with an Italian silk specialist company; it also purchases yarns to expand its sales line. And today, marketing for yarn specialists demands more than going to the customer with just cones and cards of wound yarn. Now spinners are increasingly visiting customers with examples of finished products in their hands. And when you do this, experience and quality consciousness are especially important assets to bank on.

Zwicky & Co. AG, Wallisellen

... everything that can be sewn

"Our customers' wishes are the measure of our production." This statement was already contained in an old festschrift of Zwicky & Co. AG, Wallisellen, founded in 1840. Peter Zwicky, who represents the sixth generation of his family in the top management of the company, still builds on this principle. However, it has long been clearly understood in Wallisellen that today one must act instead of react, and that one can and must act on an over-capacity market only with a can-do approach. Being the last silk sewing thread factory in Switzerland, Zwicky is also a supplier of top-quality dyed silk twist yarns. It lives by super-specialization, innovations and a service performance that is offered by hardly anyone else.

Where precisely is Zwicky's profile to be found? It is in weaving and knitting twist yarns - its largest product line - and in the possibility of supplying even the smallest amounts (10 kg for undyed grades, 7 kg for dyed yarns). Its yarns, 50% of which are exported, are seen in luxury neckties and clothing fabrics or are also used in silk flag cloth, for example, which demands the very highest qualifi-

cations on the part of the twister and dyer and is an item for which there are practically no other suppliers left. Silk yarns are a hard business for the Swiss in these times, as their main competitors, namely Italian producers, are in an extremely favourable position owing to currency relations. Overcapacity and price pressure are not even sparing the sewing thread business, which is Zwicky's largest market segment. But here the company is one of the very few manufacturers that still offer a full range of products: (continuous filament and schappe), mercerized cotton of a quality level that is no longer found, 100% synthetic fibre yarns (polyester and polyamide), staple and core yarns of polyester, also elastic and texturized yarns as well as threads of metal (including silver and gold), plus speciality developments in bonded threads (melded threads with the trademarks Zwibond, Cabond), a market which Zwicky practically has to itself. Bonded threads are very much in demand for car airbags, for example. About one-third of this production output goes respectively to the retail trade (and thus to the housewife), the furniture, leather and automotive industry, and finally to clothing manufacturers. "We make everything that can be sewn," says Peter Zwicky, proud of the wide-ranging product line and rapid delivery service level of his company, even though a great deal of capital is tied up in inventory. Fully 90% of Zwicky's sewing threads comprising no less than 30,000 articles can be delivered by return of post. And technical consultation concerning the threads and yarns is available on request. Indeed, "it's no longer enough to meet the customer's wishes; we have to develop a creative imagination ourselves and constantly test what can be made differently and better."