

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1990)
Heft: 81

Artikel: Übersetzungen = Traductions = Translations
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795860>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 16.03.2025

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

ÜBERSETZUNGEN

Seiten 34-41

HAUTE COUTURE PARIS FRÜHJAHR/ SOMMER 90

L'AVENIR EN ROSE

Die Pariser Haute Couture sieht rosa Zeiten entgegen und das in mancherlei Beziehung. Rosenrot ist die Trendfarbe der Sommersaison 1990, aufgefächert in eine breite Skala, die vom zarten Ton der Teerose über Rosenholz und die leicht morbiden Nuancen alter Rosensorten bis zum glühenden Pink reicht. Rosig sind auch die Zukunftsaussichten der Pariser Luxusmode. Ihr Fortbestand wird nicht länger in pessimistischen Tönen gemalt, denn die Nachwuchs-sorgen scheinen gebannt. Der Generationswechsel, der bis vor kurzem noch Anlass zu düsteren Prognosen gab, ist in vollem Gang.

Luxus liegt im Aufwind. Die Umsatzsteigerungen für die Spitzenprodukte des Konsums haben zweistellige Zahlen. Der frische Wind, der aus dem Osten bläst, wird diesen Auftrieb eher noch verstärken. Die neugeweckte Konsumlust der sozialistischen Völker lässt sich auf die Dauer nicht nur mit Jeans und Bananen befriedigen. Sie hungern nach Schönem. Luxusproduktion, mit der Mode an der Spitze, ist in der internationalen Finanzwelt eine seriöse Aktie geworden, auf die hoch gesetzt wird. Das verschafft vielen Couturiers Mittel, von denen Prêt-à-Porter-Designer noch nicht einmal träumen können.

Kein Wunder, dass es sie jetzt in die Haute Couture zieht. Dort können sie in Stoffen schwelgen, die in der Konfektion jeden Kalkulationsplan sprengen würden. Mit den Ateliertüren öffnet sich ihnen eine Welt, in der der Kostenfaktor Zeit nicht zählt, sondern nur das Ergebnis. Die fast anachronistische Welt des Kunsthandwerks, wo Kunst noch von Können kommt und es eine Liebe zum Metier gibt. Das hat so manchen jungen Designer für die Haute Couture eingenommen, andere drängen nach.

Newcomer gegen Establishment

Nachdem vor einem halben Jahr Gianfranco Ferré bei Christian Dior und Angelo Tarlazzi bei Guy Laroche das Ruder übernahmen, gibt es in dieser Saison zwei Newcomer: Claude Montana hat bei Jeanne Lanvin, dem ältesten der aktiven Pariser Couture-Häuser, die Kreation der Haute Couture-Kollektionen übernommen. Ted Lapidus fand in seinem Sohn Olivier einen hoffnungsvollen Nachfolger. Verstärkung kam obendrein noch aus Mailand. Gianni Versace, der seit längerem mit hochwertiger Massfertigung experimentiert,

suchte schon wie sein Landsmann Valentino die Nähe der Pariser Luxusmode, um sich sein Talent als Couturier bestätigen zu lassen. Er zeigte im Ritz-Hotel eine spektakuläre Schau, die pop-artig jung und sehr glitzernd war. Trotz der Neuzugänge im erlauchten Kreis der Haute Couture blieb eine Jugend-Revolution aus. Nicht die Jungen, sondern die «Alten» zeigten für den Sommer 1990 die besten Kollektionen. Und den Dé d'or erhielt der Alt-Avantgardist Paco Rabanne. Die «older established Designer» wie Yves Saint Laurent, Karl Lagerfeld für Chanel, Jean-Louis Scherrer, Emanuel Ungaro, Hubert de Givenchy und Gérard Pipart für Nina Ricci, bewiesen ihre Überlegenheit. Christian Lacroix, der die Verjüngung der Pariser Haute Couture einleitete, ist inzwischen auch ins Establishment aufgerückt. Der «Junge Wilde» hat seine Sturm- und Drangzeit hinter sich gebracht, verzichtet auf ungestüme Stil- und Mustermischungen zugunsten solider Schneiderkunst, ohne dabei allerdings seine jungen Ideen aufzugeben.

Luxus und Kunsthandwerk

Haute Couture ist wohl doch etwas mehr als nur die vielzitierte Werbung für Parfüms, Accessoires und Lizenzen, mit denen die Pariser Spitzenschneider ihre Hauptumsätze machen. Im Zeitalter von Laserstrahl und Computer ist sie die letzte Bastion des Mode-Kunsthandwerks – ein Luxus in sich. «Le vrai luxe exige le vrai matériau et le vrai travail artisanal», meinte schon Christian Dior. Das hat noch nicht jeder Nachwuchs-Couturier begriffen. Denn wer jahrelang ein Auto der gehobenen Mittelklasse fuhr und plötzlich auf Rolls Royce umsteigt, muss umlernen, dazu lernen und üben. Aber es ist besser, so ein Luxusgefährt langsam anzufahren als gleich mit Schwung in den Graben zu setzen. Haute Couture ist ein Metier, das nicht nur Fantasie, sondern auch Erfahrung und ein Gefühl für Luxus verlangt. Dafür hat es das Privileg, sich ein Frauenideal zu schaffen, das fast immer ein Traumwesen ist und auch nicht unbedingt den Kundinnen entspricht, die bei den Premieren in der ersten Reihe sitzen und die Kreationen ihrer Liebingsschneider beklatschen.

Ein neues Frauenidol à la Brigitte Bardot

Das Traumwesen, das in die neue Sommermode passt, ist nicht nur jung und feminin, sondern von einer sehr irdischen Sinnlichkeit, die die Eleganz manchmal in Bedrängnis bringt. Dieses Luxusgeschöpf braucht mit seinen Reizen nicht zu geizen, zeigt Bein und Busen wie nie zuvor. Röcke, die am Tag noch züchtig das Knie erreichen, klet-

tern am Abend in schwindelerregende Höhen. Freizügige Décolletés sieht man schon an sommerlichen Tageskostümen. Am Abend zeigt die Couture-Frauen die nackte Schulter. Hosen haben in dieser Welt keinen Platz, es sei denn es sind die frechen, handbemalten Catsuits von Christian Lacroix oder die zeitlos klassischen und perfekten Hosenskostüme von Yves Saint Laurent oder Christian Dior.

Karl Lagerfeld hat sich am heftigsten dem neuen Frauenidol verschrieben. Es reichte der Bruch mit seiner Chanel-Muse Inès de la Fressange, die eher zu den herben, eckigen Typen gehört, um Geschmack an runden Formen zu finden. Sein neues Idol ist ein deutsches Mannequin, das von der Stupsnase bis zur kurvenreichen Figur der jungen Brigitte Bardot gleicht. Genauso sind auch die neuen Chanel-Kostüme ausgefallen, mit langen, enganliegenden Tweedjacken, unter denen der Hauch eines Mousseline-Minis hervorschaut. So sexy war Chanel noch nie.



Yves Saint Laurent flirtete nicht mit der BB, sondern mit der Pompadour. In Erinnerung an die Mätresse von Ludwig XV. schuf er freche Ballonrock-Kleider mit den offenherzigsten Décolletés von ganz Paris. Die anderen Pariser Couturiers benutzten vor allem die Drapé-Technik, um ihren neuen Frauentyp zu modellieren. Besonders gut gelang das Emanuel Ungaro, der fast ganz auf Rüschen und Volants verzichtete und Modelle schuf, die die Perfektion von Madame Grès erreichten. Jean-Louis Scherrer brachte von einer Indienreise neue Drapé-Anregungen mit.

Mäntel und Kostüme weich wie Kleider

Ganz im Gegensatz zu den vergangenen Jahren hat die französische Haute Couture zum Sommer 1990 die Tagesmode wieder stärker beachtet. In der Cocktail- und Abendmode ist sie eh konkurrenzlos. Man sah sogar zahlreiche

Mäntel, die sich als wahre Luxus-schöpfungen präsentierten: Kurze Modelle aus Kleiderstoffen wie Seiden-Faille, Organza, Taft und leichtestem Cashmere. Diese neuen Mäntel haben die glockige Swinger-Form oder sind wie Trenchcoats gearbeitet. Saint Laurent machte seinen berühmten Dufflecoat diesmal sogar in Baumwoll-Piqué und transparentem Organza auf. Mäntel, die fast schon Kleider sind.

Kleidhaften Charakter haben auch die neuen Sommerkostüme, die Lagerfeld «robe-tailleur» nennt. Ihre langen Jacken folgen weich der Silhouette, werden mit schmalen oder Pareo-Röcken kombiniert. Eine Ausnahme macht Saint Laurent, der mit einer Serie steifer Baumwollkostüme, deren Jacken eckige Sakkoformen haben, in eine neue Trendrichtung zeigt.

Ein Leitmotiv der neuen Luxus-Sommermode sind Siebenachtel-Längen. Vom Kurzmantel über die figurbetonten Kostümjacken, unter denen nur noch spaltbreit der Rock hervorschaut, bis zu den kunstvoll bestickten Tuniken der Cocktail- und Abendmode sind sie in allen Kollektionen präsent. An Gala-roben bilden Schärpen und lange Schals ein dekoratives Dekor, vor allem wenn sie wie bei Venet zu Riesenschleifen gebunden werden oder wie bei Dior als majestätische Schleppe über den Boden gleiten.

Leichte Stoffe und weiche Farben

Die neue Weiblichkeit verlangt nach leichten, weichen und zärtlichen Stoffen. Mousseline, Organza, Organdy, Taft, Seiden-Chiné, Faille, Gaze und Satin sind die wichtigsten Vertreter des Sommertrends und stammen nicht selten aus den Kollektionen der Schweizer Stoffhersteller, die zu den wichtigsten Lieferanten der Pariser Haute Couture zählen. Auch wenn der glänzende, barocke Stoffluxus abklingt, bleibt immer noch genug Platz für Stickereien, Spitzen und Pailletten.

Die Farbskala bringt neben den eingangs geschilderten Rosentönen am Tag viel reines Weiss und helle Marmor-töne. Perl- und Silbergrau sind Klassiker der Eleganz. Die Grünskala ist mit Khaki, Heu, Moos und Bronze vertreten. Gewürzfarben aus der Braunreihe wie Muskat und Zimt verbreiten Wärme. Eine Sonderrolle spielt Gelb, denn schliesslich ist 1990 das van-Gogh-Jahr.

Seiten 42–45

NAEF NÜESCH AG, FLAWIL

Modernität beweist der Sticker aus Flawil mit einer elfenbeinfarbenen Stickerei aus Polyester, Polyurethan und Rayonne, die wie feinstes Safranleder wirkt. Die Applikationen mit den klaren Blütenmotiven geben dieser Stickerei Plastizität und jungen Charme. Carven arbeitete daraus eine elegante Kostümjacke. Serge Lepage begeisterte sich für die schwarze florale Organza-Stickerei. Grossen Anklang fand der sommerliche Stickerei-Galon aus Organza und Baumwoll-Piqué, der mit seinen eleganten Aronstabblüten das ideale Material für Brautkleider ist. Zu dem Galon gibt es die passende Organza-Grundqualität.

Seiten 46–57

FORSTER WILLI + CO. AG, ST. GALLEN

Organdy, Organza und leichteste Guipure sind die Grundqualitäten, mit denen der St. Galler Nouveauté-Sticker der betont weiblichen Sommermode entgegenkommt. Dem Trend zu partiellen Stickereien wird er mit kostbaren Bordüren gerecht. Dior wählte neben weissen Organdy und Organza für die eleganten Blusen eine Organdy-Stickerei, auf die zusätzlich eine Guipure appliziert wurde. Ricci verarbeitete neben Guipures eine reiche Organza-Stickerei, die von Hand mit Perlen und



Pailletten überstickt ist. Forster Willis Bastspitzen sind eine moderne Legende. Für Scherrers Indien-Look entwickelte er eine elfenbeinfarbene Guipure mit Paisley-Muster, für Chanel eine Korallen-Guipure, und für Claude Montanas erste Lanvin Kollektion eine Baumwoll-Spitze, die wie ein Fischernetz geknüpft ist.

Seiten 58–65

ABRAHAM AG, ZÜRICH

Nouveauté der Saison ist ein Satin-Duchesse-Douppion in wie Perlmutter schimmernden Pastelltönen. Mit kostbaren Seiden-Chinés, die entweder als superleichter Taft oder schwererer Ottoman aufgemacht sind, beweist der Seidenspezialist sein Spitzenniveau. Sein berühmter Gazar erlebt ein Comeback, vor allem in leichter Qualität. Für Saint Laurent wurde als Exklusivität ein Multicolor-Damassé mit Querstreifen in chinesischer Musterung entwickelt. Auf der leichten Stoffwelle liegen die Satin-Chiffons in Uni oder als Imprimé. Eine Kostbarkeit ist der reinseidene Faille mit Satinabseite. Reinseidener Satin, Double-face-Satin, Ottoman und Marocain runden die Seidenpalette ab. Saint Laurent überraschte mit einer Serie weisser Baumwoll-Kostüme, die in schwerem Ottoman, Piqué und Satin-Double-face aufgemacht waren.

Seiten 66–81

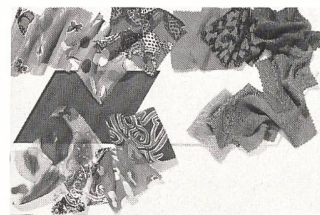
JAKOB SCHLAEPFER + CO. AG, ST. GALLEN

Der Glanz verblasst, nicht aber die Opulenz. Die berühmten Schlaepfer-Pailletten schimmern zum Sommer in zartem Seidenglanz. Jacquards aus feinsten Baumwolle und Lamé, die zusätzlich mit «Diamanten» verziert sind, fanden bei den Pariser Couturiers ein grosses Echo. Avantgardistische Métalique-Optik vermitteln feinste Maschenstoffe in Gold oder Kupfer, die zusätzlich mit Strass verziert sind. Schlaepfers neue Spitzen und Stickereien sind farbenfroh und häufig mit Seidenstoffen unterlegt, die sie besonders für die neuen Tailleurs geeignet machen. Christian Lacroix wählte Seidenspitzen mit Chiffonabseite. Emanuel Ungaro begeisterte sich für die prachtvollen floralen Stickereien auf Spitzen oder Métalique-Tüll, die immer mit Organza-Satin gedoppelt sind. Leuchtende Imprimés auf Seiden-Lamé oder Seiden-Organza erweitern das Haute Couture-Programm.

Pages 82–111

TISSUS ÉTÉ 91 LES RESSOURCES NATURELLES

«Superstar écologique» est le titre d'un des thèmes qui animent la mode de l'été 91. L'escapade écolo est le message de l'ère nouvelle. Rien de moins que l'eau, la terre, la lumière, l'horizon et l'univers doivent servir de sources d'inspiration pour les nouvelles tendances. La mode pille les ressources naturelles. Aucune suite néfaste à craindre de ce genre de pillage. Il accompagne l'actuelle prise de conscience de l'environnement et un goût plus prononcé pour la nature, qui sont les sujets actuels de conversation et des «thermomètres d'ambiance». Depuis deux, voire trois saisons déjà, on clame le naturel; fibres, teintes, structures et dessins des tissus se veulent d'inspiration écologique, les styles se rapprochent de la vie authentique de civilisations primitives. La nature est citée à tout propos, on en abuse aussi, du moins verbalement. Nature est devenu un terme à la mode et publicitairement efficace. Logique donc, que la mode vestimentaire s'en soit emparée. Il est toutefois probable qu'il ne s'agit pas là d'un simple verbiage, d'un terme accrocheur ou d'une manifestation de sensiblerie momentanée. La nature attise le sens des corrélations et d'une économie des forces. L'idée de recyclage s'installe, de la conservation de ce qui existe et qui a fait ses preuves. On ne peut éternellement créer du neuf et en consommer. L'habitude de jeter et remplacer a fait son temps. Ceci concerne les objets autant que les idées, donc la mode aussi allie l'un et l'autre. De plus en plus apparaît dans la mode un doute quant à la fébrilité et l'insatiabilité de notre époque. La tendance accrue aux changements toujours plus rapides destinés à des groupes cibles toujours plus restreints – c'était l'évolution des années passées. Une pensée plus globale est de mise actuellement. Première Vision en est un exemple, avec une palette de couleurs annulant la séparation des sexes, avec la conviction que les courants de l'esprit de l'époque – dont la mode se nourrit et qu'elle exprime – ne font plus de différence entre féminin et masculin. L'approche de la couleur, le choix et les combinaisons peuvent différer, l'idée fondamentale demeure identique. Il n'est pas si erroné que la mode élève des aspects généraux au rang de tendances. «Eaux et mers» désigne une coloration fraîche qui suggère la profondeur et l'infini. «Pierres et terres» est plus proche de la terre et des traditions, exprime une



sensation d'harmonie et de sécurité. «Lumière», c'est la sensualité, la chaleur estivale, le goût des fruits, le parfum des fleurs. Ces trois tendances – réparties et mêlées avec de la sensibilité et un esprit novateur, par leur diversité complémentaire – engendrent un sentiment d'équilibre, ce à quoi l'être humain aspire aujourd'hui même dans le vêtement, plutôt qu'à un attrait visuel momentané.

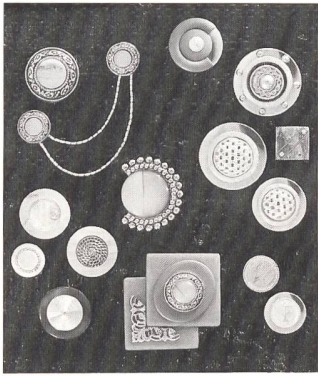
Pages 114/115

AARE AG, SCHINZNACH-BAD

LE BOUTON FORCE L'ATTENTION

La nouvelle collection Aare SA s'harmonise parfaitement avec les tissus actuels. Les teintes de la mer ont inspiré d'intéressantes nuances de bleu – marine profond, aqua, bleu de Prusse ou de Chine, ainsi que des associations opposant clair et foncé. Des éclats métalliques – aluminium et acier – jouent un rôle de premier plan, mais également d'intéressantes réalisations filigranées. La tendance naturelle donne la préférence aux nuances claires, blanc cassé, argent, sable, que l'on retrouve associées au métal ou présentant des contrastes clairs et foncés tout à fait actuels. Une palette animée – corail, rose vif, orange et des tons raffinés de jade – propose des couleurs ensoleillées.

Cette intéressante coloration caractérise les boutons et les accessoires, fermoirs et broches. Ils prennent une importance toujours plus grande – point de mire de la mode – surtout les boutons imposants agrémentés d'intéressants détails et de dessins raffinés et qui conviennent également comme fermoirs à la taille. Les boutons de dimensions moyennes sont très recherchés pour les longues vestes actuelles, avec leurs applications ou incrustations métalliques, leurs éclats irisés ou leurs décorations de pierres. Le strass demeure un thème très actuel et varié. Les boutons plus petits sont réservés aux tenues sport. On remarque surtout



des modèles en bois ou rappelant la corne, partiellement rehaussés d'éclats métalliques. Les nuances cuivre en association avec des tons pastel sont particulièrement intéressantes.

Le principe des associations est présent tout au long de la collection et les matières sont assemblées de manière à augmenter l'intérêt. D'intéressants fermoirs articulés, d'élégants filigranes et d'autres modèles à cordonnets sont dans la ligne actuelle. Des compositions à pois et raies mêlés, dans des formes inconventionnelles, donnent une petite note d'avant-garde.

Pages 118/119

CHRISTIAN FISCHBACHER CO. AG, ST. GALLEN

BAGAGES DE LUXE POUR FEMMES ACTIVES

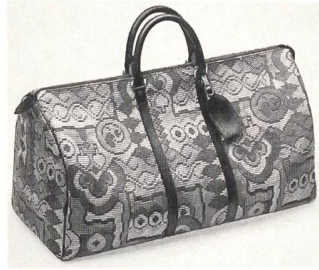
Christian Fischbacher lance un nouveau groupe de produits «Linea Carrier», une collection de bagages de conception et de ligne inédites, destinée avant tout aux exigences de la femme active.

Cependant les hommes sensibles à la mode adopteront également «Linea Carrier», qui allie actualité et fonction de manière idéale.

La collection se compose de huit bagages étudiés jusque dans les moindres détails – du beauty-case au porte-documents, à l'attaché-case et jusqu'au sac de voyage. Un ottoman actuel bordé de cuir ainsi que la conception étudiée de la disposition intérieure leur donne un aspect flatteur pour la femme d'affaires. C'est là d'ailleurs qu'apparaît l'intelligence du concept: extérieur actuel, inconventionnel et esthétique et qui ne sacrifie rien des avantages que doit présenter l'intérieur.

Le porte-document conçu pour les dimensions DIN A4 existe avec ou sans

bretelle. Il est assorti d'une serviette pour séminaires dont la poignée est renforcée de cuir. Le portefeuille reçoit, outre l'argent et les billets de banque, cartes de crédit et billets d'avion dans une disposition pratique et sûre. Le beauty-case propose un compartiment à bijoux séparé et le sac de voyage à double fond est garni d'une doublure lavable; les autres bagages sont doublés de cuir. Les accessoires – étiquette suspendue ou miroir de poche – s'intègrent harmonieusement dans l'ensemble.



Pages 120-133

LINGERIE 90/91

LE NATUREL RETROUVÉ

«New Age», une ère nouvelle commence. Si les années quatre-vingts ont été la décennie de la «jouissance», les sociologues de la mode voient dans les années quatre-vingt-dix le début d'une décennie vouée à la réflexion. Retour aux valeurs éprouvées, nouvelle interiorisation, la vague «verte», tout cela se traduit également dans l'évolution de la mode. Expression d'une nouvelle philosophie de l'existence, d'autres valeurs, elle tente de renouer avec une certaine modestie. Un nouveau naturel prend forme.

La femme actuelle peut être douce et féminine. La souplesse de la silhouette et des tissus est primordiale. La lingerie suit les traces de l'habillement. Le vêtement plus discret et l'allure plus modeste autorisent des dessous imprégnés de fantaisie et teintés d'une note érotique. Un luxe discret joue les contrepoints à cette ostensible discrétion. Certaines pièces de base de la garde-robe font de la lingerie des éléments visibles de la mode. Le soutien-gorge devient point de mire lorsqu'il apparaît au grand jour généreusement brodé – chez Versace – sous un tailleur sport finement rayé ou – chez Dior – dans une version pour le soir et scintillant de mille feux, escortant un pantalon souple en soie. Les tissus mode, les coupes originales et les broderies

confèrent à la lingerie un regain d'intérêt.

Les collections des spécialistes expriment clairement l'influence de la mode actuelle du vêtement sur la lingerie. Romantisme, naturel et charme campagnard ou sensualité et provocation, ou encore un style douillet du genre «cocooning». Naturel et charme campagnard sont présents le jour, avec des chemisettes, garnitures et broderies d'inspiration ostensiblement provençale. En vue de l'été 91, les brodeurs saint-gallois affectionnent le coton pur, utilisent voile, batiste et cambrai ainsi que du fil très fin pour leurs fonds. Rubans et galons, incrustations brodées et broderie anglaise rappellent la fraîche armoire à linge de grand-mère. Tout cela est gracieux, joue avec la tendresse et les trou-trous.

La broderie semble prendre un peu le pas sur la dentelle. Elle est plus subtile, délicate et très féminine. On associe volontiers du tulle brodé et de la batiste ou du satin. Les rubans de broderie chimique – soit avec de délicats ornements floraux soit plus stricts et géométriques, se retrouvent sur les chemisettes, soutien-gorge, tops et slips. Les brodeurs traduisent ce retour aux valeurs d'antan par de la couture plus sophistiquée. Certains vont déjà à la rencontre des confectionneurs en garnissant les rubans brodés de plis ou de galons, en les terminant par des passepoils, facilitant ainsi les finitions. La nouvelle coloration est plus vive. Les classiques, blanc, écru et noir s'associent aux broderies bleues, lilas, jaunes, roses, saumon et gris perle. Les fonds sont souvent blancs.

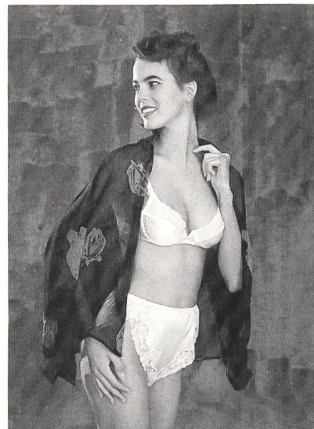
La transparence est toujours plus actuelle. Elle apparaît partout, qu'il s'agisse de dessous séduisants, de bodices à la coupe raffinée, de tops ou d'élégants vêtements de nuit. La séduction s'exprime dans des dentelles et broderies transparentes, souvent élastiques, un mélange raffiné de tissus (satin imprimé et jacquard par

exemple) et dans de nouveaux décors tels certains motifs asymétriques, satins rayés et broderies découpées. Les dessous pratiques sont toujours agrémentés de broderie plus ou moins généreuse.

L'été sera empreint de fantaisie. Les incrustations brodées proposent des dessins calligraphiques ou des oiseaux. De nombreux sujets issus de la nature – la tendance est à la vague verte – ont inspiré les brodeurs. Plages de sable, images aquatiques, coquillages, jusqu'à certains motifs architecturaux espagnols sont à la base de broderies très élaborées. Le noir occupe une place de choix comme fond pour les rubans, les galons, les incrustations et divers motifs. Des nuances bleu-vert profondes, des tons soutenus de violet et de rouge, sans oublier l'écru, dispensent sur du voile, chiffon, tulle et lin une luminosité qui rappelle les Caraïbes.

Pour les puristes de la mode, les spécialistes ont prévu des broderies plus strictes, linéaires. On retrouve des idées glanées dans l'art déco, le classicisme, l'architecture moderne, mais aussi dans l'Antiquité. Noir sur blanc ou beige écru sur noir sont d'un effet très intéressant.

L'idée du «cocoon», du chez-soi confortable et douillet, s'exprime dans les vêtements d'intérieur et pour la nuit. Ensembles nicki nonchalants et décontractés ou juvéniles chemises droites arborent dentelles et broderies aux décolletés arrondis, sur les épaules et les manchettes. Les broderies destinées aux jeunes sont amusantes lorsqu'apparaissent sur les pyjamas ou les ensembles shirt/bermuda des thèmes marins. La lingerie de luxe doit son charme à une séduction toute hollywoodienne – robes de nuit aux décolletés profonds en charmeuse, voile de jersey, satin soie et divers jacquards au riche décor de dentelles idéalisant les attraits de la féminité.



TRANSLATIONS

Pages 34-41

PARISIAN HAUTE COUTURE, SPRING/SUMMER 90

L'AVENIR EN ROSE

Parisian haute couture looks forward to rosy times — moreover, in many ways. Rose red is the trendy colour for the 1990 summer season, ranging over a wide spectrum from the delicate shades of the tea-rose, through rosewood and the light, soft shades of the old strains of roses, to glowing pink.

Future prospects for Parisian luxury fashion are also rosy. Its survival is no longer painted in pessimistic tones, since the fears of the up-and-coming talent appear to be banished. The generation change, which until a short time ago still gave rise to gloomy prognoses, is in full swing.

Luxury is on the up. Increases in turnover for top class consumer goods have reached two-digit figures. The fresh wind blowing from the east will strengthen this buoyancy still further. The newly awakened consumer appetite of the socialist people will not in the long run be satisfied only with jeans and bananas. They are hungry for beautiful things. Production of luxuries, with fashion at the peak, is now sound stock which is heavily backed. It provides many couturiers with resources of a sort that the ready-made clothes designers cannot even dream of.

No wonder they are now being drawn into haute couture. There they can revel in materials which would shatter any calculation plan in the ready-made sector. The opening of the workshop doors opens up for them a world in which the time cost factor does not count — only the result. The almost anachronistic world of artistic craftsmanship, where art still comes from skill and there is a love of the trade. This has captured a good many young designers for haute couture; others are following closely.

Newcomers versus the Establishment

Since half a year ago when Gianfranco Ferré at Christian Dior and Angelo Tarlazzi at Guy Laroche took over the helm, there are two newcomers this season. Claude Montana has taken over the creation of the haute couture collections at Jeanne Lanvin, the oldest of the active Parisian couture houses. Ted Lapidus has found a likely successor in his son Olivier. In addition, further strengthening has come from Milan. Gianni Versace, who has for some time experimented with high-

value mass production, has, like his countryman Valentino, sought the surroundings of Parisian luxury fashion in order to have his talent as a couturier confirmed. He gave a spectacular show at the Ritz Hotel, which was pop-style-young and very glitzy.



Despite the newcomers to the illustrious world of haute couture, a young revolution did not take place. It was not the youngsters, but the "oldies" who showed the best collections for summer 1990. And the old avant-gardist Paco Rabanne receives the "golden D". The "older established designers" such as Yves Saint Laurent, Karl Lagerfeld for Chanel, Jean-Louis Scherrer, Emanuel Ungaro, Hubert de Givenchy and Gérard Pipart for Nina Ricci proved their superiority. Christian Lacroix, who introduced the rejuvenation of Parisian haute couture, has in the meantime also joined the establishment. The "young savage" has set his stormy, impulsive period behind him, and given up impetuous mixtures of style and patterns in favour of sound couturier's art, but without giving up his young ideas.

Luxury and Artistic Craftsmanship

Haute couture is certainly rather more than just the much-quoted advertising of perfumes, accessories and licences, by which the top Paris couturiers make their main turnover. In the age of laser beams and computers it is the last bastion of fashion — artistic craftsmanship — a luxury in itself. "Le vrai luxe exige le vrai matériau et le vrai travail artisanal", believed Christian Dior. No up-and-coming couturier has yet realised this. After all, anyone who for many years has driven a car of the upper medium quality range and then suddenly changes to a Rolls Royce has to re-learn, learn again and practice.

But it is better to start off slowly in such a luxury vehicle rather than go crashing straight into the ditch. Haute couture is a métier which demands not only improvisation, but also experience and a feeling for luxury. For this it has the privilege of providing itself with an ideal woman, who is practically always a dreamlike creature, who moreover in no way resembles the customers who sit in the front row of the premières and applaud the creations of their favourite couturiers.

A new Female Idol à la Brigitte Bardot

The dream creature who fits in with the new summer fashion scene is not only young and feminine, but has a very worldly sensuality which sometimes pushes elegance a bit far. This luxury creature does not need to be sparing with her female charms; she shows her legs and breasts as never before. Skirts which during the day still reach demurely down to the knee, rise to dizzy heights in the evening. Permissive décolletés are even seen on daytime summer outfits. In the evening the couture woman happily shows off her naked shoulders. Trousers have no place in this world, with the exception of the cheeky, hand-painted catsuits of Christian Lacroix or the timeless classical, perfect trouser suits of Yves Saint Laurent or Christian Dior.

Karl Lagerfeld has the most strongly devoted himself to the new female idol. The break with his Chanel must, Inès de la Fressange, who is more the austere, angular type, was enough for him to acquire a taste for rounded forms. His new idol is a German mannequin, who from her snub nose to her curvaceous figure resembles the young Brigitte Bardot. The new Chanel suits have also turned out the same, with long, close-fitting tweed jackets below which the swish of a mousseline mini is seen. Chanel has never been so sexy.

Yves Saint Laurent did not flirt with BB, but with Pompadour. In memory of the mistress of Louis XV, he has created balloon-skirted dresses with the most open-hearted décolletés of the whole of Paris. The other Paris couturiers have mainly used the drapé technique to model their new typical woman. This was particularly successful at Emanuel Ungaro, who practically completely gave up frills and flounces and created models attaining the perfection of Madame Grès. Jean-Louis Scherrer brought back new drapé impulses from an Indian journey.

Coats and Suits as Soft as Dresses

Quite the opposite from recent years, French haute couture has again paid greater attention to daytime fashion for

the summer of 1990. It is of course unrivalled in cocktail and evening fashions. Many coats were seen presented as true luxury creations: short models made of dress materials such as silk faille, organza, taffeta and lightest cashmere. These new coats are bell-shaped and swinging or else they are fashioned like trench coats. Saint Laurent this time even made up his famous duffle coat in cotton piqué and transparent organza. Coats which are almost dresses.

The new summer suits also have a dress-like character; Lagerfeld calls them "suit dresses". Their long jackets cling softly to the silhouette and are combined with slender or pareo skirts. Saint Laurent is an exception showing a new trend direction with a series of stiff cotton suits with angular, lounge suit shaped jackets.

Seven-eight lengths are a key-note of the new luxury summer fashion. From short coats through figure-hugging suit jackets, below which only a narrow strip of skirt is seen, to the artistically embroidered tunics of cocktail and evening fashions, they are present in all the collections. Sashes and long scarves from a decorative feature on gala dresses, especially when as at Venet they are associated with giant stripes or as at Dior when they slide across the floor as a majestic train.

Light Materials and Soft Colours

The new femininity demands light, soft, delicate materials. Mousseline, organza, organdy, taffeta, figured silk, faille, gauze and satin are the most important representatives of the summer trend and not infrequently they originate from the collections of the Swiss material manufacturers, who are amongst the largest suppliers of Parisian haute couture. Even when the glittering, baroque luxury material fades away, there is still room enough for embroidery, lace and sequins.

The colour spectrum, besides the rose shades mentioned above, brings much pure white and light marble shades to daytime fashion. Pearl-grey and silver-grey are elegant classics. The green spectrum is represented by khaki, hay, moss and bronze. Spicy colours from the brown range such as nutmeg and cinnamon spread warmth. Yellow has a special role to play, because after all, 1990 is the year of Van Gogh.

MATERIALS FOR SUMMER 91

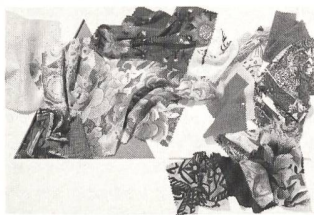
NATURAL RESOURCES

"Ecology superstar" is one of the many inspirational mottos of fashion for summer 91. The eco-trip is the message of the New Age. Nothing less than water, earth, light, horizon and universe must serve as sources of inspiration for the new trend. Fashion pillages the natural resources.

Certainly the pillaging has no bad effects. It is associated with the actuality of increasing consciousness of the environment and turning to Nature, which in turn are trendy as topics of conversation and frames of mind. The new naturalness has already been proclaimed for two or three seasons now. Fibres and colours, structures and designs of materials are given connections with ecological tastes, and styling trends are based on authentic life forms of primitive cultures. Nature is invoked for this and that and is exhausted, at least verbally.

Nature has become an effective advertising fashion word. It is only logical that clothes fashion should also use it. It is also probable, however, that it is not just an empty shell of a word, that more than just a current gimmick or a sentimental feeling lies behind it. The instinct for associations and energy saving is heightened by Nature. The idea of recycling is becoming established, conservation of the environment with tried and existing things. It is not always possible to get and use something new. The throw-away mentality has had its day. This applies to things just as much as ideas. Therefore also to fashion, which combines the one with the other.

Doubt of the sense of the hectic and insatiable comes noticeably to the fore in fashion. More and more trends in more and more rapid succession for smaller and smaller target groups – that was the development of past years. Now, more global thinking is required. Crossing of frontiers is indicated. Première Vision has brought this to the fore with a colour chart produced with no division of the sexes, in the conviction that the trends of the so-called spirit of the age, on which fashion is based and which formulates fashion, allow no other type of female or male progress to be recognised. Although the handling of colours, the choice and combination of them may appear otherwise, the basic feeling is the same. Nevertheless, it is by no means so out of place that fashion should declare com-



prehensive aspects of trends. "Waters and seas" – that is a cool colour mood, suggesting depths and infinity. "Stones and earths" is rooted in the soil and the earth, and conveys feelings of security and harmony. "Light" is sensuous, spreads summer warmth, the taste of fruit and the fragrance of flowers. These three trends taken together – and divided and mixed with tact and a spirit of innovation – convey in their mutually complementary shades of mood, feelings of balance and wellbeing, which people nowadays also look for in their clothes – more than the optical stimulation of the moment.

AARE AG, SCHINZNACH-BAD

ATTENTION TO BUTTONS

Aare AG has synchronized its new collection colour-wise with current material themes. For sea colours, interesting shades of blue such as dark navy, aqua, prussian and china blue were used in light-dark contrasts. In addition, metallic effects like aluminium and steel play an important role, as well as very beautiful filigrees. The natural trend gives preference to light shades such as off-white, silver-grey and sandy-beige, which also show the new direction in association with metallic effects or light-dark accents. A lively palette including coral red, pink, orange and clever combinations of jade green covers the brilliant sun colours.

Buttons and accessories such as clasps and brooches are coordinated with this interesting colourfulness. As large buttons they are more and more becoming fashion eye-catchers, with clever details and of costly design, and they are therefore also suitable as fasteners for bodices. The medium-sized buttons are mainly used for fashionable, long jackets and have metal tops or inserts, mother-of-pearl shimmer or glass jewel decorations. Paste still continues to be a fashion theme rich in variants. The smaller buttons are reserved for the sports area. Here above all material

similar to wood or horn is found, partly up-valued with metallic effects. Copper tones associated with pastel colours are very interesting.

The combination idea clearly pervades the collection and receives additional emphasis by combinations of material. Interesting fastenings such as small bar links, elegant filigree decorations and string and toggle fastenings are synchronized to the new fashion line. A rather avant-garde effect is achieved with black/white patterns of spots and stripes in unusual shapes.

CHRISTIAN FISCHBACHER CO. AG, ST. GALLEN

LUXURY LUGGAGE FOR CAREER WOMEN

With his "Linea Carriera", a very independently designed and formulated collection of luggage, Christian Fischbacher launches a new group of products, especially tailored to the requirements of the successful woman. However, fashion conscious men will also identify with "Linea Carriera", because functionality and fashion are ideal compliments to each other.

The collection consists of eight pieces of luggage, carefully thought out down to the last detail – from the beauty case, through the document portfolio, to the attaché case and the travel bag. A fashionable ottoman material in a well balanced colour combination, edged with leather, meets the demands of the businesswoman, and also clearly reveals the "inner life" of the products. This precisely reflects the female feeling for choosing an outside appearance which is fashionable, unusual and attractive which at the same time combines internal advantages.

The document portfolio for DIN A4 size comes with or without shoulder strap. It is complemented by a seminar portfolio which is reinforced with leather on the gripping point. The portfolio comfortably and safely accommodates credit cards and plane tickets in addition to coins and bank notes. The beauty case with separate jewellery compartment and the travel bag with removable base come with washable interior lining. All the other items of luggage are leather lined. Extras such as labels and hand mirrors fit harmoniously into the fittings for them.

LINGERIE 90/91

NEW NATURALNESS

The much-quoted "New Age" – a new era – has dawned. If in the 80s one talked about the decade of pleasure, then the 90s will be analysed by fashion sociologists as the decade of sense. The thinking back to old values, a new intensification, the eco-wave, all also have their effects on the development of fashion. Fashion as the expression of a changed feeling for life and a change of values is again reflected in a studied simplicity. The way is opening up for a new naturalness. The new woman can be gentle and feminine.

Softness of silhouette and materials plays a key role. In this respect, lingerie follows in the tracks of ladies outerwear. If the outside casing is also simpler, the appearance more discreet, then what lies beneath may be completely fanciful, even a little erotic. Hidden luxury is the counterpoint to the simplicity on display. Simple basic items of the wardrobe now also include underclothing in the fashion scene. For instance, in the meantime the brassiere has become an eye-catcher, especially when as at Versace it is worn lavishly embroidered under a pin-striped sporting trouser suit, or at Dior, when it is used, decorated with glitter, to complement a pair of soft silk trousers. Altogether, the complete underwear scene has become more interesting due to the use of more fashionable materials, more fanciful cuts and embroidery.

The new collections by the lingerie specialists clearly show that the tie-up with current fashion themes of women's outerwear has released impulses which extend to the romantic with rustic charm and naturalness, a seductive, glamorous style and the cuddly style, viz. The "cocooning" wave. Naturalness and rustic charm above all characteristic daytime underwear, with camisoles, vests and undie sets on which the embroidery has obviously taken its inspiration from the bright atmosphere of Provence. For summer 1991 the St. Gallen embroiderers are again banking more on pure cotton and using voile, batiste, cambric and fine linen as the background. Ribbons and braids and broderie anglaise embroidery inserts are also reminiscent of the clean laundry in grandmother's underwear drawer. They are either more playful in appearance, or have large openwork effects.

For the new season, embroidery again appears more to the fore as compared with lace. It generally has a subtler, finer effect, very feminine. Embroidered

tulle is combined with batiste or satin. Etched ribbons, either decorated with dainty floral or stronger, geometric designs, are used as decoration for vests, brassieres, tops and briefs. Thinking back to old values also means rather more sewing work for the embroidery firms. For instance, some pioneers amongst them are already reducing the dressmakers' work, by providing embroidered ribbons and braids with little pleats and piped ends, so that it is no longer necessary to finish off edges. The mood for more colour is new. In addition to classical white, ecru and black, embroidery may also be presented in delicate shades of blue, lilac, yellow, rose and salmon pink, with white and pearl grey frequently forming the background.



Based on present-day fashion themes, transparency has become even more important. It appears in all lines, irrespective of whether it is seductive underwear, cleverly cut bodies and tops or elegant nightwear. The glamorous style thrives on the change to more transparent — in some cases — elastic embroidery and lace, to a more refined mixture of materials (such as finely printed satins and jacquards) and new decorative effects. Sophisticated styles show, amongst other things, asymmetrically applied motifs such as embroidered satin strips with spachtel lace. For functional undie sets also, finely to richly decorated tulle embroidery still continues to be seen.

For summer the scene can be fanciful. Calligraphic effects on embroidered inserts are combined with bird motifs. Generally now in view of the eco-movement, many forms from nature have served as the source of inspiration to the embroiderers. Structures from the sandy beach, water effects, shell shapes, even Spanish architectural designs, have been skilfully included in

the embroidery. Black here plays an important fashion role as the background colour for ribbons, braids, inserts and motifs, on which deep bluish-green, rich violet and red shades as well as ecru spread an almost Caribbean luminosity on voile, chiffon, tulle and fine linen.

The specialists are meeting the purism in fashion with stronger, linear embroidery. Here, a resort to art deco, classicism, modern architecture and classical antiquity are unmistakable, and black on white or natural beige on black are extremely attractive.

The return to comfortable home wear, "cocooning", has left its mark in nightwear and homewear. Informal, comfortable nicki-suits or girlishly simple long shirts show plenty of lace and embroidery, for example on round yokes, shoulders and cuffs. There are clever embroidered motifs for youngsters; amusing when marine themes are carried out on pyjamas or shirt-and-bermuda-shorts sets. In the de luxe lingerie ranges, Hollywood glamour incorporates seductive femininity in deep-decollees nightdresses made of charmeuse, jersey-voile, silk satins and jacquards with rich lace decoration.

Modische Feingewebe und Stickereien;
Spezialist für Abendhemden

Tissus fins et broderies mode;
le spécialiste pour chemises de gala

Fashionable fine fabrics and embroideries;
specialists in evening shirts

**EUGSTER +
HUBER TEXTIL AG**

Mooswiesstrasse 68
CH-9202 Gossau/St. Gallen
Schweiz

Besuchen Sie uns
an der Interstoff,
Stand 4.1 F 45

Telefon 071/85 85 81
Telex 883 833 eht ch
Telefax 071/85 71 70

„ 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 981 549, Telefax 064 / 41 40 72