

## TEHNOLOGIA DE PRELUCRARE A PRODUSELOR VESTIMENTARE DOUBLE FACED ÎN SEGMENTUL DE LUXE

Iulia TOMA

Departamentul Design și Tehnologii în Textile , grupa DDP-211M, Facultatea de Design, Universitatea Tehnică a Moldovei, Chișinău, Republica Moldova

\*Autorul corespondent: Iulia TOMA, e-mail: [iulia.toma@mctt.utm.md](mailto:iulia.toma@mctt.utm.md)

**Coordonator științific:** Angela SCRIPCENCO, conf.univ., dr., Departamentul Design și Tehnologii în Textile , Facultatea de Design, Universitatea Tehnică a Moldovei

**Rezumat.** Scopul cercetării este de a identifica tehnici și tehnologii de prelucrare a produselor vestimentare din țesătură dublu față, caracteristice segmentului de Luxe în colecțiile de branduri mondiale de îmbrăcăminte de modă. Studiul tendințelor modei în segmentul de Luxe permite identificarea trendurilor de dezvoltare industriei de modă în segmentul mass market, deoarece inovațiile în industria modei au trend stabilit din segmentul de Luxe sau Premium către mass market.

**Cuvinte cheie:** produse vestimentare, double faced, țesături dublu față, tehnologia de confecționare, segmentul de Luxe.

### Introducere

Creșterea consumului de bunuri de lux din ultimii ani stârnește interesul pentru studiul acestui segment al industriei modei. Bunurile de lux sunt indicatori de stare ale purtătorului. Ele arată statutul unei persoane, astfel încât să poată comunica cu încredere în înalta societate. Purtarea articolelor de lux este o modalitate non-verbală de a arăta tuturor reușitele personale. Bunurile de lux sunt pentru cei care trăiesc într-un mediu exclusivist și, de fapt, îmbrăcăminte face parte din limbajul lor secret.

Este necesar să se prevadă o definiție clară a conceptului de produs de lux, în special îmbrăcăminte de lux, pentru a distinge funcțiile caracteristice, studia și dezvolta principiile de formare și dezvoltare a acestui segment al industriei de modă, care este deosebit de relevantă în condițiile industriei moderne de modă.

### Caracteristica segmentului de Luxe în industria modei

Un brand de lux este un brand care se caracterizează printr-un nivel ridicat de calitate, exclusivitate și etichete de preț ridicat. Brandurile de lux, pe de altă parte, nu caută să servească masele și nici nu doresc ca produsele lor să fie ușor accesibile, chiar și la prețuri ridicate. Deficitul este esențial atunci când vine vorba de marketingul de lux, iar acest lucru îl face aspirațional în primul rând.

Nu bogații sunt cei care alimentează sectorul de lux, ci oamenii sunt cei care aspiră să aparțină acestui segment. Și astfel, un brand care vrea să reușească să fie un brand de lux, trebuie să mențină un nivel ridicat de exclusivitate și deficit, pe lângă alte caracteristici. Caracteristicile brandurilor de lux includ: Măiestrie, Moștenire, Sofisticare, Creativitate, Performanță superioară.

Oamenii confundă între brandurile de Luxe și brandurile Premium sau presupun că sunt la fel. Principala diferență dintre brandurile de Luxe și brandurile Premium este în audiența pe care o vizează. Brandurile Premium se adresează unui public numeros, practic oricine are nevoie de produsul său și este dispus să plătească pentru calitatea înaltă.

Brandurile de Luxe nu caută să atragă pe toată lumea și vor să rămână exclusive, așa că își stabilesc prețurile la un nivel prohibitiv de ridicat, chiar dacă nu se traduce neapărat într-o calitate mult mai mare decât cea Premium.

Produse vestimentare din segmentul de Luxe deseori au caracter inovativ în sine, demonstrat prin materiale textile noi sau de înaltă performanță, tehnologii de confecționare sau finisaje speciale exclusive. Analizând piața produselor de Luxe în special branduri renumite, se constată apariția produselor vestimentare de sortimentul îmbrăcăminte exterioare, cum sunt jachete, sacouri, demiuri, fabricate ca produs uni strat. Astea sunt realizate din țesătura cu fața dublă sau Double faced, care în sine reprezintă un produs inovativ, precum și prelucrarea acestei țesături este unică și specifică doar în cazul dat ci nu poate fi aplicată pentru țesături obișnuite.

### Țesătura cu două fețe (double faced)

Cum zicea Coco Chanel «Luxul este atunci când interiorul este atât de frumos ca exteriorul» [30]. Aceasta e caracteristic produselor din țesătură cu fața dublă, pentru ca sunt impecabile din două părți fața și dosul produsului, care pot fi purtate la fel pe ambele părți. Scopul acestei lucrări este prezentarea tehnologiilor specifice de confecționare a produselor double-face.

Țesătura cu fața dublă este un material constituit de două straturi unite cu două fețe identice, țesute împreună pe războaie special conceput (fig.1). Pentru a prelucra sau asambla marginile (fig. 2), un croitor desface țesătura, de stratifice la o adâncimea de 10 mm, întoarce cele două margini spre interior și assemblează. Aceste margini întoarse sunt apoi cusute manual pentru a crea cusături invizibile în jurul perimetrului îmbrăcăminte. Țesătura cu două fețe permite crearea de haine care nu necesită căptușeală. Articolele rezultate sunt ușoare, elastice și excepțional de confortabile.



Figura 1. Țesătura cu două fețe pentru produse “Double faced”

### Schema de prelucrarea reperelor

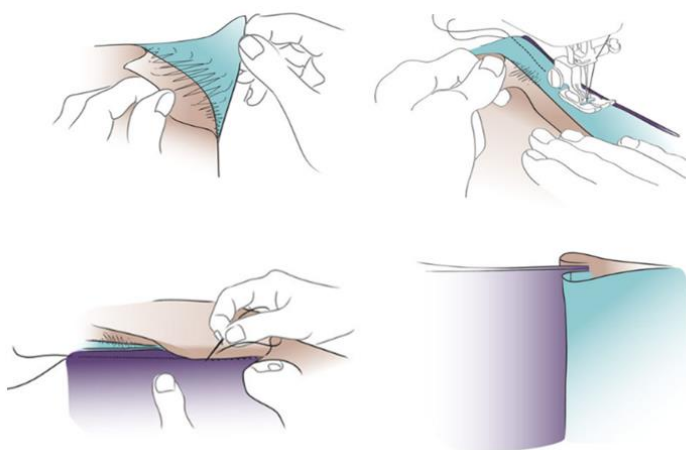


Figura 2. Prelucrarea țesăturilor double face

Lucrul cu țesături cu două fețe necesită tehnici speciale de cusătură și finisare. În această lucrare, vom demonstra pașii implicați în pregătirea și apoi coaserea unei cusături pe țesătură cu două fețe.

### Tehnologia de realizare a cusăturilor pe țesături cu față dublă

Țesăturile cu față dublă, în funcție de fibrele conținute, diferă foarte mult ca și grosime și aspect. În principiu, indiferent de produsul confecționat, aceste țesături trebuie desfăcute pentru a putea fi executate cusăturile de îmbinare. În trecut, atunci când s-a început producerea hainelor double-face, aceasta operație era executată de către operator manual, cu ajutorul unui foarfece, ceea ce necesita foarte mult timp. Odată cu dezvoltarea tehnologiei au apărut mașini speciale sau dispozitive pentru de stratificarea marginii țesăturii, ceea ce simplifică prelucrarea, dar operația de coasere manuală în final pentru închiderea cusăturii a rămas, adăugând farmecul acest tip de produse cu ponderea considerabilă de hand made, ceea ce aduce plus valoare produsului finit.

Pași de prelucrare a țesăturilor dublu față sunt prezentate pe figura 3, având ca bază cusătura de asamblare cu descălcarea rezervelor și închiderea acestora cu stratul dublu al țesăturii.



a) Desfacerea manuală a marginilor reperelor



b) Aplicarea tighelului limitator la distanța 10 mm de la marginea și desfacerea manuală a reperelor.



c) Asamblarea a două reperi doar pe un strat



d) Descălcarea rezervele, și rihtuire



e) Plierea marginilor libere și prinderea în bolduri, ascunzând cusătura descălcată.



f) Coaserea manuală a rezervelor se face cu ajutorul unui ac și a unei ațe foarte subțiri.

**Figura 3. Prelucrarea cusăturii de asamblare pe țesătura double face**

### **Concluzii**

Conceptul de "de Luxe" în industria modei este analizat în lucrare sub aspectul identificării caracteristicilor distinctive ale bunurilor de lux din bunuri în mass market cu scopul de a stabili trenduri în dezvoltarea industriei de modă. Este evident că inovațiile în tehnologiile de confecționare a produselor vestimentare apar preponderent din acest segment al pieței deoarece companiile cu branduri renumite investesc activ în inovații pentru a obține avantaje concurențiale pe piața de desfacere. Ulterior aceste inovații va difuza din segmental de Luxe în categoria produselor pentru mass market, ceea ce facilitează diversificarea produselor vestimentare de larg consum, apariția produselor de înaltă calitate cu avantajele competitive esențiale. În urma acestui proces normal și viabil de transferul tehnologiilor inovative câștigă consumătorul, care este punctul de focus pentru producătorii produselor vestimentare.

### Referințe

1. TOMA, Iulia. Tendințe actuale în tehnologia de prelucrare a produselor vestimentare de categoria de lux în industria modei: tez. de master: Programul de studiu: Design și Dezvoltare de Produs. Cond. șt. Angela SCRIPCENCO, 2023, UTM.
2. Dubois, B. & Paternaut, C. (1995). Observations: Understanding the World of International Luxury Brands: The «Dream Formula». *Journal of Advertising Research*, 35(4), p. 69–76
3. Alison Smith. *Dressmaking*, London-NY, 2012, -322 p.
4. Claire B. Shaeffer. *Couture sewing. Tailoring Techniques*. NY, 2013
5. SCRIPCENCO, A.; URUSU, E. Tehnologia confecțiilor: Indicații metodice pentru proiectul de an – Chișinău: Tehnica - UTM, 2015. – 46 p. ISBN 978-9975-45-389-9.
6. Vergina, A. Struktura feshn-rynka. Kakuyu odezhdu my pokupaem? Retrieved from <https://godress.com.ua/article/struktura-feshn-ryinka-kakuyu-odezhdu-myi-pokupaem.html>
7. Струмінська, Т.; Скрипченко, А.; Зименко, І. Особливості дизайн-проектування колекції жіночих коктейльних суконь // Актуальні проблеми сучасного дизайну: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (23.04. 2020 р., м. Київ): В 2-х т. –Т.1.,р.330-333–Київ: КНУТД, 2020. Disponibil: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/16072/1>
8. Fashion Embroidery Design. Retrieved from <https://www.instagram.com/embroidery.book/>
9. <https://fw-daily.com/legendarnyie-tsitatyi-o-mode-ot-velikih-dizaynerov/>
10. <https://eu.akris.com/blogs/inspiration/technique-combined-with-technology>