



STYLE

Trends

Trends Style (nl)

Date : 07/09/2017
Page : 22-24
Periodicity : Bi-monthly
Journalist : Herremans, Ben

Circulation : 30000
Audience : 0
Size : 909 cm²
Advertising value equivalency : 12726,00 €

EYECATCHERS

Ook op zijn eyewear drukt **SALVATORE FERRAGAMO** de stempel van zijn DNA. Oversized geometrische vormen, sterke kleuren (paars, groen, roze, blauw) in combinatie met zwart en wit, een mix van nieuwe materialen. Voor het merk zijn brillen kenmerkende accessoires: ze mogen gezien worden. www.ferragamo.com



MAATWERK

Met zijn knowhow en de originaliteit van zijn creaties in maatwerk en half maatwerk zorgde **GUILLAUME CHARTIER** in enkele jaren tijd voor een golf van vernieuwing in de mannen-garderobe. Hij beschouwt elk kledingstuk als een unieke ervaring en koppelt deze uniciteit aan elegantie. Het maatwerk wordt uitsluitend in Europa gerealiseerd. www.gchartier.com/la-maison

SPECIAL ISSUE

COOL IN THE COLD

LET'S HAVE A look

SAMENSTELLING
BEN HERREMANS



VRIENDEN EN HELDEN

De dynamische cultuur van het New York uit het recente verleden – seventies, eighties, early nineties – dat is de excursie die **LOUIS VUITTON** maakt voor zijn herfst-wintercollectie 2017. "Het is zowel uptown als downtown", zegt artistiek directeur Kim Jones. "Artiesten en muzikanten, vrienden en helden." De collectie is een ode aan de verschillende stijlen die co-existeren in The Big Apple. www.louisvuitton.com

VAN RUBENS TOT NU

De winter van het Belgische herenlabel **ANTWRP** hult zich in warme wijntinten, kaki, blauwen en grijstonen en zwart. De sfeer balanceert tussen de experimentele mix van de eighties en de elegantie van gentlemen van toen tot nu. Van de stijlvolle mannen uit de epoche van Rubens tot de trendy loftbewoners van het huidige Antwerpen. Stijl is nu eenmaal van alle tijden. Het universum van Antwrp breidt uit met bags, petten, sjaals, mutsen en koffiemokken. www.antwrp.be



STIJLVOL STOER

Op een andere plaats in dit magazine komt u hem nog eens tegen: Bill Barberis is een van de 20 genomineerden voor Trends Style Best Dressed Man 2007. Hier schittert de acteur in een rol als model voor **TERRE BLEUE**. De herencollectie van het label oogt een tikje ruig maar tegelijk klassevol en casual chic. Er zijn drie lijnen. Artistic Minds zweert bij prints, New Makers combineert sportief met casual, Collector is klassiek maar dan anders. www.terrebleue.com



AMSTERDAM IS OVERAL

De beelden voor de nieuwe campagne van het Nederlandse merk **SCOTCH & SODA** werden – door de Zweedse fotografe Elisabeth Toll – geschoten in Amsterdam. Maar niet in Amsterdam, Nederland. Wel bij de bevroren fjorden aan de besneeuwde bergen van Amsterdamøya, een eiland van de Noorse Svalbard-archipel. Het merk maakte deze reis van 3.111 km (en van 41 uren) om duidelijk te maken dat Amsterdam overal is waar je wil dat Amsterdam is. www.scotch-soda.com

SPECIAL ISSUE

VOOR DE MODERNE BOYSCOUT

Voor herfst/winter 2017/18 brengt **CAMEL ACTIVE** een moderne interpretatie van jager- en rangeroutfits en militaire looks, aangevuld met invloeden van workwear uit de fifties en boyscoutdetails. Er wordt verrassend omgesprongen met speciale coatings en vernieuwende materiaalkeuzes, allemaal afgestemd op functionaliteit: van waterdichte jassen over isolerende truien tot handschoenen met geïntegreerde touchscreenfunctie. www.camelactive.de



REDEFINED REALISM

De nieuwe man van **STRELLSON** herdefinieert zichzelf in termen van duidelijkheid en bruikbaarheid. Hij focust op het essentiële en creëert op die manier een innovatief realisme op basis van contrasten, waarbij hij tradities naar de toekomst vertaalt. En zo vindt de man zichzelf opnieuw uit – en geen seconde te vroeg eigenlijk. www.strellson.com



VAN TOP TOT TAS

Brand awareness (merkbekendheid) is bij **MONTBLANC** geen ijdel begrip. Het merk bewaakt zijn DNA zoals een kloek haar kuikens. Consequentie is daarbij een deugd, en zo integreert Montblanc vaak het getal 4810 in zijn storytelling en naamgeving. 4810 is, in meter uitgedrukt, de hoogte van de berg waarnaar het merk is genoemd. 4810 Westside is de nieuwe collectie lederwaren: klare lijnen, elegante silhouetten, verbeterde functionaliteit. www.montblanc.com

PAK VOOR MAAGDEN

Dominique Vindevogel van **BUTCH TAILORS** initieert 'suit virgins': je eerste pak. "Een eerste pak kopen is een emotionele daad", vindt Vindevogel. "Nog te veel wordt een pak gezien als iets dat een man verplicht moet dragen om te gaan werken." Voor een eerste pak raadt hij blauw aan. www.butchtailors.com



EEN STREEPJE SCHOEN

Wie durft nog te beweren dat strepen vervelend en saai zijn? Geef een dandy look – met een hoek ervanaf – aan je wintergarderobe met deze schoenen van **FLORIS VAN BOMMEL**. En als je dan toch aan het durven bent, waarom durf je dan niet door, suggereert Floris. Ga voor groen! www.florisvanbommel.com



HET AMERIKAANSE ALTERNATIEF

1. Twisted trad = traditioneel met een twist. 2. Unplugged = oorspronkelijk van kleur. 3. Off the grid = out of the box. Dat zijn de drie kenmerken van de herfst-wintercollectie die **TOMMY HILFIGER** presenteert als The American Alternative. Slim bedacht, nu de Amerikaanse president zoveel argwaan oproept. Maar in zijn kleurenkeuze – rood-blauw-wit – blijft het merk wel door en door Amerikaans. www.tommy.com