

THE MENLOOK TRIBUNE

SPÉCIAL NOËL

LE GUIDE ULTIME

HIVER/WINTER 2016

FRANÇAIS & ENGLISH

#MENAFTERALL



M.STUDIO
PARIS

EN EXCLUSIVITÉ
SUR MENLOOK.COM

EASTPAK®

#ADDTHESTORY



Jours heureux. La magie de Noël! Elle commence bien avant la bonne pioche au pied du sapin. L'invariable compte à rebours dans la chasse aux cadeaux s'enclenche dès la fin novembre... pour se terminer dans l'urgence, parce que, invariablement, vous séchez. Une bonne dizaine à table, c'est dix attentions différentes, dix envies et styles qu'il va falloir pointer sans se tromper.

Parce qu'on est tous logés à la même enseigne, on est dix fois plus motivés chez Menlook à vous boucler cette année un guide qui va changer la donne. Et faire d'une corvée un vrai conte de Noël. Avec 36 pages d'idées bien senties, de pièces trendy et pas gadget, de chic, d'allure ou de casual pour lui, pour elle. Et si ça ne suffit pas, Menlook a mobilisé ses stylistes de «*My Personal Shopper*», son service de shopping personnalisé inauguré en juin 2016. Sur un simple coup de fil, on peut même déléguer à nos experts mode la quête de la pièce juste. En décrivant la personne, le style et les critères souhaités. Allez souriez, la vraie destination cadeaux cette année, c'est ici : menlook.com. Sans jet lag et pour tous les budgets.

PAR MARC MENASÉ

CEO, Menlook.com

édito.

'Tis the season. Christmas fever is upon us again. But we've got something that will change the feeling that always comes over us when unwrapping presents.

Beginning with the countdown that kicks off at the end of November and ending in panic when you realize that a dozen guests at your Christmas table means twelve different tastes and styles to choose for – with no mistakes allowed.

Because we're all in this together, Menlook is a dozen times more inspired to wrap up our own guide for you. It's guaranteed to be a game-changer, and will turn what can be a year-end nightmare into a holiday fairy tale. It's got 36 pages of well-chosen ideas, trendy but not gimmicky items. And if that isn't enough, Menlook has mobilized its stylists from "My Personal Shopper," our custom-shopping service inaugurated in June 2016. With a simple phone call, you can delegate the task of finding the perfect gift to our fashion experts. Just describe the person, style and other criteria.

So smile. The real gift destination this year is right here at menlook.com. It's a good fit for all budgets, and there's no jet lag.

THE
NORTH
FACE

DEFY WEATHER
WHEREVER



• Défier les tempêtes, n'importe où. Explorer sans cesse.
© Tim Kemple

THERMOBALL™
powered by PRIMALOFT

Chaleur ultralégère
pour toutes les activités

NEVER STOP EXPLORING™

EN COUVERTURE, blouson col fourrure
et doublure amovible Gobi, **PARAJUMPERS**, 689 €.

9
1
0

Som maire.

008 – NEWS
Tout voir, tout savoir...
All you need to know

014 – SAGA
Levi's®, histoire d'un mythe
Levi's®, inside the myth

019 – GUIDE CADEAUX
L'esprit de Noël
Christmas spirit

056 – MODE
Gant pointe la maille
Knits by Gant



Coffret cadeau Éléance de Cologne, **DR. HARRIS**, 159 €.

ours.

DIRECTION DE PUBLICATION
MARC MENASÉ
DIRECTION ARTISTIQUE
NICOLAS LAUFFENBURGER
DIRECTION DE RÉDACTION
CHLOÉ MARENGO
SECRÉTAIRE DE RÉDACTION
SILVIE PIACENZA
GRAPHISTES
LORÈNE DIGEON, CAMILLE RAYNAUD

CONTRIBUTEURS
**ÉMILIE BOURDON, CAMILLE CARLIER,
LAURENCE GOUNEL, XAVIER JEANNIN,
BEAU LAMOND, VINCENT THIBAUT,
CHRIS SENGTHONG, ANTONIN THUIA**

TRADUCTION
JOSHUA JAMPOL

PUBLICITÉ
PIERRE POMONTI
MEDIA@MENINVEST.COM

THE MENLOOK TRIBUNE
est réalisé par MENINVEST SAS,
au capital de 3 195 298 euros.
Siret 51403553400056.
56, rue Saint-Lazare,
75009 Paris, France.
T. +33 (0)1 76 21 03 30

Imprimé en France
par Léonce Deprez.
ZI - 62 620 Ruitz.

TCHI-TCHA

Wow factor

→ Pour les fêtes, même les sweats **Kenzo** sont cousus de fil d'or. D'or rose pour une capsule 100 % Noël et en distribution sélective sur Menlook si on veut la shopper en un clic. Les motifs-icônes révisés avec la touche glitter? Le tigre et l'œil, pour faire écho au lancement du parfum « Kenzo World » dont l'œil est l'emblème.

→ **Kenzo** has sewn his sweaters with gold thread for the holiday season. Pink gold, for a capsule that's 100-percent Christmassy, and where you can buy it with just one click at Menlook. Two of the brand's famous motifs have been revised with seasonal glitter: the tiger and the eye, emblem of the new Kenzo World perfume.



L'ÉVÉNEMENT MODE

Fashion event

→ Notre peau lainée **Schott NYC x Menlook**, c'est un peu la pièce coup de poing du vestiaire hiver. Et on n'est pas peu fiers. Parce que Schott, c'est l'icône. De notre adolescence et de nos futures années. Intergénérationnelle, démocratique et iconoclaste, la signature du célèbre bombardier revient cette année encore avec une pièce d'exception signée conjointement avec Menlook. Rien que ça. Le résultat est un compromis idéal, fidèle au bon vieux bombardier évidemment, mais décliné dans une version plus longue, plus noble. Plus durable presque. Et l'important, c'est qu'on reste en zone de confort : la peau lainée, quand on y a goûté...

→ Our **Schott NYC x Menlook** sheepskin jacket will pack a punch for anyone's winter wardrobe. It's something we're proud of, because Schott is an icon; with us since our teens, it will be with us tomorrow. The famous bomber jacket is back with a great new model, co-signed by Menlook, no less. The fruit of our partnership stays true to tradition, but offers a model that's longer and more refined. Try it, and you'll never want to be without it. Guaranteed to keep you in your comfort zone.

→ Our **Schott NYC x Menlook** sheepskin

HAPPY BIRTHDAY

→ **New Balance** a 110 ans. Une santé de fer et toujours les mêmes valeurs... Celles du confort, privilégiant les amortis pour s'adapter aux athlètes du monde entier et aujourd'hui, au plus grand nombre depuis le retour de hype qu'on lui connaît ces dernières années. Une philosophie qui prend racine en 1906, grâce à un immigrant anglais qui a l'idée de se concentrer sur les problèmes orthopédiques au niveau de la voûte plantaire, et imagine une chaussure adaptée. Avec plus de 200 employés et environ 30 000 paires produites chaque semaine, il est loin le temps où l'usine de Flimby en Angleterre (qui fabrique encore une bonne part de la production) se cantonnait de chausser les pieds en difficulté. Un modèle emblématique? La 576, *made in UK* et le premier de la marque à être décliné en 100 % cuir lisse.

→ **New Balance** is 110 years old. It's in ace health, and still has the same values: mainly comfort. It concentrates on a shoe's cushioning, targeting athletes the world over. Sales have boomed in the last years as the brand has become super-trendy. Its philosophy first took root in 1906, when an English immigrant wanted to focus on orthopedic problems related to the foot's arches, then build a shoe that would adapt to them. Its 200 employees make 30,000 pairs a week, a far cry from the days when the Flimby, England factory (which still handles a big part of production) turned out only shoes for problem feet. A flagship model is the 576, made in the U.K. and the brand's first that's available in 100-percent smooth leather.



CARHARTT, À LA PAGE

Carhartt up to date

→ Un livre-hommage de 2 kg publié chez l'une des plus prestigieuses maisons d'édition, ça sonne comme une consécration! La marque iconique américaine revient à travers 350 images – dont certaines jamais publiées – sur l'histoire de son succès: celle d'une entreprise de vêtements de travail pour mineurs et cheminots, qui va devenir dans les années 1980 «l'uniforme» casual incontournable de tous les citadins branchés. Le it mondial? La fameuse Detroit Jacket, suivie de près par le pantalon Cargo. Plongée dans les archives et coulisses.

The Carhartt WIP Archives, par Gary Warnett et Mark Kessler chez Rizzoli, 52 €. Disponible sur Menlook.com.

→ When a prestigious publishing house prints a two-kilogram tome in your honor, you can consider it a sanctification. Rizzoli presents the legendary U.S. brand in 350 pictures, including some never before seen. The book charts the success story of a firm whose work clothes for miners and railway engineers became the casual, must-wear uniform of hip city-dwellers in the '80s. The undeniable "it" item: the famous Detroit Jacket, with the Cargo pants a close second. A behind-the-scenes peek into the company archives.

The Carhartt WIP Archives by Gary Warnett and Mark Kessler. Rizzoli, \$55 (English-language version), €52 (French version). Available on Menlook.com.



3 BONNES RAISONS DE NE PAS RESTER À LA MAISON

Three good reasons not to stay home



→ **Paris Primi.** C'est l'idée de ce troisième opus-mouchoir de poche de l'équipe Ober Mamma en plein Batignolles. On se concentre sur les primi piatti, avec une passion pour les pâtes fourrées.

→ **Paris Primi.** The third, pocket-handkerchief-sized restaurant from the Ober Mamma team, in the Batignolles area of the French capital. Focus is on the primi piatti, with an added passion for stuffed pasta.

71, rue des Dames, 75017 Paris. Tel : 01 47 42 33 31

→ **Barcelone à 360°.** C'est un peu l'ouverture de l'année. Aux 23^e et 24^e étages de la tour Colón, Enrique Valentí vient d'inaugurer dans un décor de bateau un bar à cocktails et un restaurant de poissons, privilégiant chaque région d'Espagne.

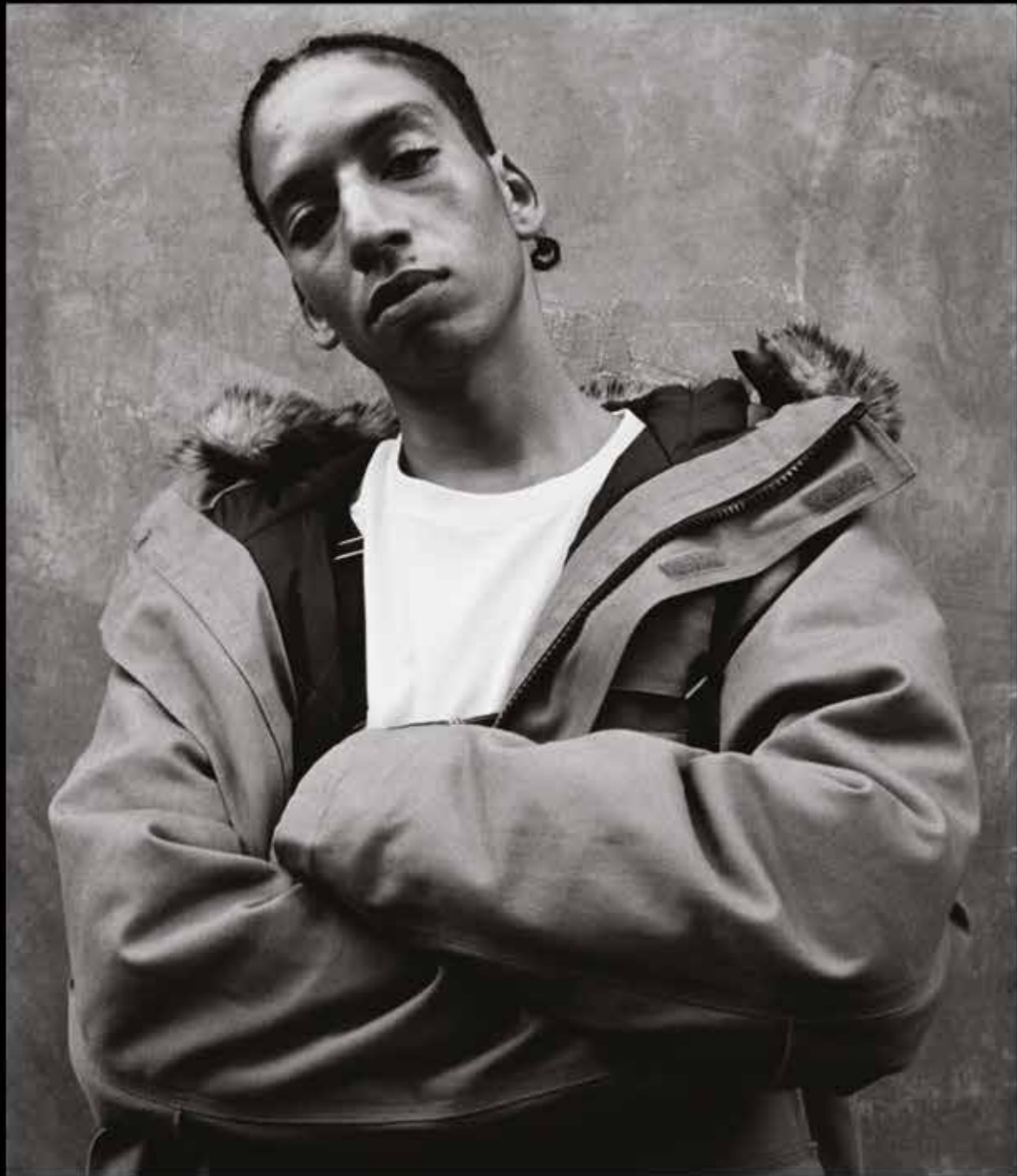
→ **Barcelona at 360 degrees.** Probably the opening of the year. On the 23rd and 24th floors of the Colón tower, Enrique Valentí has just inaugurated a cocktail bar and fish restaurant, complete with nautical décor, highlighting every region in Spain.

www.restaurantemarealta.com

→ **London is calling.** Le hip-hop bar japonais de Jason Atherton est ouvert. On y va pour les sashimi, teppanyaki et robatayaki de compet'. Ou pour l'expérience ultime, avec une quinzaine de plats – le chef s'arrête quand vous n'en pouvez plus, pas avant – au Kisetsu, la table en bas.

→ **London calling.** Jason Atherton's Japanese hip-hop bar has opened. Go for the sashimi, the teppanyaki and the robatayaki. Or for the ultimate experience: 15 dishes. The chef only stops when you've had enough. At Kisetsu, downstairs.

www.sosharulondon.com



carhartt.
WORK IN PROGRESS

www.carhartt-wip.com

BAROMÈTRE FASHION

Fashion barometer

→ Chronique d'un homme ordinaire: **la tendance normcore**, c'est encore et surtout d'actualité. La version frimas 2016? Le pull en maille à col rond. Simplement mais pas n'importe comment: plutôt fitté, uni, avec une maille travaillée, comme chez Minimum, A.P.C. et M.STUDIO. On le porte sans rien dessous (non, le tee-shirt ne dépasse pas) et l'encolure bien ajustée.

→ **Le marron, c'est le nouveau camel.** Pour l'hiver, on monte le ton et on ne se contente plus de le porter en accessoires et ou aux pieds – Grenson, Bleu de Chauffe, Hudson... – on vise direct le pull chiné Scotch & Soda ou le blouson Buffalo d'Oliver Spencer. Baroudeur ET urbain.

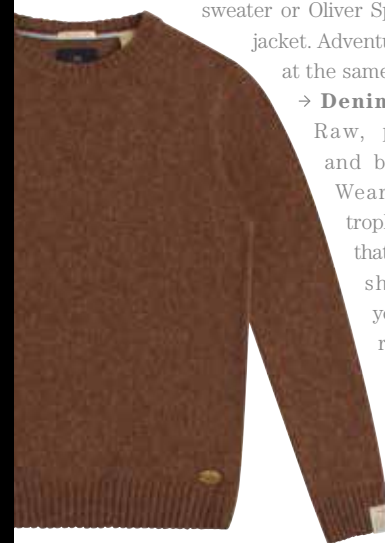
→ **Le denim est un éternel recommandement.** Exit le brut bon chic bon genre, les slim et baggy. On le porte comme un trophée. Une pièce qui aurait vécu, qui porte les traces de nos excès et illustre ce qu'on est au fond (mais alors tout au fond): un rebelle. Comme chez G-Star, Levi's, Diesel...

→ Chronicles of an ordinary man. The **normcore trend** is still topical. The 2016 version for winter is the round-necked knit sweater. Simple, but tightly fitted, with an elaborate mesh, like at Minimum, A.P.C. and M.STUDIO. Wear it with nothing underneath (no T-shirt to stick out) and a close-fitting collar.

→ **Brown is the new camel-hair.** For winter, raise the bar a little and refuse to settle for wearing it merely as an accessory or footwear – Grenson, Bleu de Chauffe or Hudson. Go directly to a Scotch and Soda mottled sweater or Oliver Spencer's Buffalo jacket. Adventurous and urban at the same time.

Pull chiné Scotch&Soda sur Menlook.com

→ **Denim is eternal.** Raw, preppy, slim and baggy are out. Wear it now like a trophy; like clothing that's been around, shows signs of your excesses and reveals the rebel that's the real you. At G-Star, Levi's or Diesel.



L'APPLI QUI A TOUT COMPRIS

Travel app



→ Elle propose des boucles de 5, 10, 15 km dans une centaine de villes aux globe- et business-trotters qui ne veulent pas courir «bêtement». Autrement dit, chaque running a été conçu en fonction des points d'intérêt (expliqués en audio) sur le parcours: une autre façon de visiter la ville, et d'en finir avec les itinéraires moisis des concierges d'hôtel.

→ For globe- and business-trotters who want to run smart. Five-, 10- and 15-kilometer loops in 100 top cities. Each course has been laid out according to points of interest along the way (which are described via audio). A much better means of visiting these towns than the dusty old itineraries offered by the hotel concierge.

www.runnincity.world

40 ANS!

40 years

→ Le 31 janvier prochain, le **Centre Pompidou** aura 40 ans. L'occasion de parcourir 40 étapes, de Lille à Nice, en passant par la Martinique. Expos inédites, concerts, théâtre... on anticipe son programme.

→ Paris's **Pompidou Center** turns 40 next Jan. 31. It's the occasion to travel through 40 major milestones, from Lille to Nice, even Martinique. New and unseen exhibitions, concerts and theater. See the program on: www.centrepompidou40ans.fr



1/0

TO DO LIST FIN 2016

To-do list, end-2016

→ **Les Pixies, le 23 novembre**, au Zénith de Paris. Tout est dit.

→ **The Pixies, 23 Nov.**, at the Zenith in Paris. Need we say more?

→ **Élue meilleure station du monde**, Val Thorens inaugure comme toujours la première la saison de ski, le week-end du 26 novembre. On réserve fissa l'unique chambre sur les pistes dans l'igloo-Pod du sublime Pashmina ou entre copains, le tout nouvel hôtel 4 étoiles branché – déco vintage, rooftop et bar-fooding: Fahrenheit Seven.

→ **Voted the World's Best Ski Resort**, Val Thorens, as every year, will be first to open the season on the weekend of 26 Nov. Reserve ASAP the only room that opens onto the slopes in the rooftop igloo-Pod at the superb Hotel Pashmina; or with friends at the new, hip four-star Fahrenheit Seven, for its vintage décor, rooftop and bar.

www.hotelpashmina.com & www.fahrenheitseven.com



igloo-Pod, Hôtel Pashmina

→ **La course du nouvel an à Berlin.** Parce que le parcours emprunte les lieux les plus emblématiques de la ville. Donc pour la visite guidée, c'est fait. Reste plus qu'à se concentrer sur ce que l'on fait le 31. Et ça, c'est plutôt réjouissant...

→ **Berlin New Year's Day Run.** The course uses the city's most famous sights, so is the best guided tour you can buy. All you have to do is decide what to do on the 31st. Happy New Year.



POURQUOI VOUS ALLEZ REMPLIR AVEC EASTPAK?

Why sign up again with Eastpak?

→ Parce que c'est une madeleine de Proust, tiens. Le symbole de nos plus belles années, une cure de jeunesse. Et parce qu'au panthéon des qualités requises pour un sac tout-terrain: **Eastpak** tient sa longueur d'avance. En termes de fonctionnalité d'abord, puis de résistance avec une toile de cordura, quatre fois plus résistante que le nylon et vingt fois plus qu'un coton. C'est simple, la garantie Eastpak est de 30 ans! Restait à figurer le style 2016, avec des imprimés créateurs et le modèle Floid, hyper ergonomique. Qui vient du coup faire écho au look «sport» désormais pleinement assumé dans le vestiaire urbain.

→ Because it's like Proust's madeleine cake: the symbol of our finest years and a fountain of youth. And because **Eastpak** is still miles ahead when it comes to offering the qualities you need in an all-purpose pack. First, functionality, then sturdiness - thanks to its cordura web, four times stronger than nylon and 20 times tougher than cotton. Eastpak offers a 30-year guarantee. The 2016 model adds finishing touches, like designer print patterns and the super-ergonomic Floid model. It offers the sporty look that's now an integral part of the urban wardrobe.

TEXTE LAURENCE GOUNEL



CLAE A 15 ANS

Clae is 15

3 QUESTIONS À... JÉRÔME THUILLIER

Interview of... Jérôme Thuillier

→ **Quelle est l'ADN de Clae?**

Jérôme Thuillier : Clae est née à Los Angeles en 2001, à l'époque où le casual balbutiait : les baskets étaient forcément «sportives». Or, nous voulions accompagner la génération qui a grandi avec les sneakers et qui ne s'y retrouvait pas forcément dans des souliers élégants mais «classiques» pour entrer dans la vie active.

→ **15 ans après, quelles sont vos valeurs?**

JT : Les mêmes : intemporalité, qualité des matériaux et confort. Même si on tient à notre interprétation très personnelle de ce que l'on peut voir dans la rue et les magazines, nos sneakers ont vocation à durer. Grâce au choix des cuirs aussi. Des cuirs pleine fleur pour tous les modèles, des cuirs végétaux qui ont une patine naturelle ou même, des cuirs de cochon d'ordinaire utilisés sur de petits empiècements dans la doublure car très difficiles à travailler. On n'hésite pas à les privilégier à l'extérieur de la chaussure pour leur rendu très soyeux.

→ **Qu'est-ce qui vous démarque des autres sneakers de créateur?**

JT : La sophistication ultime qui se cache derrière une simplicité apparente. Ce sont par exemple des proportions parfaites, des semelles en EVA qui gagnent en légèreté, un ajout en néoprène au niveau du talon... Depuis deux saisons, on ajoute aussi des fonctionnalités. Comme le cordura – plus résistant – à la place du canevas, ou des suèdes waxés qui rendent la sneaker waterproof. On est aussi de plus en plus vigilant sur les matières qu'on utilise, préférant par exemple le chanvre au coton.

→ **What is Clae's DNA?**

Jérôme Thuillier : Clae was born in Los Angeles in 2001, at a time when casual was just beginning. Tennis shoes had to be "sporty." We wanted to go with the generation that grew up with sneakers and who didn't necessarily want elegant, refined street shoes. It's a generation that instead preferred more "classic" footwear to start their professional careers.

→ **What are your values, 15 years later?**

JT : They are the same as always: timelessness, quality materials, and comfort. We hold to our own interpretation of what you can see on the street and in magazines, and we make our sneakers to last. This is also a result of our choice of leathers. We use full-grain leather on all our shoes, vegetable-tanned leather that has a natural patina, or even ordinary pigskin, which is used on smaller inserts in the lining, because it's very hard to work. We like to utilize them on the outsides of the shoe, to make them softer and silkier.

→ **What sets you apart from other designer sneakers?**

JT : Our sophistication, which is hidden by an apparent simplicity. For example: perfect proportions; soles in EVA foam that are much lighter; and the addition of neoprene in the heels. For the last two seasons, we've also been adding functional features like cordura, which is much more hard-wearing, instead of canvas; or waxed suede in order to make the shoes waterproof. We are likewise increasingly vigilant about all the materials we use, preferring hemp to cotton, for instance.

*Directeur Europe, Afrique et Moyen-Orient de Clae
Clae's Director for Europe, Africa and the Middle East*



DESIGNERS OF QUALITY MENS JEWELLERY



AWARD WINNERS OF 2014, 2015 & 2016 / MARK OF QUALITY

ANCHOR & CREW®



@ANCHORANDCREW

AVAILABLE AT MENLOOK

LEVI'S

HISTOIRE D'UN MYTHE

INSIDE THE MYTH

Rome ne s'est pas faite en un jour. Et la légende Levi's® non plus. Avant de conquérir le monde, avant d'habiller la terre entière, l'icône du denim est avant tout l'histoire d'un homme.

Un homme aux grandes ambitions, dont l'héritage est aujourd'hui plus florissant que jamais.

Rome wasn't built in a day. Neither was the Levi's® legend. It has conquered the Earth and dressed everyone on it. But oft-forgotten is that the jeans icon was the simple story of one man.

A man with great ambition, whose heritage today thrives like never before.

—
TEXTE CHRIS SENGTHONG

LA BONNE RENCONTRE AU BON MOMENT

Right place, right time

Tout droit venu d'Allemagne, Levi Strauss, 24 ans à l'époque, a bien l'intention de réussir sa vie à San Francisco. C'est en 1853 qu'il y ouvre sa boutique de vêtements, sobrement appelée « Levi Strauss & Co. ». Un succès local qui retiendra l'attention de Jacob David, un tailleur du Nevada, qui s'associe à Levi Strauss pour créer des vêtements renforcés par des rivets. D'abord dans de la toile épaisse, avant de passer aux choses sérieuses, en imaginant un pantalon en denim bleu, particulièrement résistant : nous sommes en 1873, et les deux associés viennent d'inventer le *blue jean*.

An immigrant from Germany, Levi Strauss, 24, wanted to make good in his adopted town of San Francisco, California. In 1853 he opened his clothing store, sensibly called "Levi Strauss & Co." It enjoyed success locally, which was noticed by Jacob David, a Nevada tailor. David became Strauss's partner. The two began to produce clothing out of a thick cloth reinforced by rivets. But then things got serious. They conceived a pair of pants in blue denim, which they knew would be particularly durable if they added rivets. It's 1873. The two men have just invented blue jeans.



La véritable révolution

made in Levi's®

A real revolution

Parce qu'il convient de rendre à César ce qui lui appartient : non, Levi's® n'a pas inventé la toile denim (qui vient de Nîmes, d'où son nom). Mais c'est en brevetant l'idée d'un pantalon de travail renforcé par des rivets aux points sensibles que Levi's® a changé l'histoire de la mode. Maintenant, vous savez.

We must render to Caesar what is Caesar's. Levi's® did not invent denim fabric. It apparently was born in the French town of Nîmes, (hence the name). But by patenting work pants strengthened by rivets at certain spots, Levi's® changed fashion history.

Les mystères

inexpliqués de Levi's®

Unexplained enigmas

D'où viennent les doubles arcs brodés sur les poches arrière des jeans Levi's®? Le 501® tire son nom du numéro de son lot, mais quelles sont la véritable nomenclature et la signification de ce numéro? Quand a été ouverte la première usine Levi's®? Tant de questions qui resteront à jamais en suspens, les réponses ayant été emportées par le tremblement de terre de 1906 à San Francisco, qui détruisit le siège social historique et les usines de Levi Strauss & Co.

What's the origin of the double arches stitched on the back pockets? The 501® takes its name from its batch number, but what's the real meaning of these numbers? And when was the first Levi's® factory opened? These questions will forever remain unanswered. The company's original headquarters and workshops were destroyed in the famous 1906 San Francisco earthquake and fire.

UN SIÈCLE POUR CONQUÉRIR L'AMÉRIQUE

A century to conquer America

Avec la création du blue jean, nommé 501® en référence à son numéro de lot de l'époque, Levi Strauss peut partir tranquille. Les bases sont posées, et à son décès en 1902, ses quatre neveux, qui reprennent son affaire, savent ce qu'il leur reste à faire pour faire perdurer cet héritage. Les vêtements Levi Strauss & Co. habillent alors hommes, femmes et enfants, et font rêver toute l'Amérique des années 1930, en devenant synonyme de liberté et d'indépendance, à l'image des cow-boys qui portent les jeans de la marque. Levi Strauss a créé le blue jean, ses neveux l'ont fait rayonner aux quatre coins des États-Unis, et rebaptisent la société Levi's® : plus court, plus marquant, taillé pour la prochaine étape – conquérir le monde.

It was called the 501®, after its batch number. Strauss had laid the foundation and could now die in peace. After his death in 1902, his four nephews, who had taken over the business, knew what they had to do to insure the future of his legacy. Their clothing was worn by men, women and children, and made all America dream during the 1930s. It had become synonymous with freedom and independence, like the cowboys who wore them. Strauss' heirs spread his creation to the far corners of the United States. They gave the company a shorter, more eye-catching name – Levi's® - and readied it for the next phase, which was to conquer the world.

L'AMERICAN DREAM À PORTÉE DE TOUS

The American Dream for everyone

Pour traverser les frontières, Levi's® peut alors compter sur des ambassadeurs de renom : ils s'appellent James Dean, Marilyn Monroe, ou encore Marlon Brando, et font rêver la terre entière. Pour leur charisme, pour leur aura, et pour leur style... notamment lorsqu'ils sont vêtus d'un jean 501®. De parfaits successeurs aux cow-boys de l'époque, qui incarnent une nouvelle génération de liberté, d'indépendance et de rébellion, et plus généralement, un *American Dream* auquel on veut goûter, adopter au-delà des frontières, en Europe comme en Asie. Un rêve soudainement accessible, en enfilant simplement le fameux *blue jean*, qui devient à lui seul tout un symbole.

To successfully cross all national borders, Levi's® used famous faces as ambassadors: James Dean, Marilyn Monroe, Marlon Brando. Their charisma and style – particularly when dressed in 501®s - succeeded in making the rest of the world dream, too. They were the ideal successors to cowboys, symbolizing a new generation of freedom, independence and rebellion. It was an American Dream to which everyone aspired, from Europe to Asia. And this dream was suddenly accessible, simply by pulling on a pair of the famous blue jeans, which became a symbol in their turn.

SYMBOLE DE JEUNESSE ÉTERNELLE

Sign of eternal youth

Et quel symbole ! En 1999, le jean 501® est désigné « Best Fashion Item of the 20th century » (meilleur article de mode du XX^e siècle) par le magazine *Time*. Une consécration, certes, mais qui sonnerait presque comme un intitulé de musée, aujourd'hui. Vieux jeu, le jean Levi's® ? Ça, jamais. Les générations passent, les styles se succèdent, des punks aux rockeurs, rappers, hippies, beatniks et bien d'autres. Et pourtant. Malgré son grand âge, le jean Levi's® incarne la jeunesse avant tout. Rebelle, indépendante, libre. Justement, et si c'était ça, le secret de sa jeunesse éternelle ?

And what a symbol. In 1999, the 501® was named "Best Fashion Item of the 20th Century" by *Time* magazine. It was a sanctification, but sounds like something you'd find in a museum today. But jeans can never be old-fashioned. The generations go by; beatniks, then hippies appear, followed by punks and rappers. Despite its age, Levi's® embody one thing above all: youth. The blue jean remains free, independent and a rebel. Maybe that's the secret of eternal youth.

La B.O. 100 % Levi's®

The Levi's soundtrack

Levi's® et la musique, qu'est-ce que ça donne ? On en parle avec Mathilde Vaucheret, Press Manager de la marque.

→ **L'esprit Levi's® en trois chansons ?**
MV : *I Love Rock'n'Roll* de Joan Jett.
Imagine de John Lennon.
Empire State of Mind d'Alicia Keys.

→ **L'artiste du moment 100% Levi's® ?**
MV : Le groupe Hyphen Hyphen, composé de quatre musiciens originaux, pleins de dynamisme, qui mélangent plein de courants différents avec brio !

→ **Le prochain concert sur votre to-do ?**
MV : Le groupe *La Femme* (en janvier au Zénith de Paris).

What do you get if you add music to Levi's® ? A word with Mathilde Vaucheret, the brand's Press Manager.

→ **What three songs capture the Levi's® spirit ?**
MV : *I Love Rock 'n' Roll* by Joan Jett. John Lennon's *Imagine*. *Empire State of Mind*, by Alicia Keys.

→ **Who is today's total Levi's® artist ?**
MV : Hyphen Hyphen, a group of four original and dynamic musicians who brilliantly mix many different styles.

→ **Your next must-see concert ?**
MV : *La Femme* (next January at Paris's Zenith).

Quel jean Levi's® pour quel style ?

What Levi's® for which style ?

→ **Le 501®** pour un style old-school, adapté à toutes les morphologies avec sa coupe droite intemporelle.

→ **Le 511™ Slim** pour un look affûté, dans une coupe ajustée tout en vous laissant libre de vos mouvements.

→ **Le 512™ Slim Taper** pour un véritable parti pris mode, aux jambes fuselées idéales pour les silhouettes fines.

→ **501s®** for an old-school look, adapted to all body shapes and forms, with its timeless straight cut.

→ **511™ Slims** for a sharp look, with its close cut that still leaves you free to move.

→ **512™ Slim Tapers**, for a real fashion statement, with tapered legs that are perfect for a slimmer profile.





Christmas Spirit

Oubliez les pulls festifs aux motifs douteux, le *Christmas shopping* prend sa revanche. Sans crétinerie, avec l'expertise de la technique et le bon goût des coupes efficaces. En clair, on la joue moelleux, confort, avec un *back to the basics*.

Your uncle's kitsch Christmas jumpers have had their day and now it's time to fight back. Stop the silliness and embrace quality clothing with tasteful, flattering cuts. It's a back-to-basics approach that adds up to luxurious comfort.

RÉALISATION **NICOLAS LAUFFENBURGER**

ASSISTANT PHOTO **VINCENT THIBAUT**

STYLISME **CAMILLE CARLIER**

MANNEQUINS **LAURENT MERI ET MARTIN CANNAVO CHEZ MARILYN AGENCY**

We travel around the world, still we always feel at home.
We are brave and work hard, yet we enjoy every minute of life.
We think that style is an attitude and part of our personality.
We believe that an idea can change the world.

NOWADAYS.com

menlook.com



Costume en laine vierge Drop 8, **ARMANI COLLEZIONI**, 795 €. Chemise en popeline stretch, **CALVIN KLEIN**, 75 €. Sac Briefcase, **TOMMY HILFIGER**, 149 €. Cravatte Dapper Duo #8, **TOFFSTER**, 45 €. Ceinture en cuir New Aly, **TOMMY HILFIGER**, 39 €. Derbies en cuir, **LOAKE**, 219 €.



Derbies en cuir, **MONDERER**, 279 €.



Sac 48 h en cuir
GMT+1, **ESTIME**, 229 €.

Coffret portefeuille
et porte-clés en cuir,
LACOSTE, 95 €.

Chelsea Boots en
cuir Phantom, **PETE
SORENSEN**, 360 €.

Veste matelassée, **HACKETT**, 449 €. Pull double col en coton Buro, **ELEVEN PARIS**, 59 €. Jean 512® Skinny brut, **LEVI'S®**, 99 €.
Montre en acier inoxydable Time Teller, **NIXON**, 99 €. Baskets en cuir et suède Barranco, **PIOLA**, 229 €.



Bonnet *Made in France* en laine Honoré, **M.STUDIO**, 39 €.
Manteau en cachemire Charlie, **ACNE STUDIOS**, 949 €.
Pull *Made in France* en laine Joseph, **M.STUDIO**, 149 €.
Jean 510® Skinny brut, **LEVI'S®**, 99 €.



Baskets Air Force 1, **NIKE**, 99 €.



Blouson col fourrure et doublure amovible Gobi, **PARAJUMPERS**, 689 €.



Sac à dos chevron 20,5 L,
HERSCHEL, 119 €.

Bracelet filin et argent
Admiral, **ANCHOR
& CREW**, 84 €.

Doudoune à capuche
en nylon Thermoball,
THE NORTH FACE, 219 €.

Blouson chemise
matelassée en fanelle
Fjord, **PATAGONIA**, 169 €.

Chino en denim lavé
Fit Skill Cortez,
CARHARTT WIP, 69 €.

Boots en cuir Montbard,
LACOSTE, 195 €.



—
Sweat en coton J'aime
mon vélo, **FAGUO**, 59 €.

Pantalon de pyjama imprimé
croco en coton, **LACOSTE
UNDERWEAR**, 45 €.



Trousse de toilette en cuir Footsy, **TED BAKER**, 85 €.



Blouson en cuir, **SANDRO**, 695 €. Pull col roulé en laine mérinos, **FRED PERRY**, 139 €. Jean skinny Bryson, **WRANGLER**, 89 €. Derbies en cuir Spazzolato, **BUTTERO**, 295 €.



Sac en nylon, **FAGUO**, 79 €.



Hoodie réversible
en cachemire, **DIEGO
GARCIA**, 492 €.
T-shirt en coton,
NOWADAYS, 29 €.

Lunettes de soleil RB
2140 wayfarer 954,
RAY-BAN, 86 €.

Baskets montantes
en suède Sk8 Hi,
VANS, 109 €.

Blouson double col en laine et cachemire, **ÉDITIONS M.R.**, 529 €. Pull en laine et viscose Tricolore, **LACOSTE LIVE**, 109 €.
Pantalon classique 7/8° moucheté en coton, **CARVEN**, 319 €. Baskets en suède Andratx, **CAMPER**, 139 €.



Parka déperlante en coton et nylon Arctic, **WOOLRICH**, 769 €.
Pull bicolore en cachemire, **MONTAGUT**, 299 €.
Pantalon en laine, **PS BY PAUL SMITH**, 225 €.
Derbies en suède Newark, **CHURCH'S**, 449 €.



Chaussettes à carreaux Preston (vendu par pack de trois), **BURLINGTON**, 39 €.
Chaussettes Tiago en coton (vendu par pack de trois), **FALKE**, 45 €.

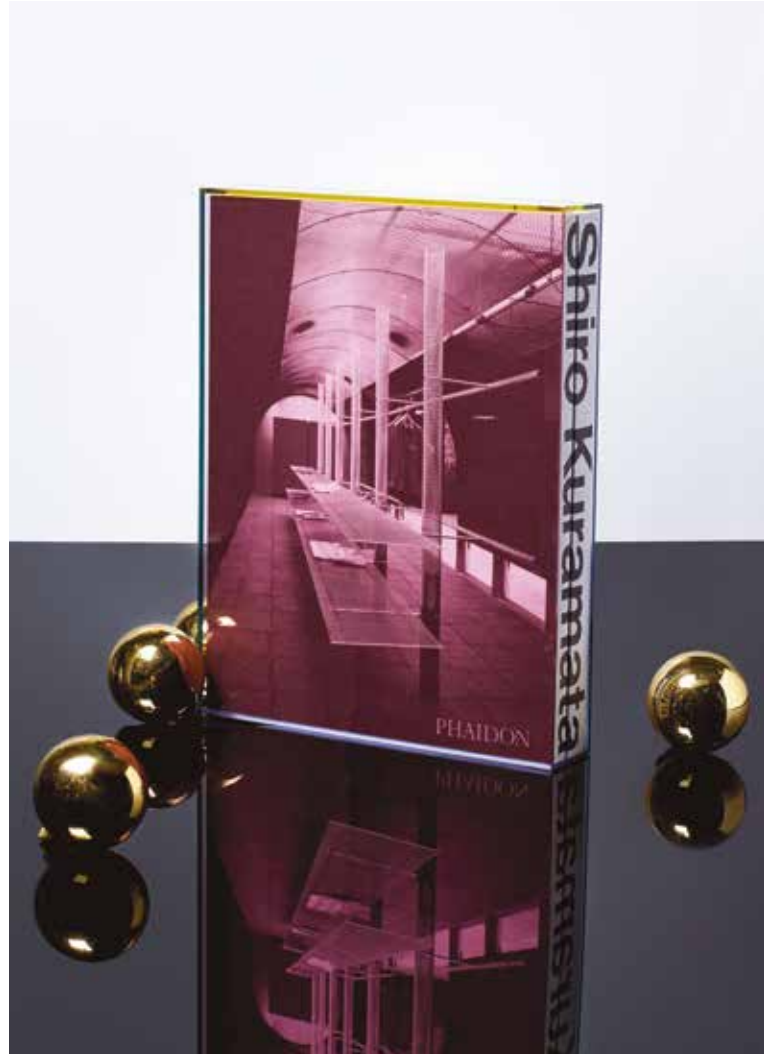


Parka waterproof en coton biologique, **KNOWLEDGE COTTON APPAREL**, 359 €. Pull *Made in France* en laine Joseph, **M.STUDIO**, 149 €. Jean slim en velour côtelé, **DIESEL**, 179 €. Bonnet *Made in France* en laine Honoré, **M.STUDIO**, 39 €. Baskets en suède Gazelle, **ADIDAS ORIGINALS**, 99 €.



Gants en nubuck,
AGNELLE, 155 €.
Écharpe Gaelic,
MONSIEUR CHARLI, 75 €.
Pull col montant en laine,
OLIVER SPENCER, 209 €.





Livre *Shiro Kuramata en deux volumes: Essays & Writings* de Deyan Sudjic, **ÉDITIONS PHAIDON**, 125 €.



Blouson col teddy en nylon B Sport, **CHEVIGNON**, 159 €. Derbies *Made in UK* en cuir lisse Steed, **DR. MARTENS**, 285 €. Livre *Le Corbusier Le Grand*, **ÉDITIONS PHAIDON**, 275 €. Polo slim fit contraste en coton, **FRED PERRY**, 85 €. Jean tapered en denim lavé Vicious Madera, **CARHARTT WIP**, 79 €.



Coach jacket en nylon College, **CARHARTT WIP**, 89 €. T-shirt en coton, **NOWADAYS**, 29 €. Jean 512® Skinny brut, **LEVI'S®**, 99 €. Boots en cuir Montbard, **LACOSTE**, 195 €.



Trousse de toilette en cuir, **POLO RALPH LAUREN**, 129 €.

Blouson imperméable en nylon, **IRIEDAILY**, 109 €.

Baskets montantes en daim Wattle, **FAGUO**, 95 €.



—
Derbies en cuir et toile
Potier, **KOST**, 129,90 €.
Sac cartable en cuir,
BLEU DE CHAUFFE, 585 €.



Duffle-coat en laine, **GLOVERALL**, 399 €. Jean skinny brut Bryson, **WRANGLER**, 89 €.
Lunettes de soleil RB 2140 wayfarer 954, **RAY-BAN**, 86 €.



Sweat-shirt en coton Palm Moon, **RVCA**, 59 €.



Veste de costume en jersey Rodolf, **THEORY**, 595 €.
Chemise en coton popeline Paisley, **BEN SHERMAN**, 85 €.
Pull col roulé ultra fin en coton et laine, **ARMOR-LUX**, 65 €.



Parka en coton waxé Reelin, **BARBOUR**, 325 €. Chemise coton gratté, **BARBOUR**, 105 €. Chino en twill lavé, **DENIM & SUPPLY RALPH LAUREN**, 95 €. Desert boots en suède, **CLARKS ORIGINALS**, 129 €.



Sac en bandoulière en coton et cuir Izzy, **SANDQVIST**, 229 €.

Bombardier en peau lainée, **SCHOTT NYC**, 699 €.

Baskets en coton Striper, **SPERRY**, 65 €.



Sneakers 141 en néoprène et nubuck, **HOGAN**, 295 €.



Valise cabine 2 roues
Kaley S, **EASTPAK**, 175 €.

Blouson zippé col
fourrure en laine Dawkins,
MINIMUM, 179 €.

Pull en laine Shetland,
HARTFORD, 159 €.

Pantalon en laine Wooly,
GANT RUGGER, 159 €.

Baskets en cuir Bradley,
CLAE, 115 €.





Sneakers Instapump Fury OB, **REEBOK**, 169 €.



Sweat zippé à capuche en coton Cornell, **ELEMENT**, 65 €. T-shirt compression HeatGear, **UNDER ARMOUR**, 35 €. Collant de running compression HeatGear, **UNDER ARMOUR**, 45 €. Short Mirage 8, **UNDER ARMOUR**, 25 €. Gants compatibles écran tactile Etip, **THE NORTH FACE**, 35 €. Sneakers en suède Gel Lyte MT, **ASICS**, 145 €.



Pull en laine Fox Head, **MAISON KITSUNÉ**, 350 €. Chemise en denim, **G-STAR**, 99 €. Chino slim fit en coton Stuart, **SCOTCH & SODA**, 99 €. Baskets en canvas Ltt Ox, **CONVERSE BY JACK PURCELL**, 75 €. Sac à dos en coton Stig, **SANDQVIST**, 119 €. Casque stéréo bluetooth pliable, **ADDEX**, 69 €.



T-shirt imprimé en coton Cons Heather, **EZEKIEL**, 29 €.



Sneakers 580 en suède
et mesh, **NEW BALANCE**, 139 €.

Doudoune Light 1277,
COLMAR, 259 €.

Pull col montant en laine Axel,
M.STUDIO, 75 €.

Jean slim délavé, **ARMANI
JEANS**, 175 €.

TOUS LES PRODUITS SONT DISPONIBLES SUR MENLOOK.COM
ALL PRODUCTS AVAILABLE ON MENLOOK.COM

© Diego Garcia - RCS: 808 651 202



DIEGØGARCIA
PARIS

Shirts & Cashmere knitwears

WWW.DIEGO-GARCIA.FR

GANT

POINTE LA MAILLE

KNITS BY GANT

La maison américaine au style casual et inter-générationnel ajoute un nouveau savoir-faire à sa signature, la maille. Dans ce qu'elle a de noble et classique.

The American house of casual, cross-generation style has added something new to its lineup: knitwear, and in all its classic glory.

—
TEXTE LAURENCE GOUNEL

Quand la marque – référence des campus – développe son vestiaire preppy, c'est toujours dans la droite lignée de son ADN: chic et intemporel. Après les chemises, l'habilleur historique des étudiants de Yale décline la maille. Avec ce souci du détail, de douceur et de qualité premium. Résultat? Un colorama complet de pulls aux coupes parfaites, alliant modernité et tradition: col rond, col V, cardigan... Notre sélection – un col V bordeaux, qui s'inscrit parfaitement dans la tendance – est en laine d'agneau d'origine italienne, ce qui permet de l'intégrer à une silhouette casual sans fausse note. À porter seul sur une chemise ou sous une veste à coudières pour un look gentleman.

Whenever the label – the definitive word for the collegiate look – extends its preppy wardrobe, it's always in line with the chic, timeless elements that make up its DNA. Now, in addition to its famous shirts, the favorite of Ivy-League students is offering knitwear. And with the same attention to detail, high quality and comfort. The result is a complete range of perfectly-cut sweaters in all styles and colors that mix the modern and the traditional: from round- and V-necks to cardigans. Our choice is a trendy burgundy V-neck in Italian lambswool for the perfect casual look. Wear it solo over a shirt, or under a jacket with elbow patches for a more gentlemanly appearance.



De haut en bas, de gauche à droite: Pull col V en laine d'agneau, 125 €. Chemise en chambray, 109 €. Pull jacquard en laine, 155 €. Echarpe tartan en laine, 75 €. Bonnet en laine doublé polaire, 55 €.

GANT, disponible sur Menlook.com

ACHÉTEZ LA
SÉLECTION SUR
L'APPLI MENLOOK
Shop the story with
Menlook App

LE NOËL DU STYLE

Sensible au service et aux bonnes idées qui forceront l'admiration le jour J... ou tout simplement en manque d'inspiration? Menlook.com est là pour vous simplifier la vie.



My PERSONAL SHOPPER

**SUGGÉREZ,
VALIDEZ,
C'EST PLIÉ.**

Avec My Personal Shopper,
nos stylistes choisissent à votre place
le cadeau qui fera tilt.
Sur Menlook.com, on décrit l'élu(e),
nos critères et l'idée générale, on reçoit
une sélection ultra-personnalisée,
on clique... c'est expédié! Merci qui?
mypersonalshopper.menlook.com

TOUJOURS PAS INSPIRÉ ?

La carte sans faute de goût, celle qui ne se trompe jamais et qui évite les déceptions, se décline en digital chez Menlook.com. Pour s'offrir le luxe d'hésiter jusqu'à la dernière seconde... et donner finalement accès à 1 000 marques sélectionnées pour combler tous les goûts, tous les styles, et tous les budgets.

E-CARTE CADEAU ENTRE 30 € ET 500 €

Disponible immédiatement en l'ajoutant à votre panier et valable 1 an.
Livraison offerte et retour 30 jours gratuit.



Schott N.Y.C.



Credit: @llooon | Les Woodent Grands



colmar.it